



T. C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

t
180

HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN "TÜRKİYE NÜFUS PLANLAMASI KAMPANYASI"
(BİR ÖRGÜTLEME VE UYGULAMA MODELİ ÖNERİSİ)

(Yüksek Lisans Tezi)

Selçuk YELES

T. C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

Eskişehir, 1986

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
İçindekiler	ii
Kısaltmalar Cetveli	v
Çizelgeler Listesi	vii
I. GİRİŞ	1
II. NÜFUS, NÜFUS SORUNLARI VE HALKLA İLİŞKİLER	3
2.1. Nüfus Olgusuna Genel Bir Bakış	3
2.1.1. Nüfus ve Toplum	3
2.1.2. Nüfus Kuramları	5
2.1.2.1. Thomas Robert Malthus'un Nüfus Kuramı	5
2.1.2.2. Doğumların Rasyonelleştirilmesi Kuramı	6
2.1.2.3. Optimum Nüfus Kuramı	6
2.1.2.4. Devresel Gelişim Kuramı	6
2.1.3. Nüfus Politikaları	6
2.1.3.1. Nüfus Artışını Hızlandırmayı Amaçlayan Politikalar	7
2.1.3.2. Nüfus Artışını Yavaşlatmayı Amaçlayan Politikalar	7
2.1.3.3. Nüfusun Niteliğini İyileştirmeyi Amaçlayan Politikalar	7
2.1.4. Nüfus Sorunları	7
2.1.5. Nüfus Plânlamaları	11

- 2.2. Türkiye'de Nüfus ve Nüfus Sorunları 14
 - 2.2.1. Türkiye'de Nüfus 14
 - 2.2.2. Türkiye'de Nüfus Sorunları 15
 - 2.2.3. Türkiye'de Kalkınma Plânlarında
Nüfus Politikaları 19
- 2.3. Halkla İlişkiler 20
 - 2.3.1. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi 20
 - 2.3.2. Halkla İlişkilerin Anlamı 21
 - 2.3.2.1. Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri 22
 - 2.3.2.2. Halkla İlişkiler ve Kamuoyu 22
 - 2.3.2.3. Halkla İlişkiler Kampanyaları 23
 - 2.3.2.4. Halkla İlişkiler Kampanyalarında
Kullanılan Araçlar 24

III. TÜRKİYE'DE NÜFUS VE AİLE PLÂNLAMASI 28

- 3.1. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlamasına İlişkin Yasalar 28
 - 3.1.1. 557 Sayılı Yasa 28
 - 3.1.2. 2827 Sayılı Yasa 29
- 3.2. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Hizmetleri..... 30
 - 3.2.1. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Hizmetlerinin Düzenlenmesi 30
 - 3.2.2. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Uygulama Yerleri 31

IV. TÜRKİYE'DE AİLE PLANLAMASI UYGULAMALARININ HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ 33

- 4.1. Türkiye'de Kamu Kuruluşlarının Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri..... 34
- 4.2. Türkiye'de Özel Kuruluşların Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri 38

4.3.	Türkiye'de Gönüllü Kuruluşların Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri	4
4.4.	1986 Türkiye Çocukları Yaşatma ve Aile Plânlaması Kampanyası	4
V.	T Ü R K İ Y E ' D E H A L K L A İ L İ Ş K İ L E R A Ç I S I N D A N Y E N İ B İ R N Ü F U S P L A N L A M A S I K A M P A N Y A S I Ö R G Ü T L E M E V E U Y G U L A M A M O D E L İ Ö N E R İ S İ	4
5.1.	Türkiye'de Halkla İlişkiler Açısından Yeni Bir Nüfus Plânlaması Kampanyası Geliştirilmesi Zorunluluğu.....	4
5.2.	Örgütlenme Modeli Önerisi	4
5.2.1.	Önerilen Örgütlenme Modelinin Oluşturulmasında Dikkat Edilen Noktalar	4
5.2.2.	Önerilen Örgüt Modeli	4
5.2.2.1.	Önerilen Örgüt Modelinin Yapısı	4
5.2.2.2.	Önerilen Örgüt Modelinin Yapısında Yer Alan Kişi, Kurum ve Kuruluşlar	4
5.2.2.3.	Önerilen Örgüt Modelinin Çalışma Düzeni	50
5.3.	Uygulama Modeli Önerisi	52
5.3.1.	Araştırma	52
5.3.2.	Plânlama	53
5.3.3.	Ön Deneme	59
5.3.4.	Uygulama	60
5.3.5.	Değerleme	62
VI.	Ö Z E T V E S O N U Ç	63
E K :	Kampanya Değerleme Testi	66
Y A R A R L A N I L A N	K A Y N A K L A R	73

K I S A L T M A L A R C E T V E L İ

Agk.	: Adı Geçen Kaynak
APAÇS	: Aile Planlaması, Ana Çocuk Sağlığı
AÖF	: Açıköğretim Fakültesi
BİTİA	: Bursa İktisadi Ticari İlimler Akademisi
Çev.	: Çeviren
Der.	: Derleyen
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
Gn.Md.	: Genel Müdürlüğü
HÜ	: Hacettepe Üniversitesi
HÜNEE	: Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etüdüleri Enstitüsü
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Ltd.	: Limited Şirketi
Mad.	: Madde
MEGSB	: Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı
RG	: Resmi Gazete
s.	: Sayfa
S	: Sayı
SBF	: Siyasal Bilgiler Fakültesi
SİBF	: Siyasi ve İdari Bilimler Fakültesi
S.K,	: Sayılı Kanun
SSYB	: Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı
S.Yön,	: Sayılı Yönetmelik

TRT

: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TTB

: Türk Tabipler Birliği

TÜRK-İŞ

: Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu

UNESCO

: Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve
Kültür Örgütü

Ün.

: Üniversitesi

YÖK

: Yüksek Öğretim Kurulu

Ç İ Z E L G E L E R L İ S T E S İ

<u>No</u>	<u>Çizelge Adı</u>	<u>Sayfa No</u>
II - 1	Dünya Nüfusu ve Yıllara Göre Artış Hızı.....	7
II - 2	Türkiye'de Sayım Yıllarına Göre Toplam Nüfus ve Nüfus Artış Hızı	13
II - 3	Türkiye'de Nüfusun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	15
II - 4	Türkiye'de Çalışan Nüfusun Sektörlere Göre Dağılımı	16
II - 5	Türkiye'de Resmi ve Özel Öğretim Kurumlarındaki Öğrenci Sayısı	16
II - 6	Türkiye'de Kaba Doğum ve Ölüm Hızları	17
II - 7	Türkiye'de Sayım Yıllarına Göre Şehir ve Köy Nüfusları	18
II - 8	Türkiye'de Yataklı ve Yataksız Sağlık Kurumları	19
IV - 1	SSYB, Aile Planlaması ve Ana Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü Rıa, Hap, Kondom Dağıtım Çalışmaları	38
V - 1	Türkiye Nüfus (Aile) Planlaması Kampanyası Medya Seçimi ve Zaman Planlaması	58

I. G İ R İ Ő

Çağımızda tüm dünyada evrensel bir özellik taşıyan nüfus ve nüfus artışı, ülkemizde de başta hızlı sayılabilecek bir nüfus artış hızı ile birlikte nüfusa ilişkin çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir.

Her ülkede olduğu gibi ülkemizde de bu sorunları tespit etmeyi ve çözümlemeyi gerektiren neden, nüfusa ilişkin sorunların toplumuzun ekonomik ve sosyal yapısını yakından ilgilendirmesidir.

Konunun bu denli önem taşımasına rağmen ülkemizde hükümetlerin ve siyasal partilerin nüfus ve nüfus sorunlarının çözümü konularında belirgin bir yaklaşımlarının olduğunu söylemek güçtür.

Ülkemizde 1965 yılında çıkartılan bir kanunla nüfus planlaması hizmetlerinin yürütülmesi amacıyla SSYB'na bağlı "Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü" kurulmuş, daha sonraları ise "Nüfus Planlaması" tanımının yerini "Aile Planlaması" tanımı almıştır.

1982 yılında çıkartılan yeni bir kanunla Türkiye'de bu konudaki hizmetleri yürütme görevi SSYB'nın denetiminde, "Aile Planlaması ve Ana Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü"ne verilmiştir.

Bu Genel Müdürlük'çe yürütülen çalışmalar ise Nüfus (Aile) Planlaması Kampanyası niteliğinden çok, hizmetlerin yaygınlaştırılmasını amaçlayan kısa süreli uygulamalar olarak kalmışlardır.

Bu tür çalışmaların son örneğini Mart 1986'da Cumhurbaşkanımız Sayın Kenan EVREN tarafından başlatılan "Türkiye Çocukları Yaşatma ve Aile Planlaması Kampanyası" oluşturmaktadır. Ancak çok mütevazı kaynaklarla desteklenen ve yeterince örgütlenemeyen bu kampanyanın da uygulamada yetersiz kalacağı açıktır.

Bu nedenle Türkiye'de Halkla İlişkiler uygulamasına ağırlık verebilecek bir Nüfus Planlaması Kampanyası'nın düzenlenmesine ve düzenlenecek olan bu kampanyaya ilişkin bir örgütlenme ve uygulama modelinin oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

Bu tez çalışması bu ihtiyaca cevap verebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın ilk bölümlerinde Nüfus, Nüfus Sorunları ve Halkla İlişkiler olguları üzerinde durulmuş, Türkiye'de Nüfus ve Aile Planlaması uygulamaları değerlendirilmiştir. Türkiye'de Aile Planlaması Uygulamalarının Halkla İlişkiler Faaliyetleri Açısından İncelendiği bölümün sonrasında, Türkiye'de Halkla İlişkiler Açısından Yeni Bir Nüfus Planlaması Kampanyasına İlişkin Örgütlenme ve Uygulama Modeli Önerisi sunulmuştur. Son bölüm olan Özet ve Sonuç'da ise çalışmada ulaşılan sonuçların özetine yer verilmiştir.

II. N Ü F U S, N Ü F U S S O R U N L A R I V E H A L K L A İ L İ Ş K İ L E R

2.1. Nüfus Olgusuna Genel Bir Bakış

2.1.1. Nüfus ve Toplum

Geçmişten günümüze insan toplumlarının yapısını iki temel ilişki biçimlendirmektedir. Bu çelişkilerden ilki, insanın doğayla olan ilişkisi diğeri ise bunun sonucu olarak ortaya çıkan insanın insanla, olan ilişkisidir. İnsanın doğayla olan ilişkisi teknolojiye, kendi arasında olan ilişkisi ise ideolojide anlam kazanmaktadır. Bu iki ilişki bir toplumda birbirini sürekli etkileyen ve toplumsal değişimin yönünü ve biçimini belirleyen önemli kavramlardır (1).

İnsan ömründen uzun yaşayan, göreceli bir kararlılığa sahip ve kendi kendini devam ettirme özelliğine sahip olarak toplum, kuşkusuz bireylerden oluşmaktadır. Bu yüzden insanoğlu tarihsel gelişim süreci içerisinde nüfus olgusuna gereken önemi vermeyi ihmal etmemiştir. Belirli bir bölgede, belirli bir anda yaşayan bireylerin oluşturduğu toplam sayı olarak tanımlanan Nüfus Olgusu (2), insan nüfusunu, büyüklüğü, yapısı ve gelişmesi açısından inceleyen Nüfusbilim'in, bir başka

(1) Emre Kongar, Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği (Ankara : Bilgi Yayınları, 1979), s.23.

(2) Sunday Üner, Nüfusbilim Sözlüğü (Ankara : HÜ Yayınları, 1972), s.11.

adıyla Demografi'nin temel konusudur (3).

Nüfus olgusu xviii.nci Yüzyılda diğere sosyal bilimlerin gelişmesini hızlandırmakta önemli bir rol oynamış, toplumbilimle çok yakın ilişkiler içersinde bulunmuştur. Bunun nedeni, Demografiyle uğraşanların nüfus sayımı tahminlerinin sınırını aşip, nüfus değışikliklerinin nedenlerini ve sonuçlarını, incelemeye kalkıştıkları anda toplumbilimin alanına girmek zorunda kalışlarıdır.

Bu yüzden de demografik sonuçların en ilginç olanları, her zaman için içinde, toplumbilimin ilgilendiğı türden toplumsal faktörler bulunanlar olmuştur. Genellikle toplumbilimde ve diğere sosyal bilimlerde, nüfus büyüklüğü ve nüfustaki değışmeler, toplumsal yapının belirli özelliklerine ya da belirli toplumsal olgulara bağlanmaktadır. Toplumsal yapının hem nüfus değışikliklerini etkilediğı hem de bu değışikliklerden etkilendiğı artık tartışılmaz bir gerçektir.

Başlangıçta, demografik değışmelerle, savaş arasındaki ilişkileri inceleyen toplumbilimciler, günümüzde ilgilerini, demografik değışmelerle, ekonomik aktivite arasındaki ilişkiler üzerinde yoğunlaştırmışlardır. Malthus'un "Nüfus Üzerinde Deneme" (Essay on Population), W. Arthur Lewis'in "Ekonomik Büyüme Teorisi (The Theory of Economic Growth)" adlı eserleri, nüfus ve toplum arasındaki ilişkileri incelemeye yönelik önemli eserlerdir. 1940 ve 1950'lerde batılı demografi uzmanları ve toplumbilimciler doğum oranlarındaki düşüşü etkileyen faktörler üzerinde çok durmuşlar, iki savaş arası dönemde nüfus artışını yavaşlatan, birara durduran ve hatta geriletene bu olguya öncelikle önem vermişlerdir (4). Savaş sonrası yıllarda, toplumların yapılarında görülen yoğun teknolojik ve ekonomik gelişmeler "Aile Planlaması" kavramını, nüfus planlamasının temel uygulama alanı haline dönüştürmüştür. Geçene zaman içersinde doğum kontrolünde yeni yöntemlerin gelişmesi bu yöntemleri öğrenenlerin ve bilenlerin sayılarının her geçene gün artması aile planlaması uygulamalarını kolaylaştırmıştır (5).

(3) Agk, s.11.

(4) Quincy Wright (Çev.: M.S. Sezgin), Dünya Nüfusunun Ekonomik Tarihi (İstanbul : Yüksel Yayınları, 1953), s.330

(5) T.B.Bottomore (Çev.: Ü.Oskay), Toplumbilim (Ankara : Doğan Yayınları, 1977), s.90.

2.1.2. Nüfus Kuramları

Nüfus Kuramları, Nüfus hareketleri ile toplumsal, psikolojik, ekonomik, kültürel ve diğer etkenler arasındaki karşılıklı ilişkileri açıklamak ve tahmin etmek üzere kurulmuş düşünce sistemleridir (6). Eski çağlardan beri filozof ve düşünürler nüfus sorunları ile ilgilenmişler, çeşitli nüfus sorunlarını ve diğer olaylarla ilişkilerini kendi görüşlerine göre açıklamaya çalışmışlardır. Bu düşünce ve açıklamaların odak noktasını, büyük ölçüde nüfusla ekonomik kaynaklar veya nüfusla üretim arasındaki ilişkiler oluşturmuştur. Geçmişten günümüze kadar geçen süre içerisinde ortaya atılan kuramların başlıcaları şunlardır :

2.1.2.1. Thomas Robert Malthus'un Nüfus Kuramı

Bir İngiliz din ve bilim adamı olan Thomas Robert Malthus'un gerek demografi, gerekse ekonomi alanlarında geniş yankılar uyandıran nüfus kuramı, bir toplumda nüfusun geometrik, gıda maddelerindeki üretim artışının ise aritmetik bir dizi ile gerçekleşeceği görüşünü savunmaktadır. Yaşadığı dönemin toplumsal koşullarının önemli ölçüde etkisi altında kalan Malthus, bu görüşünü matematiksel bir modülle ortaya koymaya çalışmıştır (7). Malthus'a göre nüfus ve gıda maddelerindeki üretim artışı için söz gelişi 1 sayısından hareket edilirse

Nüfus Artışı : 1,2,4,8,16,32,64,128,256

Gıda Maddelerindeki Üretim Artışı : 1,2,3,4,5,6 şeklinde gerçekleşecektir. Malthus'un tezine göre, iki yüzyıl içinde nüfusun 255 misli artmasına karşılık, gıda maddelerinde ise ancak 8 misli artış kaydedilecektir. Malthus, bu dengesizliğin ortadan kalkması için tek çözüm yolunun evlenmekten vazgeçmek ya da evlenmeyi geciktirmek olduğunu öne sürmekte, nüfus artışının korunma tedbirleri ile önlenmeyeceğini öne sürmektedir.

(6) Özer Sarper, Demografiye Giriş (İstanbul : Filiz Kitabevi,1980),s.4.

(7) Thomas Robert Malthus, An Essay on the Principle of Population (London : Macmillan Co.Ltd.,1926), s.123.

2.1.2.2. Doğumların Rasyonelleştirilmesi Kuramı

Neo-Malthusianizm adını alan ve doğum sınırlamasının modern taraftarlarınınca ortaya atılan bu kuram temelde görüşlerini Malthus'un prensiplerine dayandırmaktadır. Bu kuram doğum sınırlamasının, modern bilimlerin önerdiği tedbirlere dayalı olarak, gebelikten kaçınmak suretiyle gerçekleştirilmesini önermektedir (8).

2.1.2.3. Optimum Nüfus Kuramı

Bir ekonominin gelişme hızının, milli gelirin ve nüfusun gelişme hızına bağlı olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bu nedenle bir toplumda birey başına düşen geliri maksimize edecek nüfus miktarının ne olması gerektiği konusundaki çabalara kalkınma literatüründe "Optimum Nüfus Kuramları" adı verilir. Bu kurama göre optimum nüfus, belirli bir amacı en verimli şekilde gerçekleştirebilecek nüfus miktarıdır (9)

2.1.2.4. Devresel Gelişim Kuramı

İtalyan Corrado Gini tarafından ortaya atılan bu kuram, Malthus'un kuramıyla uzlaşmayan bir kuramdır. Gini'ye göre nüfusun doğurma gücü, bireylerin büyüme gücüne paralel olarak, devresel bir süreç izlemekte, yani nüfus kitleleri de bireyler gibi yaşamakta, büyümekte, ihtiyarlamakta ve arkasından gelen nesille yenilenmektedir (10).

2.1.3. Nüfus Politikaları

Nüfus politikaları, genel anlamda nüfusun nicelik ve niteliğini etkileyen önlemler programı olarak tanımlanabilir (11).

Bir nüfus politikasının uygulama amacı ise, yalnızca doğurganlık ve onu etkileyen değişkenlere ilişkin önlemler olmayıp, tüm demografik verilerin ele alınıp değerlendirilmesi ve nüfusun istenilen

(8) Goran Ohlin, Nüfus Kontrolü ve Ekonomik Kalkınma (Ankara : HÜ Yayınları, 1969), s.7.

(9) Agk, s.54.

(10) Agk, s.57.

(11) Agk, s.59.

amaca göre yönlendirilmesidir. Geçmişten günümüze kadar nüfusla ilgili olarak uygulanan politikalar şu ana başlıklar altında toplanabilir :

2.1.3.1. Nüfus Artışını Hızlandırmayı Amaçlayan Politikalar

Nüfus artışını teşvik etmeyi ve nüfusun hacmini genişletmeyi amaçlayan politikalara tarihte çeşitli dönemlerde ve ülkelerde sık sık rastlanmıştır. Savaş gücünün insan sayısına dayandığı eski dönemlerde bazı hükümdar ve sülâlerin askeri ve siyasi prestij kazanma arzuları ve egemenlik alanlarını genişletme emelleri bu politikanın uygulama amacını oluşturmuştur.

2.1.3.2. Nüfus Artışını Yavaşlatmayı Amaçlayan Politikalar

Nüfus artışını yavaşlatmayı amaçlayan politikalarda rol oynayan önemli faktörler gebeliği ve doğumu önlemeye yönelik alınan tedbirlerdir. Bugün "Aile Planlaması" adı altında yer alan nüfus artışını yavaşlatmayı amaçlayan politikalar evli çiftlerin, çocuk sayısını ailenin ekonomik olanaklarına ve kişisel arzularına göre sınırlayabilmelerini, doğumlar arasında istenilen zaman aralıklarını seçebilmelerini öngörmektedir.

2.1.3.3. Nüfusun Niteliğini İyileştirmeyi Amaçlayan Politikalar

Nüfusun niteliğini iyileştirmeyi amaçlayan politikaların temel amacı, nitel bakımdan sağlık standartları ve eğitim seviyesi yüksek, zihni yetenekleri iş-meslek bilgi ve tecrübeleri üstün bireylerden oluşan bir nüfus kitlesine sahip olmaktır. Bu uygulamalarda nüfusun niteliğini belirten özellikler sağlık standartları, eğitim, iş-meslek, bilgi ve tecrübesi olarak sıralanabilir.

2.1.4. Nüfus Sorunları

Nüfus sorunu teriminin "bir ülkede nüfusun aşırı bir hızla artışını belirlediği" düşünülebilir. Nüfus sorunu, demografik değişimler ile sosyal ve ekonomik gelişmeler arasındaki dengesizlik ve bu dengesizliğin doğurduğu sosyal ve ekonomik sorunların tümüdür. Nüfus soru-

nu ülke düzeyinde ele alınabileceği gibi, aile ve kişi düzeyinde de ele alınabilir. Kavram bakımından birbirinden farklı değildir. Söz gelişi, kişinin sağlığını korumak için aşırı doğurganlığı önlemek veya ailenin refahı için yetiştirebileceği sayıda ocuk sahibi olmasını sağlamak ya da bir ülkede aşırı nüfus artışını azaltmak birbirinden farklı Őeylerdir. Ancak bunlardan birisi amaç olarak alınır ve zmlenebilirse diğerleri de çözümlenmiş olur. Nüfus sorunları makro düzeyde incelendiğinde, bu sorunların ülkelerin demografik değişmeleri ile sosyal ve ekonomik gelişmeleri arasındaki dengesizliklerden kaynaklandığı görülür.

Geçmişten günümüze kadar geçen süre içinde nüfus sorunlarına bakıldığında Neolitik ağın başlangıcından, sanayi devrimine kadar her uygarlıkta üretimin arttırılması ve korunması için en çok gereken Őeyin insan gücü olduğu görülür. Bu nedenle ağlar boyu aileler güçlerini, ailelerin büyüklüklerinde, hükümdarlar ise nüfuslarının artışında görmüştür. Geçmişte insanoğlu ölümleri kontrol etme olanağı bulamadığı için sorunun çözümünü, yüksek doğurganlığı teşvik etmekte aramıştır. Toplumlar geleneksellikten çağdaşlığa geçtikçe bu inancın önemini yitirdiğini fakat yine de az veya çok her toplumda etkisini sürdürdüğü görülür. Günümüzde nüfus sorunlarını incelerken ilk aşamada hızlı nüfus artışını ele alabiliriz.

ÇİZELGE II-1

DÜNYA NÜFUSU VE YILLARA GÖRE ARTIŞ HIZI (1920-1980)

Yıl	Nüfus (Milyar olarak)	Artış Hızı (%)
1920	1.86	
1930	2.07	1.00
1940	2.30	1.00
1950	2.52	0.90
1960	3.00	1.80
1970	3.61	1.30
1980	4.02	1.60

Kaynak : 1980 World Population Date Sheet (New York : Macmillian Books, 1980), s.23.

Nüfus sorunlarını çözmeyi amaçlayan nüfus planlaması programlarının doğurganlığı etkilemesi, çeşitli ülkelerde birbirinden farklıdır. Bu konuda her ülke için geçerli bir genelleme yapılamaz. Ülkeler bu bakımdan üç grupta toplanabilir (12).

Birinci grupta küçük aileyi norm olarak kabul ettikleri halde, etkili gebeliği önleyici yöntemleri bilmeyen veya kullanma olanağı bulamayan ailelerin çoğunlukta olduğu ülkeler yer almaktadır. Bu toplumlarda iyi planlanmış ve iyi uygulanabilecek aile planlaması programları doğurganlık hızını düşürebilir. Çünkü aşırı doğurganlığın temel nedeni, sosyo-ekonomik gelişmemişlik değil, etkili aile planlaması yöntemlerinin bilinmemesi veya kullanılmamasıdır. Bu gruptaki ülkelere örnek olarak Türkiye gösterilebilir (13).

İkinci grupta ekonomik zorunluluk olmadığı halde kültürel ne-

(12) C.M.Cippola, The Economic History of World Population (New York: Penguin Books, 1965), s.124.

(13) Nusret Fişek, Türkiye'de Sağlık Hizmetlerinin Gelişmesini Engellleyen Faktörler (Ankara : TTB Yıllığı, 1970), s.7-15.

denlerle çok çocuklu olmayı isteyen ailelerin çoğunlukta olduğu ülkeler yer almaktadır. Bu tür ülkelerde nüfus planlaması programlarının ülkedeki diğer sosyal programlarla birlikte yürütüldükleri takdirde başarılı oldukları gözlenmiştir.

Üçüncü gruptaki ülkelerde ise ailelerin büyük çoğunluğu işgücü gereksinimi ve güvenlik nedeni ile çok çocuklu olmayı istemektedirler. Bu ülkelerde sosyo-ekonomik koşulları değiştirmeden nüfus planlaması programlarını başarıya ulaştırmak olanaksız gibi gözükmektedir. Bu bilgiler ışığında günümüz toplumlarında sosyo-ekonomik kalkınmanın nüfus sorunlarını gözmede de temel etken olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır. Ancak nüfus planlaması programlarının da hiç bir zaman sosyo-ekonomik kalkınma planlarının yerine geçemeyeceğini bilmemiz gerekmektedir. Başarı ile yürütülen nüfus planlaması programlarının nüfus artış hızını azaltarak, sosyo-ekonomik kalkınma çabalarının verimini arttıracacağı açıktır (14).

Nüfus ile doğal kaynaklar arasındaki ilişkiler konusunda ege-men olan görüş, dünyada doğal kaynakların hemen hemen sınırsız denecek kadar geniş olduğu ve nüfus sorununu doğal kaynaklar açısından sorun olarak görmemek gerektiği konusundadır. Doğal kaynak zenginliği görüşü Birleşmiş Milletler'in Bükreş'te düzenlediği Dünya Nüfus Konferansı için hazırlanan "Nüfus, Doğal Kaynaklar ve Çevre" raporunda belirtilmiştir. Bu rapora göre, dünyanın besin üretim kapasitesi 38-48 milyar insanı besleyecek ölçüdedir (15).

Nüfus sorununun çeşitli yönleri incelenirken nüfusun niteliğinin birinci derecede eğitimin gelişmesine bağlı olduğu görülür. Sanayi için yetişmiş insan gücü, tarım için bilgili çiftçi, okullar için öğretmen, hastaneler için hekim, sosyo-ekonomik kalkınma için gerekli insan gücü, herşeyden önce eğitimdeki başarıya bağlıdır. Nüfus artışının hızlı olduğu ülkelerde, nüfusun eğitim düzeyi, gelişmiş ülkelere

(14) Jean Bourgeois - Pichat, Population Growth and Devoloping (New York : Macmillian Books, 1978), s.39.

(15) Nevzat Eren, Nüfus, Doğal Kaynaklar ve Çevre (Birleşmiş Milletler Dünya Nüfus Konferansı Çalışmaları), (Ankara : Kavram Yayınları, 1974), s.63-65.

T. G.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

oranla çok düşüktür. Az gelişmiş ülkelerin eğitim düzeylerini yükseltmemelerinin çeşitli nedenleri vardır. Bunların arasında aşırı doğurganlık nedeni ile öğrenci sayısının hızla artması başta gelir. Son 15 yılda gelişmiş ülkelerde 5-14 yaş arasındaki eğitim çağındaki çocukların sayıları, sadece yüzde 10.8 oranında artarken, az gelişmiş ülkelerde bu oran yüzde 42.4'e kadar yükselmiştir (16).

2.1.5. Nüfus Planlamaları

Nüfus planlaması genel anlamda, toplumların demografik değişimlerden meydana gelen sosyal ve ekonomik sorunların çözümlenebilmesi için alınan önlemler ve uygulanan çabalar bütünüdür. Ancak, nüfus olgusunun çok bileşenli bir yapıya sahip olduğu göz önüne alınırsa, nüfus sorununun ülke düzeyinde ele alınabileceği gibi aile ve kişi düzeyinde de incelenebileceği görülür. Günümüzde pek çok ülke nüfus planlaması uygulamalarını, "Aile Planlaması" adı altında tanımlamakta ve faaliyetlerini bu yaklaşımla yürütmektedir. Nüfus planlaması uygulamalarını "Aile Planlaması" boyutunda ele alan yaklaşımlar aile planlamasını "Evli çiftlerin, çocuk sayısını ekonomik olanaklarına ve kişisel isteklerine göre sınırlamaları, başka bir deyişle doğumlar arasında aynı nedenlerle istedikleri aralıkları sağlamaları" olarak tanımlanmaktadır (17).

Ülkemizde ise 2827 Sayılı Nüfus Planlaması Hakkındaki Kanunun 2. maddesine göre nüfus planlaması; fertlerin istedikleri sayıda ve istedikleri zaman çocuk sahibi olmaları şeklinde tanımlanmakta ve bu yaklaşımla aynı özellik göstermektedir. Nüfus Planlaması kavramını kişi temelinde ele alan yaklaşımlar ise, çalışmalarını "Doğum Kontrolü", "Gebelik Önlenmesi" ve "Nüfus Kontrolü" kavramları üzerinde yoğunlaştırmaktadırlar. Bu yaklaşım içinde (18) :

Doğum Kontrolü: Gebeliği önleyici tedbirlerle birlikte, bunun dışındaki kısırlaştırma ve kürtaj gibi yöntemlerin kullanılması, devamlı ya

(16) Statistical Year Book (New York: Unesco, 1974), s.38.

(17) Üner, s.21.

(18) Agk, s.57-58.

da geçici olarak cinsel birleşmeden kaçınma.

Gebeliğin Önlenmesi: Kısırlaştırma dışında, gebelikle sonuçlanan bütün cinsel birleşmelere karşı alınan tedbirlerin tümü.

Nüfus Kontrolü: Gebelik ve doğum öncesi tedbirlerle nüfus artışını sınırlama, olarak tanımlanmaktadır.

Geçmişte nüfus planlaması uygulamalarında, öncelikle aile ve bireye yönelmiş ve bunda da önemli ölçüde başarılar kazanmış olan gelişmiş ülkeler bu gün nüfus planlaması uygulamalarında, soruna toplumsal olarak bakan yaklaşımları tercih etmektedirler. Az gelişmiş ülkelerde uygulanan nüfus planlaması çalışmalarında ise temel ilgi alanını "aile ve birey" oluşturmaktadır (19).

2.2. Türkiye'de Nüfus ve Nüfus Sorunları

Günümüzde gerek Türkiye'de gerekse dünyada nüfus ve nüfusun toplumsal ve ekonomik olaylarla olan ilgisi giderek önem kazanan bir konu olarak belirmektedir. Bu nedenle herhangi bir ülkenin nüfus yapısı incelenirken, nüfusun toplumsal ve ekonomik sorunlarla olan ilişkisinin ortaya konulması gerekmektedir.

Bu gerçeğe dayalı olarak Türkiye'de nüfusun yapısını ve temel özelliklerini incelemek amacıyla oluşturulan bu bölümde, Türkiye de nüfus, nüfus sorunları ve uygulanan nüfus politikaları üzerinde durulacaktır.

2.2.1. Türkiye'de Nüfus

Türkiye'de, Cumhuriyetin barış ve iç iktidar savaşlarına yönelik ilk iktidar yılları geride bırakıldıktan sonra, yapılacak ekonomik ve toplumsal atılımlara temel olmak üzere 1927 yılında ilk nüfus sayımı yapılmıştır.

1927 sayımından sonra, 1935 tarihinden itibaren günümüze ka-

(19) Ohlin, s.23.

dar her beş yılda bir nüfus sayımı işlemleri tekrarlanmıştır. Bu sayımlarda kullanılan soru kağıdı ve soru tipleri gerek biçim, gerek içerik açısından zaman zaman değişmekle beraber, sayım tekniği açısından değişmemiştir. Sayımın yapıldığı yılda ülkedeki "hali hazır nüfus'u" tespit amacına yönelik bu tekniğin 1960'tan önceki yıllarda hem uygulama hem de sonuçları yönünden önemli bir sakınca doğurmadığı açıktır. Ne var ki, 1960'tan sonra yurt dışına yönelik işçi göçünden ötürü TC vatandaşlarının eksik sayımı olgusu gündeme gelmiştir.

Diğer taraftan, ülkedeki tüm nüfusu bir günde saymak zorunluluğu da önemli boyutlara ulaşan eksik sayımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu iki nedenden ötürü, 1980 sayımında 2-2.5 milyon kişinin sayılmadığı ya da sayım dışı kaldığı tahmin edilmektedir (20).

ÇİZELGE II-2

TÜRKİYE'DE SAYIM YILLARINA GÖRE TOPLAM NÜFUS

VE

NÜFUS ARTIŞ HIZI

Yıl	Nüfus (Bin olarak)	Nüfus Artış Hızı (Bin olarak) (Yılılık)
1927	13.648	-
1935	16.158	21.10
1940	17.821	17.02
1945	18.790	10.59
1950	20.947	21.73
1955	24.065	27.75
1960	27.755	28.53
1965	31.391	24.62
1970	35.605	25.19
1975	40.348	25.00
1980	44.737	20.65
1985	50.664	24.88

Kaynak: Türkiye İstatistik Cep Yıllığı, (Ankara: DİE Yayınları, 1986), s.11-12.

(20) Haluk Cillov, The Structure of the Turkish Population (Ankara: HÜNEE Yayınları, 1984), s.70.

Çizelgeden de anlaşılacağı gibi geride bıraktığımız elli yıl içinde (1927-1980) nüfusumuz % 346 oranında artmıştır. Bunun anlamı, Türkiye nüfusunun kendini 3,5 kere yenilemesidir. Aynı çizelgeden Türkiye'de 1945 yılından sonra büyük bir nüfus patlamasının meydana geldiği anlaşılmaktadır. Bu patlamanın nedenlerini nüfus bilimciler şöyle özetlemektedirler (21):

- a. 1913-1923 döneminde kırılan genç erkek nüfustan sonraki kuşaklar, ancak 1940 yıllarında doğurgan çağa gelmişlerdir. Ne var ki, İkinci Dünya Savaşı süresince silah altına alınan bu yeni doğurgan kuşak ancak 1945'ten sonra ürünlerini verebilmiştir.
- b. Antibiyotiklerin bulunması, sıtma ile yapılan yoğun mücadeleye gibi sağlık alanındaki çalışmaların başarılı sonuçlara ulaşması, genel ölüm oranında ciddi boyutlara varan bir düşüş sağlamıştır.

Kuşkusuz bu iki etmenin birlikte varlığı, nüfusun yıllık artış oranını yükseltmiştir. Sonuçta 1950'den sonra sürekli bir biçim alan hızlı nüfus artışı, Türkiye'nin ekonomik büyümesinin bireylere yansımaları açısından da olumsuz etkilerini göstermeye başlamıştır.

Dolayısıyla 1940'a kadar egemen olan resmi nüfus politikası, yerini "Yeni-Malthus'culuk" diye adlandırabileceğimiz nüfus planlaması politikalarına bırakmıştır. Uygulanan bu politika araçlarına rağmen, en iyimser tahminlere göre 2000 yılına kadar Türkiye nüfusunun artış hızı yılda % 2'nin altına inmeyecektir. Çok kaba bir hesapla 2000 yılında Türkiye'nin nüfusu 66 milyon 800 bine ulaşacaktır. Bu arada yurt dışındaki Türklerin nüfusunun da aynı dönem içerisinde 4 milyona ulaşması beklenmelidir..

Dünya Bankası'nın tahmini projeksiyonlarına göre Türkiye'de nüfus artış hızının % 1'e düşmesi ancak 2010 yılında gerçekleşecek, durağan nüfusa erişilmesi ise 100 milyonluk bir nüfusla ancak 2075 yılında olanaklı olacaktır (22).

(21) Agk, s.78.

(22) Tefvik Çavdar, Türkiye'de Nüfus ve Nüfus Sorunu (Ankara: Onur Yayınları, 1981), s.38-39.

2.2.2. Türkiye'de Nüfus Sorunları

Türkiye'de toplumun yapısındaki en önemli bunalım dinamiği hızlı nüfus artışıdır. Hızlı nüfus artışı, nüfusun yapısını gençleştirmekte, toplam nüfus içinde küçük yaş grubunun yoğunluğunu arttırarak, bağımlı nüfusun oranını yükseltmektedir.

ÇİZELGE II-3

TÜRKİYE'DE NÜFUSUN YAŞ GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI

Yaş Grupları	1970 Sayımı	1975 Sayımı	1980 Sayımı
0-4 Yaş	5.255.136	5.701.249	5.884.984
5-9 Yaş	5.093.452	5.380.115	5.896.222
10-14 Yaş	4.529.599	5.248.839	5.461.843
15-19 Yaş	3.694.500	4.264.499	4.877.556
20-24 Yaş	2.851.471	3.532.144	4.144.144
25-29 Yaş	2.261.612	2.832.682	3.370.177
30-34 Yaş	2.184.359	2.294.771	2.719.927
35-39 Yaş	2.214.126	2.139.559	2.279.001
40-44 Yaş	1.821.018	2.146.199	2.143.556
45-49 Yaş	1.208.634	1.683.685	2.060.590
50-54 Yaş	973.205	1.341.677	1.771.036
55-59 Yaş	937.460	767.148	1.164.762
60-64 Yaş	1.006.179	1.083.873	796.737
65 ve + Yaş	1.565.696	1.853.251	2.072.316
Bilinmeyen	-	78.028	94.106
TOPLAM	35.605.176	40.347.719	44.736.957

Kaynak : Türkiye İstatistik Yıllığı (Ankara: DİE Yayınları, 1985),
s.30-31.

Ülkemizde nüfus yapısının hızla gelişmesi ekonomik alanda gerçekleştirilebilecek en yüksek üretim faaliyetinin bile karşılayamayacağı bir emek arzı fazlalığı yaratmaktadır. Bu durum da ülke düzeyinde nüfusun sektörlere göre dağılımını etkilemekte ve kişi başına düşen gelir düzeyindeki artışı yavaşlatarak, kaynak dağılımını bozmaktadır.

ÇİZELGE II-4

TÜRKİYE'DE ÇALIŞAN NÜFUSUN SEKTÖRLERE GÖRE DAĞILIMI
(1955-1984)

Sektörler	1955	1960	1965	1970	1979	1984
Tarım	77.4	74.0	71.4	67.0	62.5	59.9
Sanayi	8.1	9.6	10.2	12.1	11.8	12.7
Hizmetler	14.5	16.4	18.4	20.9	25.7	27.4

Kaynak : Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) (Ankara: DPT Yayınları, 1985), s.129.

Diğer yandan Türkiye'de nüfusun hızla artışı, ekonomik gelişme süreci içinde eğitim hizmetlerine olan talebi de doğrudan doğruya etkilemektedir. Eğitim hizmetlerinin yalnız hacmi değil, niteliği de bu artışın etkisinde kalmakta ve toplumumuzda eğitim ihtiyaçlarının hızla arttığı görülmektedir.

ÇİZELGE II-5

TÜRKİYE'DE RESMİ VE ÖZEL ÖĞRETİM KURUMLARINDAKİ ÖĞRENCİ SAYISI
(1980-1985)

Öğretim Kurumu	Öğrenci Sayısı (Bin olarak)	
	1980	1985
İlkokul	5.695	6.532
Ortaokul	1.148	1.597
Lise	535	584
Mesleki ve Teknikokul	520	576
Fakülte ve Yüksekokul	237	398

Kaynak : Türkiye İstatistik Cep Yıllığı s.46.

Ülkemizde eğitim ihtiyaçlarının tam olarak karşılanamaması, eğitim düzeyinin düşmesine ve eğitimin niteliğinin bozulmasına neden olmaktadır. Bir ülkede eğitim düzeyinin düşmesinin ise, o ülkede doğum ve ölüm hızlarını arttıracığı bilinen bir gerçektir.

ÇİZELGE II-6

TÜRKİYE'DE KABA DOĞUM VE ÖLÜM HIZLARI

(Binde olarak)

Dönemler	Kaba Doğum Hızı	Kaba Ölüm Hızı
1935-1940	51	35
1940-1945	50	40
1945-1950	48	28
1950-1955	46.7	21.1
1955-1960	45.2	17.9
1960-1965	41.3	15.3
1965-1970	40.8	13.5
1970-1975	34.2	10.1
1975-1980	32.2	10.0

Kaynak : Agk, s.39.

Türkiye'de hızlı nüfus artışının beraberinde getirdiği sorunlardan bir diğeri de köyden kente göç olgusudur. Ülkemizin ekonomik ve toplumsal yapısında meydana gelen değişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve kentleşme adı verilen bu değişme, belli bir hıza ve dereceye ulaştıktan sonra toplumumuzun yapısını ve değişme sürecini de etkilemektedir (23).

(23) Selçuk Yeles, Kentleşme ve Kentlileşme Sürecince İnsan (Yayınlanmamış Lisans Tezi), (Ankara: HÜ SİBF, 1982), s.64.

ÇİZELGE II-7

TÜRKİYE'DE SAYIM YILLARINA GÖRE ŞEHİR VE KÖY NÜFUSLARI

(Bin olarak)

Sayım Yılı	Toplam	<u>İl ve İlçe Merkezi</u>		<u>Bucak ve Köy</u>	
		Nüfus	%	Nüfus	%
1927	13 648	3 305	24.2	10 342	75.8
1935	16 158	3 802	23.5	12 355	76.5
1940	17 820	4 346	24.4	13 471	75.6
1945	18 790	4 687	24.9	14 103	75.1
1950	20 947	5 244	25.0	15 702	75.0
1955	24 064	6 927	28.8	17 137	71.2
1960	27 754	8 859	31.9	18 895	68.1
1965	31 391	10 805	34.4	20 585	65.6
1970	35 605	13 601	38.5	21 914	61.5
1975	40 347	16 869	41.8	23 478	58.2
1980	44 736	19 645	43.9	25 091	56.1

Kaynak : Türkiye İstatistik Yıllığı s.34.

Türkiye'de kentleşme, nüfusun önemli bir kesiminin sağlık hizmetlerinden yoksun gecekondularda yaşamasına yol açmaktadır. Nüfusun bu tür yerlerde kalabalık aile toplulukları halinde yaşaması bir çok sağlık sorununun da doğmasına neden olmaktadır. Ülke genelinde zaten yüksek olan doğurganlık ve bebek ölüm hızları bu tür bölgelerde giderek artmaktadır (24).

Türkiye'de nüfusun giderek artması, ülke düzeyinde sağlık hizmetlerini de olumsuz yönde etkilemekte, bu hizmetlerin yetersiz kalmasına ve dengesiz dağılımına neden olmaktadır.

(24) Ruşen Keleş, Türkiye'de Şehirleşme, Konut ve Gecekondular (İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1978), s.121.

ÇİZELGE II-8

TÜRKİYE'DE YATAKLI VE YATAKSIZ SAĞLIK KURUMLARI

(1985)

Sağlık Kurumu	Sayı
Yataklı Sağlık Kurumu	
Hastane	601
Sağlık Merkezi	121
Yataksız Sağlık Kurumu	
Sağlık Ocağı	2834
Sağlık Evi	8266
Dispanser	336
Ana Çocuk Sağlığı	
Merkez	45
Şube	84
Dispanser ve başkanlığı	68
GENEL TOPLAM :	12355

Kaynak : Türkiye İstatistik Cep Yıllığı s.40.

2.2.3. Türkiye'de Kalkınma Planlarında Nüfus Politikaları

Türkiye'de nüfus politikalarının geçmiş uygulamalarına bakıldığında belirgin bir politikanın varlığından söz edilemez. Cumhuriyetin kuruluşunu izleyen yıllarda çıkartılan bazı kanunlar ve T.B.M.M'de yapılan konuşmalardan nüfus artışını destekleyen bir eğilimin olduğunu görmek mümkündür. 1960'lı yıllarda Türkiye'de nüfus politikası alanında bazı gelişmeler olmuştur. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında yeni bir nüfus politikasından söz edilmektedir. 1968 yılında uygulamasına geçilen İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında ise, konuya yaklaşım açısı değişmekte "nüfus plânlaması" deyiminin yerini "aile plânlaması" deyimi almaktadır. İkinci Plân döneminde konuya bakış açısı değişirken aynı zamanda hükümetlerin konuya olan ilgisinin azaldığı izlenmektedir. 1973-1977 döneminde uygulanan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânında ise,

nüfus konusundaki yaklaşım biraz daha değişmekte ve "hızlı nüfus artışı" toplumun uzun dönemde çözümlenmesi gereken sorunları arasında kabul edilmekte, ancak konuya ilişkin bir politika veya alınan önleme rastlanmamaktadır. Söz konusu plânda aile plânlaması çalışmalarının Ana-Çocuk Sağlığı programını destekleyen bir sağlık hizmeti olarak düşünüldüğü görülmektedir.

1985-1989 yıllarını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında ise, aile plânlaması çalışmalarında koruyucu sağlık hizmetlerine ağırlık verilmesi gerekliliği savunulmaktadır (25).

2.3. Halkla İlişkiler

2.3.1. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Halkla ilişkiler adı verilen çabalara tarihin ilk dönemlerinde bile rastlandığı bilinen bir gerçektir. Eski Yunan ve Roma'da çeşitli konuların bilginler ve filozoflar tarafından halk önünde tartışılması, varılan sonuçların halkı geniş ölçüde etkilemesi, halkın desteğini kazanması "Forum" adı verilen halkla ilişkiler çabasının bir ürünüdür.

Mısır'da, Mezopotamya'da ve İran'da yapılan kazılar, zamanın yöneticilerini halka tanıtmaya ve halkın desteğini kazanma amacıyla yazılmış tabletleri ortaya çıkarmıştır. Baskı olanaklarının sınırlı olduğu çağlarda "yüzyüze ilişkiler" biçiminde görülen halkla ilişkiler çabaları, Gutenberg'in 1440'daki büyük icadından sonra kitle haberleşmesi biçimine dönüşmüş ve yaygınlaşmıştır. Gazete dediğimiz kitle haberleşme aracının gelişmesi, bu yaygınlaşmayı arttırmıştır.

Daha sonraları radyo, sinema ve televizyon gibi yeni kitle haberleşme araçlarının ortaya çıkması ile halkla ilişkiler konusunda çalışanlar geniş olanaklar elde etmişlerdir. Yirminci Yüzyıla kadar oldukça rastgele metodlarla yürütülen halkla ilişkiler çalışmaları,

(25) Koray Başol, Demografi (İzmir: 9 Eylül Ün. İİBF Yayınları, 1985), s.27.

içinde bulunduğumuz yüzyılda plânlaması, araştırması, değerlendirme çalışmaları ve kitle haberleşme araçlarının kullanılması ile bilimsel bir çalışma alanı haline gelmiştir. Bu harekette Amerika'lı Ivy Lee adlı gazeteci modern halkla ilişkilerin babası olarak bilinmektedir. 1929 yılında A.B.D'deki büyük ekonomik bunalım ve sonrasındaki İkinci Dünya Savaşı, Amerika ve Avrupa'da büyük toplumsal yaralar açmıştır. Savaş sonrasında Avrupa ve Amerika'da altüst olan sosyal ve ekonomik düzeni yeniden toparlama çalışmaları, halkla ilişkiler uygulamalarına olan ihtiyaçları da arttırmıştır. Bunun sonucu olarak özellikle 1950 lerden bu yana halkla ilişkiler hızla gelişen bir meslek kolu olarak ortaya çıkmıştır.

Halkla ilişkiler konusunda Türkiye'deki çalışmalar 1960'lı yıllarda başlamış, 1960 askeri harekâtından sonra DPT'de modern anlamda ilk halkla ilişkiler ünitesi kurulmuştur. Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi ise 1966'da SBF'ne bağlı BYYO'da bir "Halkla İlişkiler Bölümü" kurulmasıyla başlamıştır. Ülkemizde henüz sayıları az olan halkla ilişkiler uzmanları 1972 yılında ilk defa bir araya gelerek "Türkiye Halkla İlişkiler Derneği" ni kurmuşlardır.

2.3.2. Halkla İlişkilerin Anlamı

Halkla ilişkiler çoğu zaman halkı aydınlatma, bir örgüte iyi niyet ve destek sağlama, halkın zihninde örgüt hakkında olumlu bir izlenim ve imaj yaratma faaliyeti olarak tanımlanır (26).

Kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme süreci olarak da tanımlanabilen halkla ilişkiler, aslında örgütle toplumun karşılıklı çıkarları arasında iki yönlü bir haberleşme ve bilgi alışverişinde, bir denge sağlama sürecidir. Dilimizdeki "Halkla İlişkiler" sözü, İngilizce "Public Relations" deyiminin çevirisidir. Deyimde geçen "Public" sözcüğü, kamuya açık bütün bir halk "Relations" sözcüğü ise ilişkiler an-

(26) Cemal Mihçioğlu, "Halkla İlişkiler Nedir"? İçinde: Feri Maviş (der.), Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar) (Eskişehir: Anadolu Ün. AÖF Yayınları, 1986), s.14-15.

lamına gelmektedir. Uluslararası Halkla İlişkiler Enstitüsü ise halkla ilişkileri "Örgüt ve halk arasında karşılıklı anlaşmayı korumak ve kurmak için önceden plânlanmış sürekli bir çaba" olarak tanımlar (27).

2.3.2.1. Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde, her konuda olduğu gibi uyulması gereken bazı temel ilkeler vardır. Bu konudaki ilkeler şu ana başlıklar altında sıralanabilir (28) :

- a. Dürüstlük : Dürüstlük ilkesi, halkla ilişkiler çalışmalarında, bu çabalara halkla ilişkiler adının verilebilmesi veya verilememesini etkileyecek kadar önem taşıyan bir ilkedir. Araştırma, değerlendirme, yöntem, araç ve mesajların tespit edilmesinde ve planların uygulanmasında dürüstlük ilkesi en sağlıklı biçimde uygulanmalıdır.
- b. İnandırıcılık : Halkla ilişkilerde ikinci ilke, mesajların sunulmasında inandırıcı olabilmektir. Bu da halkla ilişkiler uzmanının her şeyden önce üzerinde çalıştığı konuya kendisinin inanmasına ve içinde çalıştığı hedef kitleyi ve onun tüm özelliklerini bilmesine bağlıdır.
- c. Yineleme : Halkla ilişkilerin etkili ilkelerinden biri de, önemli mesajların bir çok kez yinelenmesidir. Böylece hedef kitlenin konuyu bir daha unutamayacak biçimde belleğine yerleştirilmesi sağlanmış olur.

2.3.2.2. Halkla İlişkiler ve Kamuoyu

Halkla ilişkiler kavramını yeterince anlayabilmek ve halkla ilişkiler çalışmalarında başarıya ulaşabilmek için "Kamuoyu" kavramının açıklığa kavuşturulması gerekir. Kamuoyu (halkoyu, public opinion, opinionion publike) çok genel anlamda "Bir grup insanın bir sorun karşısında takınmış olduğu fikir ve tutum" olarak tanımlanabilir (29).

(27) Güngör Önal, Halkla İlişkiler (Bursa: BİTİA Yayınları, 1982), s.33.

(28) John Crisford, Public Relations Advances (London: Business Books, 1973), s.3-8.

(29) Nermin Abadan Unat, Kamuoyu (Ankara: Ankara Ün. SBF Yayınları, 1968), s.49.

Olaya sosyolojik açıdan bakan araştırmacılara göre kamuoyu, örgütlü grupları temsil edebileceği gibi, kalabalıkları, gazete okuyucularını, tüketiciler gibi tam anlamıyla örgütlenmemiş grupları da temsil edebilir. Kamuoyunun oluşumunu geniş ölçüde etkileyen faktörler arasında aile, okul gibi bireyi doğumdan itibaren etkilemeye başlayan kurumlar yer almaktadır (30).

Kamuoyunu biçimlendiren çevresel etkenler ise, şehirleşme ve nüfus artışı, eğitim ve öğretim düzeyi, haberleşme sistemlerinin durumu, yasal ve siyasal kurumlar olarak sıralanabilir (31).

2.3.2.3. Halkla İlişkiler Kampanyaları

Başarılı bir halkla ilişkiler kampanyasında izlenecek olan yol şu aşamalardan oluşmaktadır (32) :

- a. Bilgi Toplama : Bir halkla ilişkiler kampanyasında atılacak ilk adım, bilgi toplanmasıdır. Bilgi toplamak ise yoğun bir bilimsel araştırmayı gerektirir. Hedef olarak alınacak kitlenin özellikle eğilimleri, düşünceleri, toplumsal ve kültürel yapıları bilinmedikçe halkla ilişkiler çalışmasının amacına ulaşması mümkün değildir. Araştırmada kullanılacak araç ve yöntemlerin araştırma öncesinde belirlenmesinde ve ne kadar güvenilir olduklarının bilinmesinde büyük yarar vardır. Bu araç ve yöntemler, anketler, soru-cevap görüşmeleri, telefonla ya da yüzyüze yapılacak araştırmalar olabilir. Bu araçların uygun ve verimli biçimde kullanılmalarını sağlamak kampanyanın başarılı olmasında büyük önem taşımaktadır.
- b. Planlama : Bilgi toplama aşaması sonrasında elde edilen bilgiler değerlendirilerek, halkla ilişkiler kampanyası plânlanır. Plânlama aşamasında, kampanya için düzenlenecek bütçe, kullanılacak haberleşme araçları, personelin nitelik ve nicelikleri ile tanıtma mesajları ayrıntılarıyla tespit edilir.
- c. Ön Deneme ve Uygulama : Hazırlanan plânın ve özellikle belirlenen

(30) Walter Lippman, Public Opinion (New York: Penguin Books, 1946), s.9.

(31) Agk, s.12.

(32) Önal, s.33.

mesajların küçük gruplar üzerinde ön denemeyle sınılanması, ortaya çıkabilecek aksaklıkların tespit edilerek düzeltilmesi açısından büyük yarar sağlar. Ön denemenin, yapılmasından sonra sıra hazırlanan plânın uygulanmaya başlamasına gelecektir. Uygulama aşamasında kampanya dikkatle takip edilmeli aksaklıklar anında düzeltilmelidir.

- d. Sonuçların Değerlenmesi : Hazırlanan plânın uygulanmasıyla birlikte alınan sonuçları değerlendirme çalışmaları da başlamalıdır. Bu değerlendirme uygulanmış olan kampanyanın başarı derecesinin tespit edilmesine de yardımcı olacaktır.

2.3.2.4. Halkla İlişkiler Kampanyalarında Kullanılan Araçlar

Halkla ilişkiler kampanyalarında kullanılabilecek araçları şu ana başlıklar altında sınıflandırmamız mümkündür (33) :

A. Yazılı Araçlar

1. Gazeteler : Halkla ilişkiler kampanyalarında başvurulan araçların başında gazeteler yer almaktadır. Ancak gazetelerden istenilen şekilde yararlanabilmek için okuyucu kitlesinin özelliklerinin bilinmesi gereklidir. Gazetelerin içeriklerine göre okuyucuları da değişmektedir. Bu değişiklik halkla ilişkiler kampanyalarında son derece önemli yer tutar.

- a. Basın Bildirileri : Gazete yoluyla yürütülecek bir halkla ilişkiler programı içinde basın bildirileri önemli bir yer tutar. Basın bildirisinin açık, kısa ve anlaşılır olması gerekir.

- b. Basın Toplantıları : Basın toplantısı, yazılı ve sözlü basının mensuplarına açık olan ve kitle iletişim araçlarına önemli haberlerin aktarılmak istenildiği bir halkla ilişkiler yöntemidir. Basın toplantısı, basın konferansı, üretilen bir malın tanıtımı, bir gösteri ya da toplantıya konu olan ünitelerin gezdirilmesi biçiminde olabilir. Basın

(33) Metin Kazancı, Halkla İlişkiler Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar (Ankara: Savaş Yayınları, 1982), s.147-160.

toplantısına katılacakların sayısının önceden bilinmesinde, basın toplantısının tarihi ve saatinin başka önemli bir toplumsal olayla aynı gün ve saatlere mümkün olduğu kadar getirilmemesine dikkat edilmesinde büyük yarar vardır. Unutmamak gerekir ki basın toplantısının başarısı, ilgili konunun yalnızca kitle iletişim araçlarında yer almasıyla değil, kamuoyunda yankı yapması, ilgi görmesiyle mümkündür.

c. Yazılı Basından Yararlanmada Başvurulan Öteki Yollar : Gerek dergi gerekse gazetelerde yer alma, onlar aracılığıyla kurumun yapı ve fonksiyonlarını tanıtmaya çeşitli yöntemlerle sağlanır. Bunların başında "haber" gelir. Kuruma ilişkin olaylar ve gelişmeler yazıya ve şekle dönüştürülerek gazete ve dergilere ulaştırılır. Gazete ve dergilerden yararlanmanın bir başka yolu yazı yayınlanmasıdır. Bunlar çoğunlukla makale ve fıkra biçiminde olabileceği gibi okuyucu mektubu şeklinde de olabilir. Bunların yanı sıra, röportaj ve fotoğraflardan da halkla ilişkiler kampanyalarında yararlanılabilir.

2. Dergiler : Gazetelerin halkla ilişkiler aracı olarak sahip oldukları özelliklerin dergiler için de geçerli olduğu söylenebilir. Dergilerin en önemli özellikleri, yöneldikleri belirli okuyucu kitlelerinin olmasıdır. Bu açıdan dergilere gönderilecek konulara özen göstermek gerekmektedir.

3. Halkla İlişkiler Kampanyalarında Kullanılan Öteki Yazılı Araçlar : Bir halkla ilişkiler uygulamasında hedef kitlenin değişik özelliklerine göre, yazılı araçlardan yararlanılır. Bu araçlar broşürler, bültenler, yıllıklar, el kitapları, afişler ve pankartlar olarak sıralanabilir.

B. Yayın Araçları : Halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılan yayım araçlarının temelde kulağa ve göze hitabeden kitle iletişim araçları olduğu bilinen bir gerçektir. Bu araçların yazılı basına oranla belirli bazı üstünlükleri bulunmaktadır. Söz gelişi, radyoyu dinlemek için okur-yazar olmaya gerek yoktur. Bu nedenle herkese yönelebilen bu araçlar özellikle az gelişmiş ülkelerde iletişim açısından önemli rol oynarlar.

1. Radyo : Günümüzde halkla ilişkiler aracı olarak radyo etkili bir biçimde kullanılabilir. Radyonun hemen hemen tüm programlarından bu konuda yararlanılabilir. Haber bültenleri, dökümanter programlar, açık oturumlar, röportajlar hatta kısa anonslar halkla ilişkiler uygulaması içinde kullanılabilir.
 2. Televizyon : Radyoya ek olarak televizyonun söyleneni güçlendirmesi, görüntüyü ön plâna getirip belirli bir düşünce ve görüş oluşturması, onu daha etkili bir araç durumuna getirmektedir. Televizyonda sese ek olarak bir de görüntü gelmektedir. Halkla ilişkiler konusunda radyo için söylenenleri televizyon için de tekrarlamak mümkündür. Ancak, hemen belirtmek gerekir ki bir kuruluşun kendi olanakları ile ve yalnızca halkla ilişkiler amacıyla program hazırlanması son derece zordur. Kuruluşlar bu konuda ya program yapımı için oluşturulmuş özel kuruluşlardan yardım istemekte ya da televizyon kurumu ile anlaşılıp belirli programların yapımını birlikte gerçekleştirmektedirler.
 3. Film : Halkla ilişkiler alanında öteki araçlar kadar olmamakla birlikte kullanılan kitle iletişim araçlarından biri de filmlerdir. Özellikle sinema filmi deyimiyile tanınan konulu filmler ve dökümanterler bu aracın yaygın örnekleridir.
- C. Festivaller : Günümüzde halkla ilişkiler faaliyetlerinde festivallerden de yararlanılmaktadır. Festivaller halkla ilişkiler çalışmalarında iyi bir şekilde düzenlendiklerinde kamuoyunun dikkatini çekebilmektedirler.
- D. Yarışmalar : Değişik kesimler ya da kişiler arasında düzenlenen yarışmalar ilgiyi konu üzerine çekmek için düşünülmüş yöntemlerdir.
- E. Toplantılar : Toplantılar halkla ilişkiler çalışmalarında sık sık başvurulan yollardan biridir. Toplantılar seminer biçiminde olabileceği gibi konunun niteliğine göre konferans, karşılıklı tartışma ve açık oturum şeklinde de olabilir.
- F. Sergiler : Günümüzde giderek gelişen kitle iletişim araçları içerisinde sergilerin yeri ve önemi giderek azalmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamalarında sergiye yer verecek kuruluşların sergide anlatılmak istenen şeylerin açık ve anlaşılır olmasına dikkat etmeleri gerekmektedir.

Halkla ilişkiler kampanyaları içersinde kullanılan arağlara kuşkusuz daha bir çok araç eklenebilir. Söz gelişi, kurslar, törenler, geziler vb. belirli ortamlarda birer halkla ilişkiler aracı olabilirler. Bunlardan hangisinin kullanılacağını mevcut durum ve halkla ilişkiler uzmanının yeteneği ve tecrübesi belirleyecektir.

T. C.
ANADOLU ONİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

III. T Ü R K İ Y E ' D E N Ü F U S
V E A İ L E P L A N L A M A S I

3.1. Türkiye'de Nüfus ve Aile Planlamasına İlişkin Yasalar

3.1.1. 557 Sayılı Yasa

10 Nisan 1965 tarihinde uygulanmaya başlayan 557 Sayılı Nüfus Planlaması Hakkındaki Kanun, ülkemizde nüfus planlaması konusunda atılmış önemli bir adımdır. Söz konusu kanun her ne kadar "Nüfus Planlaması Hakkındaki Kanun" adını taşımaktaysa da temel hedef ve felsefe "Aile Planlaması" dır.

Bu yasanın getirdiği en önemli yenilik "Fertlerin istedikleri zaman istedikleri sayıda çocuk sahibi olabilmelerini" hükme bağlamasıdır. Diğer yandan bu yasa ile gebeliği önleyici ilaç ve araçların temin edilmesi, uygulamaların yürütülmesi bir devlet görevi olarak benimsenmiş ve bu görevin yerine getirilmesi sorumluluğu SSYB'ye verilmiştir(34).

557 Sayılı Yasa, genel olarak gebeliğin önlenmesi için ilaç ve araç kullanımını yasaklayan bir önceki yasa maddelerini yürürlük-

(34) Nüfus Planlaması Hakkında Kanun (557 S.K, RG. 10 Nisan 1965, S.11976).

ten kaldırarak, aile planlaması hizmetlerinin yürütülmesini yeniden düzenleyen bir yasa olarak tanımlanabilir. Yasanın öngördüğü hizmetleri yürütmek üzere aynı yıl SSBY bünyesinde Türkiye'de ilk kez Nüfus Plânlaması Genel Müdürlüğü kurulmuş, bu müdürlüğün merkez ve taşra teşkilâtı oluşturulmuştur. Ancak daha sonraları Ana Çocuk Sağlığı hizmetleri ile Aile Plânlaması hizmetlerinin birlikte yürütülmesinden doğacak yararlar dikkate alınarak Şubat 1982'de bu iki Genel Müdürlük "Aile Plânlaması-Ana ve Çocuk Sağlığı (APAÇS) Genel Müdürlüğü" adı altında birleştirilmiştir.

Bu yaklaşım ile 557 Sayılı Yasa'ya dayalı olarak yaklaşık 20 yıl kadar yürütülen aile planlaması hizmetlerinde az da olsa belli bir aşamaya varıldığı 1963 yılından bugüne kadar her 5 yılda bir yapılan doğurganlık araştırması sonuçlarına göre söylenebilir.

1983 yılında HÜNEE'nün yaptığı Doğurganlık Araştırmasının bulgularına göre, araştırmanın kapsamına giren evli kadınların % 88'inin gebeliği önleyici herhangi bir yöntemi bildiği, % 50'sinin bu yöntemlerden herhangi birini kullandıkları ve kullananların da % 18'inin başarılı oldukları tesbit edilmiştir (35).

Yine aynı araştırma sonuçlarına göre araştırmanın kapsamına giren evli ve doğurgan kadınların % 57'sinin daha fazla çocuk istemedikleri ve istenen çocuk sayısının ise 3 olduğu belirlenmiştir (36).

557 Sayılı Yasa'nın uygulandığı dönemde, tıbbi zorunluluk dışında düşük yapma ve yaptırma suç olmasına rağmen çocuk düşürme olayları her geçen yıl artmış, 1963 yılında her 100 kadından 7,6'sının isteyerek düşük yaptığı ve bu oranın 1978'de 16,8'e, 1983 yılında ise 20'ye ulaştığı görülmüştür (37).

3.1.2. 2827 Sayılı Yasa

557 Sayılı Yasa'nın belli bir süre sonra uygulamada yetersiz

(35) Türkiye Doğurganlık Araştırması (Ankara : HÜNEE Yayınları, 1983), s.36-38.

(36) Agk, s.40.

(37) Mehmet Peker, Nüfus Politikaları (Ankara : DPT Türkiye'de Plânlı Dönemde Nüfus ve Aile Plânlaması Çalışmaları, 1983), s.73.

kalmasıyla SSYB, bu kanunun bazı maddelerinin toplumun ihtiyaçlarına göre yeniden düzenlemesi için bir değişiklik tasarısı hazırlamış ve bu tasarı 27 Mayıs 1983 tarihinde 2827 Sayılı "Nüfus Plânlaması Hakkındaki Kanun" adıyla yasalaşmıştır.

Aile plânlaması hizmetlerini geniş kapsamlı olarak ele alan 2827 Sayılı Yasa ile, anne açısından tıbbi bir sakınca olmaması halinde istek üzerine 10 haftaya kadar olan gebeliklerin devletin denetimi ve gözetimi altında sonlandırılması hükmüne bağlanmıştır (38).

Korunma yöntemlerinin başarısızlığından oluşan gebeliklerin sağlıklı bir biçimde sonlandırılabilmesine imkân sağlayan 2827 Sayılı Yasa ile ayrıca, aile plânlaması uygulamalarının kırsal alanlarda en uç noktalara kadar yaygınlaştırılabilmesi için hekim ve hekim olmayan sağlık personeline (pratisyen hekim, ebe ve hemşirelere) uygulama yetkisi verilmiştir. Ülkemiz için gerçek bir reform niteliğinde olan bu yetkinin yerinde ve zamanında, doğru olarak kullanılabilmesi için yasa eğitimi bir zorunluluk olarak getirmiştir. Ayrıca tüm kamu kuruluşlarının aile plânlaması hizmetlerinde görevlendirilmesi ve aile planlaması eğitiminin örgün eğitim kurumlarına sokulması 2827 Sayılı Yasa ve ekleriyle getirilen yeniliklerdendir (39).

Bütün bunlara ilâve olarak 2827 Sayılı Yasa ve eklerinin, bürokratik formaliteleri azaltarak aile plânlaması hizmetlerine yeni düzenlemelerle belli bir disiplin getirmesi, konuyla ilgili olarak atılmış önemli adımlardan biridir.

3.2. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Hizmetleri

3.2.1. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Hizmetlerinin Düzenlenmesi

Türkiye'de nüfus plânlaması hizmetleri "509 Sayılı Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütme Yönetmeliği" gereğince SSYB içinde Aile Plânlaması Ana ve Çocuk Sağlığı (APAÇS) Genel Müdürlüğü" tarafından yürütülmektedir. Aynı Genel Müdürlük, nüfus ve aile plânlaması hizmetlerinin plân ve programlarını yapmak, uygulamak konuyla ilgili hizmet

(38) Nüfus Plânlaması Hakkında Kanun (2827 S.K, RG.27 Mayıs 1983, S.18059).

(39) Agk, Mad.9.

veren resmi ve özel kuruluşlara ilaç, araç-gereç ve bilgi desteği sağlamak, bunları değerlendirmek ve genişletmekle yetkili ve sorumludur(40).

Aynı yönetmeliğe göre SSYB nüfus plânlaması konusunda diğer kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak üzere Nüfus Plânlaması Danışma Kurulu'nu kurmakla yükümlüdür. SSYB, diğer kurum ve kuruluşların temsilcileri ile Bilimsel Çalışma Kurulu'ndan oluşan Nüfus Plânlaması Danışma Kurulu :

- Nüfus plânlaması konusunda strateji tespit etmek ve hizmetlerin yürütülmesi konusunda bakanlığa görüş bildirmek,
- Tüm kurum ve kuruluşlarda yürütülen nüfus plânlaması çalışmalarını yılda bir kez rapor halinde yayınlamakla görevlidir (41).

Türkiye'de nüfus ve aile plânlaması hizmetlerinin taşrada yürütülmesinden ise Valiler ve İl Sağlık Müdürleri sorumludur. Nüfus ve aile plânlaması hizmetlerini il düzeyinde yürütmek üzere İl Sağlık Müdürlüğü'ne bağlı olarak Aile Plânlaması-Ana Çocuk Sağlığı Şube Müdürlükleri kurulmuştur. İl düzeyinde konuyla ilgili yapılan çalışmaları ve bu çalışmaları yürüten personeli Valiler ve İl Sağlık Müdürleri düzenli ve sürekli olarak denetlemekle görevlidirler (42).

3.2.2. Türkiye'de Nüfus ve Aile Plânlaması Uygulama Yerleri

Türkiye'de nüfus ve aile plânlaması uygulama yerleri "509 Sayılı Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütme Yönetmeliği" çerçevesinde belirlenmiştir. Bu yönetmeliğe göre Türkiye'de konu ile ilgili uygulama çalışmaları :

- Bakanlıkça tespit edilen yataklı tedavi kurumlarında açılan Nüfus Plânlaması Kliniklerinde,
- Aile Plânlaması-Ana Çocuk Sağlığı Dispanserlerinde,
- Sağlık Ocaklarında ve
- Sağlık Evlerinde yürütülmektedir (43).

(40) Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütme Yönetmeliği (509 S.Yön, RG. 6 Ekim 1983, S.18183).

(41) Agk, Mad.10.

(42) Agk, Mad.11-12.

(43) Agk, Mad.13.

T. G.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

Bu uygulama yerlerinin dışında aynı yönetmeliğe göre :

- a. Yönetmelikte belirtilen koşulları sağlamak, araç ve gereçleri bulundurmamak koşuluyla özel muayenehaneler gebeliği önleyici ve sonlandırıcı yöntemleri uygulayabilir,
- b. İkiyüz ve daha yukarı sayıda işçi çalıştıran resmî ve özel tüm kurum ve kuruluşlarla işyerleri istedikleri takdirde bir "Nüfus Plânlaması Eğitim ve Uygulama Bölümü" açabilirler (44).

Yukarıda sıralanan uygulama yerlerinde, nüfus ve aile plânlaması hizmetlerini yürüten personelin görev yetki ve sorumlulukları ise "507 Sayılı Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütecek Personelin Eğitimi, Görev Yetki ve Sorumlulukları Hakkındaki Yönetmelik"le belirlenmiştir (45).

(44) Agk, Mad.17-18.

(45) Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütecek Personelin Eğitimi, Görev Yetki ve Sorumlulukları Hakkında Yönetmelik (507 S.Yön, RG.10 Eylül 1983, S.18161).

IV. T Ü R K İ Y E ' D E A İ L E P L Â N L A M A S I
 U Y G U L A M A L A R I N I N H A L K L A
 İ L İ Ş K İ L E R F A A L İ Y E T L E R İ
 A Ç I S I N D A N İ N C E L E N M E S İ

Çağımızda gün geçtikçe gelişen teknoloji ve bunun sonucunda da değişen toplumsal koşullar, günümüz toplumlarını insan ve onunla ilgili olan gerçekler üzerinde durmaya yöneltmiştir. Bu nedenle günümüzün gelişmiş toplumları, insan gerçeğini yakından ilgilendiren nüfus plânlaması kavramı üzerinde dikkatle durmakta ve her geçen gün konuyla ilgili çalışmalarını yoğunlaştırmaktadırlar. Bu ülkeler, nüfus plânlaması programlarının uygulanmasında son yıllarda "Halkla İlişkiler" denilen önemli bir iletişim sistemini geliştirmişler ve bu sistemi konuyla ilgili uygulamalarda önemli bir araç haline dönüştürmüşlerdir (46).

Bu gerçek ülkemiz açısından da önemlidir. Ama asıl önemli sorun, bu konuda yeni ve gerçekçi programların hazırlanması ve bu programların uygulanmasında "Halkla İlişkiler" i etkili bir araç olarak kullanabilmektir.

Türkiye'de başlangıçta "Nüfus" daha sonraları "Aile Plânlaması" adını alan uygulamalara bakıldığında, bu uygulamaların halkın yönetimden istekleri ile değil, yönetimin onlar adına düşünmesi ve

(46) Hüsnü Kişnişçi, Aile Plânlamasında Kullanılan Yöntemler ve Bu Yöntemlerdeki Yeni Gelişmeler (Ankara : HÜ Yayınları, 1982), s.49.

hareket etmesi sonucu gündeme geldiği görülür. Bu nedenle de bugüne kadar konuyla ilgili çalışmalar yetersiz ve verimsiz kalmıştır.

4.1. Türkiye'de Kamu Kuruluşlarının Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri

Türkiye'de aile plânlaması konusundaki uygulamalar, bilindiği gibi "2827 Sayılı Nüfus Plânlaması Hakkındaki Kanun" ve "509 Sayılı Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütme Yönetmeliği" çerçevesinde sürdürülmektedir. Bu yasa ve yönetmelik uyarınca, Türkiye'de aile plânlaması eğitim-öğretim ve uygulama hizmetlerinin ülke çapında yürütülmesinden ve koordinasyonunun sağlanmasından SSBY sorumludur. Aynı yasa ve yönetmelik söz konusu faaliyetlerin yürütülmesinde Milli Savunma, Milli Eğitim Gençlik ve Spor, Sosyal Güvenlik Bakanlıklarının yanı sıra :

- a. Yüksek öğretim kurumlarına ,
- b. Sosyal Güvenlik kurumlarına ,
- c. Tüm kamu kurum ve kuruluşlarına ,
- d. Kamu kurumu niteliğindeki ilgili meslek kuruluşlarına ve
- e. Özel ve Gönüllü kuruluşlara, görevler vermektedir (47).

İlgili yasa ve yönetmelikle kendilerine görev verilen bu kurum ve kuruluşların geçmişten günümüze aile plânlaması ile ilgili ortaya koydukları çalışmalara bakıldığında bu çalışmaların bilinçli ve programlı bir şekilde düzenlenmiş, halkla ilişkiler faaliyetlerinden çok, yasa savma türünden çalışmalar olduğu gözlenir.

Türkiye'de siyasal iktidarların sık sık değişmesi ve aile plânlaması çalışmalarında yeterli organizasyonun sağlanamaması bu kurum ve kuruluşların konuyla ilgili çalışmalarını olumsuz yönde etkilemiştir (48).

Ülkemizde kamu kuruluşlarının güçlkle de olsa adına halkla ilişkiler diyebileceğimiz aile planlamasına ilişkin faaliyet-

(47) 507 S.Yön, Mad.2.

(48) Ali Gürgüç; Aile Plânlaması Sorunları (Ankara : Jinekoloji Derneği Yayınları, 1983), s.42.

lerini şu ana başlıklar altında toplayarak ele alabiliriz :

- a. Aile plânlamasını topluma tanıtma faaliyetleri : Türkiye'de Kurtuluş Savaşı'ndan 1960'lı yıllara kadar uygulanan "Doğurganlığı Arttırıcı Nüfus Politikası" bugün bile genel olarak toplumumuzda yer etmiş bir politika görünümündedir. Bu nedenle bu eski politikanın toplumumuz üzerindeki etkisini bir hamlede silerek yeni bir nüfus politikasının uygulamaya konulmasında bazı güçlüklerle karşılaşılacağı açıktır (49).

Aile plânlaması, ailelerin ve bireylerin istekleri ve inisiyatifleri ile gerçekleştirilecek bir program olduğundan, uygulanması öncelikle halkın konuya inanmasına ve desteğine bağlıdır. Aileleri ve bireyleri bu konuda ikna etmenin kesin yolu ise aile plânlamasını topluma tanıtma faaliyetlerinden geçmektedir. Geçmişten günümüze aile plânlamasının topluma tanıtılmasında kamu kuruluşlarının üzerlerine düşen görevleri yerine getirdikleri söylenemez. Bu kurum ve kuruluşlar böyle bir faaliyette öncelikle kitle iletişim araçlarını kullanmada çok yetersiz kalmışlar, halkla ilişkilerde temel öge olan iletişimi göz ardı etmişlerdir.

- b. Aile plânlaması konusunda toplumu eğitime faaliyetleri : Türkiye'de aile plânlaması konusundaki eğitim çalışmaları yaygın, örgün ve meslek eğitimi çerçevesinde sürdürülmektedir (50).

Bu konudaki yaygın eğitim hizmetlerini SSYB, APAQS Genel Müdürlüğü ülke çapında düzenlemek ve yürütmekle görevlidir. İllerde ise bu eğitim hizmetleri Valiler, İl Sağlık ve APAQS Şube Müdürlükleri tarafından yürütülmektedir.

Aile plânlaması konusundaki yaygın eğitim hizmetlerini silahlı kuvvetler SSYB ile işbirliği yaparak kendi bünyesinde uygulamakta, TRT konuyla ilgili eğitim programlarını yine SSYB'ye danışarak hazırlamakta ve yayınlamaktadır.

(49) Agk, s.44-45.

(50) 509 S.Yön, Mad.6.

Türkiye'de aile plânlaması konusundaki halk eğitimini genellikle sağlık personeli üstlenip yürütmektedir. Özellikle sağlık ocağı ve sağlık evi gibi uç basamakta çalışan personelin bu konudaki önemli görevlerinden birisi toplumun eğitimidir.

Bu eğitim çalışmaları uygulamada grup eğitimi şeklinde yapılmaktadır. Oysa nüfus sorunlarının çok önemli olduğu Türkiye'de konu ile ilgili yaygın eğitim çalışmalarını sürdürmek sadece SSB bünyesinde sağlık personelinin üstlenebileceği bir görev değildir. Başta MEGSB olmak üzere diğer bakanlık ve kuruluşların yaygın eğitimde konuya sahip çıkmaları gerekmektedir.

Kırsal yörelerde, aile plânlaması eğitimi çalışmalarında sağlık personelinin yörenin toplum liderleri ile (öğretmen, imam, köy muhtarı) işbirliği yapması toplumu motive edici önemli bir yol olarak gözükmektedir. Nüfusla ilgili olaylarda yetişkin eğitiminin hangi programlar içinde ve nasıl yapılacağı bir devlet politikası olarak ele alınarak sistemli bir biçimde hedefler tespit edilerek yürütülmelidir.

Gelişmiş ülkelerin örgün eğitimde özellikle aile plânlaması konularına uzun süreden beri yer verdikleri bilinmektedir. Halen pek çok ülkede özel programlar halinde, resmi ilk ve orta eğitim programı içine sağlık ve aile plânlaması konularının entegre edilmesi konusunda çalışmalar yapılmaktadır (51).

İsveç'te 1930 yılından beri bu tür programların ilk ve orta eğitim kuruluşlarının programları içersinde yer almasının, ülke nüfusunun azalmasında etkili olduğu söylenebilir (52).

Bu tür programların esas amacı, çocuklarda erken dönemde nüfus ve nüfus sorunları ile ilgili kavram ve norm geliştirmek, karar verdirmek ve ileride bu konuda toplumun liderleri olmalarını sağlamaktır (53).

(51) Robert Wense, Population Educations in the Schools (New York : New Public Books Ltd., 1968), s.28-33.

(52) Agk, s.46.

(53) Agk, s.54.

Ülkemizde ise aile plânlaması konusundaki örgün eğitim hizmetlerinin orta öğretim kurumlarından başlanarak tüm resmi ve özel okulların eğitim, öğretim programlarında yer alması gerekliliği 509 Sayılı Nüfus Plânlaması Yönetmeliği'nde belirtilmektedir (54).

Konuyla ilgili uygulamalara gelince Türkiye'de bırakınız aile plânlaması eğitimini, sağlık eğitimine bile gereken önemin verilmediği açıkça görülür. Ortaokul ve liselerimizde geçtiğimiz son bir kaç yıl içinde eğitim programlarına alınan Sağlık Bilgisi dersleri yetersizdir.

Bu nedenlerden dolayı ülkemizde aile plânlaması programları, kadınlarımıza genellikle istemedikleri sayıda çocukları olduktan sonra ulaşmaktadır.

- c. Aile plânlaması ile ilgili uygulama hizmetlerini yürütme faaliyetleri : Türkiye'de aile plânlaması konusundaki uygulama hizmetleri SSYB'nın kontrolünde ve koordinatörlüğünde diğer kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte özel ve gönüllü kuruluşların çabalarıyla sürdürülmektedir. Ancak, bu hizmetlerin yürütülmesinde temel görev ve sorumluluk SSYB'na bağlı nüfus plânlaması uygulama yerlerinde :
- i . Gebeliği önleyici yöntemler hakkında halk ve personel eğitiminin yapılması,
 - ii . Gebeliği önleyici yöntemlerden gerekenin uygulanması,
 - iii. Acil durumlarda rahim tahliyesi,
 - iv . İsteyen kadın ve erkeğe sterilizasyon ameliyatlarının yapılması,
 - v . Gebeliği önleyici araç ve gereçlerin halka parasız olarak dağıtılması,
 - vi . Rahim içi araç uygulamalarının halka parasız olarak sunulması ve
 - vii. Ev ve aile ziyaretleriyle halk eğitiminin gerçekleştirilmesi şeklinde yürütülmektedir (55).

SSYB, APAÇS Genel Müdürlüğü klinik ve doktor olmayan bölgele-

(54) 509 S.Yön., Mad.7.

(55) 509 S.Yön., Mad.13-16.

rimize ulaşabilmek için eğitim ve tatbikat ekiplerinden oluşan gezici ekiplerden faydalanmakta, bu ekipler aracılığıyla rahim içi araç, hap ve kondom dağıtım çalışmaları sürdürmektedir.

ÇİZELGE IV-1

SSYB, AİLE PLÂNLAMASI VE ANA ÇOCUK SAĞLIĞI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

RİA-HAP-KONDOM DAĞITIMI ÇALIŞMALARI

(1965-1984)

Yıllar	RİA	HAP	KONDOM
1965	5 193	-	-
1970	57 180	8 417	-
1975	47 571	11 752	4 573
1980	96 192	89 381	64 368
1984	162 234	221 331	284 803

Kaynak : SSYB, Aile Plânlaması ve Ana Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu (Ankara : SSBYB Yayınları, 1985), s.33.

4.2. Türkiye'de Özel Kuruluşların Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri

Türkiye'de özel kuruluşların aile plânlaması konusundaki faaliyetlere katılmaları, konuyla ilgili yasalar çerçevesinde gerçekleşmektedir. Mevcut yasalar gereği özel kuruluşlar konuyla ilgili faaliyetlerini SSBYB'nın koordinatörlüğünde APAÇS Genel Müdürlüğü ile işbirliği içinde gerçekleştirmeye zorunludurlar (56).

Ülkemizde özel kuruluşların aile plânlamasına ilişkin faaliyetlerine bakıldığında, bu faaliyetlerin istenilen düzeyde olmadığı

(56) 2827 S.K, Mad.2.

görülür. Söz konusu kuruluşların faaliyetleri resmi kurum ve kuruluşların faaliyetleri yanında çok küçük bir alanı kapsamaktadır. Özel kuruluşlar bu hizmetleri temelde devletin görevi olarak görmekte ve bu yüzden konuyla ilgili faaliyetlere katılmak istememektedir. Özel kuruluşların konuyla ilgili giriştikleri faaliyetlerin sayıca azlığı da bu nedenden kaynaklanmaktadır.

Geçmişten günümüze özel kuruluşların konuyla ilgili gerçekleştirdikleri hizmetleri halkla ilişkiler faaliyeti olarak tanımlamak oldukça güçtür. Oysa gerçekte özel kuruluşların aile planlaması ile ilgili çalışmalara katılabilmeleri için halkla ilişkiler mükemmel bir yoldur.

Türkiye'de özel kuruluşların aile plânlamasına ilişkin faaliyetlerini şu ana başlıklar altında inceleyebiliriz :

a. İşyerlerinin nüfus plânlaması faaliyetleri : Türkiye'de işyerlerinin nüfus plânlaması hizmetleri "509 Sayılı Nüfus Plânlaması Hizmetlerini Yürütme" yönetmeliğince düzenlenmektedir. Bu yönetmelikte ikiyüz ve daha yukarı sayıda işçi çalıştıran resmi ve özel tüm kurum ve kuruluşların, iş yerlerinde bir "Nüfus Planlaması Eğitim ve Uygulama Bölümü" açtıkları takdirde kendilerine SSYB'nın gerekli desteği sağlayacağı hükmü yer almaktadır (57).

Türkiye'de aile plânlaması faaliyetlerine bünyelerinde yer veren kuruluşlar daha çok kamu kuruluşu niteliğindeki işyerleri olmaktadır. Bugüne kadar işyerlerinde ikiyüzden fazla işçi çalıştıran özel işyerlerinin bu konuda gerçekleştirdikleri uygulamaların sayısı ise yok denecek kadar azdır.

İşyerlerinde aile plânlaması faaliyetlerinin düzenlenmesinde, çalışanların bağlı buldukları dernek veya sendikalara önemli görevler düşmektedir. Yakın bir geçmişte çeşitli sendikalar değişik iş alanlarında toplam 243.000 işçiyi SSYB ile ortaklaşa düzenledikleri eğitim ve uygulama çalışmaları aracılığıyla konu hakkında bil-

gilendirmişlerdir (58).

Günümüzde özel ve resmi kurum ve kuruluşlarda çalışanların aile plânlamasının önemini kavramaları, bu işyerlerinde konuyla ilgili faaliyetlerin yoğunlaşmasına neden olacaktır. Bu tür faaliyetlerin işyerlerinde yoğunlaştırılmasında öncelikle görev devlete daha sonra da sendika ve işverenlere düşmektedir.

- b. Aile plânlamasına yönelik ilaç, araç ve gereç üreten ticari kuruluşların faaliyetleri : Türkiye'de SSYB gebeliği önleyici ilaç ve araçları temin veya imal etmeye veya ettirmeye, muhtaç olanlara bu ilaç ve araçları parasız veya maliyetinden ucuz fiyatla verdirmeye, sat-tırmak için tedbir almaya yetkili tek kuruluştur. Bu tür ilaç ve araçların imal veya Türkiye'ye ithali SSYB'nın iznine bağlıdır (59).

Ülkemizde aile plânlamasında kullanılacak ilaç ve araçların niteliği, aralarında tıp fakülteleri öğretim üyelerinin de bulunduğu bir komisyonun yazılı görüşü alınarak SSYB tarafından tespit edilir. Bu ilaç araç ve gereçlerin propogandası ise "2827 Sayılı Nüfus Plânlaması Hakkındaki Kanun" hükümlerince yapılır. Bu yasaya göre gebeliği önleyici nitelikte oldukları kabul edilmeyen ilaç ve araçları yurt içinde imal edenler veya her ne suretle olursa olsun dağıtanlar veya ticaret maksadıyla yurda sokanlar veya bu maksatla bulunduranlar yedi aydan iki yıla kadar hapis ve otuzbin liradan yüzellibin liraya kadar ağır para cezasına çaptırılırlar, imalat haneleri kapatılır, ilaç ve araçları müsadere olunur (60).

Yasaların getirdiği kısıtlamalar göz önüne alınırsa konuyla ilgili ilaç, araç ve gereç üreten ticari kuruluşların faaliyetlerinin sadece ürettikleri ilaç, araç ve gereçlerin reklam ve tanıtım çalışmaları ile sınırlı kaldığını söylemek mümkündür. Reklam ve tanıtım çalışmalarının hedef kitlesini ise konuyla ilgili meslek grupları oluşturmakta, geniş halk kitlelerini kapsamaktan çok

(58) Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yıllık Faaliyet Raporu
(Ankara : TÜRK-İŞ Yayınları, 1984), s.73.

(59) 2827 S.K, Mad.3.

(60) Agk, Mad.7.

uzak kalmaktadır. Diğer yandan SSYB ile diğer kamu kurum ve kuruluşlarının aile plânlamasına ilişkin halkla ilişkiler faaliyetlerinde bu tür ticari kuruluşları dışladıkları bilinen bir gerçektir.

Halen Türkiye'de 9 ticari kuruluş gebeliği önlemeye yönelik 18 tür ilaç, araç ve gereç üretmektedir (61).

Bu ticari kuruluşlar yeni ürettikleri bir malın piyasaya tanıtımını, öncelikle yazılı basın aracılığı ile duyurmakta daha sonra ise hedef kitle olarak tespit edilen ilgili meslek gruplarına (doktor, eczacı vb.) mamülü ayrıntılı olarak tanıtan broşürler, tanıtım kitapçıkları ve eşantyon örnekler göndermektedirler. Bu tür bazı ticari kuruluşların piyasaya yeni sundukları bir mamul hakkında hedef kitleler için basın toplantıları ve seminerler düzenledikleri de görülmektedir.

4.3. Türkiye'de Gönüllü Kuruluşların Aile Plânlamasına İlişkin Halkla İlişkiler Faaliyetleri

Aile plânlamasını, aile düzeyinde ana-babanın arzu ettikleri çocuk sayısını, istedikleri sosyal ve psikolojik koşullar içinde gerçekleştirme imkânı yaratmak olarak düşündüğümüzde, aynı zamanda onu toplumun nüfus yapısını olumlu yönde etkileyecek uyarma, bilgi verme, hizmet sunma ve gönüllü katılmayı sağlama gibi programlardan ve çalışmalarından oluşan bir sistem olarak kabul etmemiz gerekir. Bu sistemin de en önemli dayanağı halkın eğitimidir.

Diğer ülkelerde yapılan çeşitli araştırmalar ailelerin bilgi edinme ihtiyacı içinde oldukları konunun aile plânlaması konusu olduğunu ortaya çıkarmıştır. Gene aynı konuda yapılan araştırmalar aile plânlamasını bir plânlama, düzenleme ve iyileştirme çabası olarak görmüş, özellikle gelişmekte olan ülkelerde gönüllü kuruluşların bu tür çabalarındaki yerini önemle vurgulamışlardır (62).

(61) SSYB, İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü (Ankara : Eylül 1986).

(62) Hindistan'da Aile Plânlaması Programlarına Genel Bir Bakış (Ankara : SSYB Yayınları, 1966), s.48-53.

Aile plânlaması gibi çok nazik bir konuda gönüllü kuruluşların, aileye hizmet vermeyi amaçlayan bir yardımcı olarak ortaya çıkmaları konuyu ailenin benimsemesinde önemli bir rol oynayacaktır.

Bu yaklaşım içersinde devletin yerine ailenin karşısına gönüllü kuruluşların çıkması, ailenin eğitiminde önemli olan yakınlaşma ve anlaşmayı kolaylaştıracaktır. Gönüllü çalışmalar, çok zaman ve insan gücü isteyen, az insana hitabeden ve adım adım ilerleyen çalışmalardır. Ancak gönüllü çalışmalarla elde edilen başarılar daha kalıcı başarılardır (63).

Gönüllü kuruluşların diğer çalışma alanlarından birisi de, tıbbi uygulama hizmetlerinin sağlanmasında danışmanlık görevinin yerine getirilmesidir. Aileyi, ana ve çocuk sağlığını korumayı, iyileştirmeyi ve geliştirmeyi hedef alarak, gebelikten korunmanın yollarını ve araçlarını tanıtan ve halka bu konuda ne zaman ve nereye başvurmaları gerektiğini gösteren gönüllüler, yaptıkları eğitimin hangi yönde yol aldığına da denetlemek zorundadırlar.

Türkiye'de gönüllü kuruluşların nüfus plânlamasına ilişkin halkla ilişkiler faaliyetleri yukarıda sıralanan özelliklerden uzak gözükmektedir. SSYB'nın konuyla ilgili hizmet vermeyi amaçlayan gönüllü kuruluşlarla olan iletişimi istenilen düzeyde değildir. Bu nedenle gönüllü kuruluşların faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. Gönüllü kuruluşların konuyla ilgili hizmetleri yürütmede karşılaştıkları diğer bir sorun eğitim eksikliğidir. Gönüllü insan gücü çalışmalarının başlamasından önce bu insan gücünün SSYB, Türkiye Jinekoloji Derneği ve hastanelerin işbirliğiyle medikal yönden iyi bir eğitime tabi tutulmaları gerekmektedir.

Ülkemizde aile plânlamasına yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunan gönüllü kuruluşların en önemlileri arasında :

- a. Türkiye Aile Sağlığı ve Plânlaması Vakfı,
- b. Türkiye Aile Plânlaması Derneği,

(63) Temel Sağlık Hizmetleri Projesi, Ekonomik ve Sosyal Grup Raporu
(Ankara : SSYB Yayınları, 1981), s.73.

- c. Türkiye Jinekoloji Derneği,
- d. Türk Kadını Geliştirme ve Güçlendirme Vakfı,
- e. Üniversiteli Kadınlar Birliği,
- f. Türkiye Anneler Birliği,
- g. Türkiye Soroptimist Kadınlar Derneği,
- h. Lions ve Rotary Klüpleri yer almaktadır.

4.4. 1986 Türkiye Çocukları Yaşatma ve Aile Plânlaması Kampanyası

Türkiye'de Cumhuriyetin ilânından bugüne kadar geçen süre içerisinde aile plânlaması ve ana çocuk sağlığı konusundaki çalışmalar 25 Mart 1986 tarihinde Cumhurbaşkanımız Sayın Kenan EVREN'in başlattığı " Türkiye Çocukları Yaşatma ve Aile Planlaması Kampanyası" ile yeni bir boyut kazanmıştır.

25 Mart 1986 tarihinde konuyla ilgili olarak SSYB'da düzenlenen basın toplantısında SSYB tarafından "Çocuk" ve "Anne Sağlığı" başlıkları adı altında on proje halinde yürütüleceği ifade edilen kampanyada yapılması düşünülen faaliyetler :

- a. Çocuk büyüme ve gelişiminin izlenmesi,
- b. Çocukların sağlıklı beslenmesi,
- c. İshalli hastalıkların kontrolü,
- d. Çocukların aşılama ve solunum enfeksiyonlarının kontrolü,
- e. Aile plânlaması çalışmaları,
- f. Gebeliğin izlenmesi,
- g. Gebe kadınların iyi beslenmesi,
- h. Doğumların sağlıklı koşullarda yapılması, olarak sıralanmıştır.

Kampanyanın amacı çocuk sağlığının iyileştirilmesi, aşırı doğurganlıktan kaynaklanan anne ve çocuk ölümlerinin azaltılması ve çocuk sahibi olamayan ailelerin modern tıp olanakları ile çocuk sahibi olmalarının gerçekleştirilmesi olarak belirtilmiştir.

Yaklaşık iki yıl sürmesi plânlanan kampanya süresi boyunca yaygın "Halk Eğitimi" çalışmalarının yapılacağı, evlendirme dairelerinde aile plânlaması yöntemlerini anlatan broşürlerin dağıtılacağı ve özellikle yeni evli çiftlerde aile planlaması bilincinin verleştirilerek genel sağlık seviyesinin yükseltileceği açıklanmıştır. Basın toplantısında, kampanyanın hedefleri ise şöyle özetlenmiştir :

- a. Bebek ölüm oranını binde 95'ten binde 80'e düşürmek,
- b. Anne ölüm oranını onbinde 20'den onbinde 15'e düşürmek,
- c. Aile plânlaması için etkin yöntem kullanımını yüzde 18'den yüzde 25'e yükseltmek,
- d. Halka, ücretsiz RİA, kaput ve kontraseptif dağıtmak,
- e. RİA uygulamalarında bulunacak eğitim merkezlerinin sayısını 15'ten 25'e çıkarmak,
- f. İl merkezlerinde 25 adet APAÇS adaptasyon merkezi açmak.

Kampanyanın yalnızca doğumların önlenmesi için gerçekleştirilmediğini belirten APAÇS Genel Müdürlüğü'nce kampanya süresince çocukların sağlık beslenmesinin sağlanması için anne sütü kullanımının teşvik edileceği, ishalleri hastalıkların kontrol edileceği ve çocukların aşıyla korunması konuları üzerinde durulacağı açıklanmıştır.

Konuyla ilgili düzenlenen basın toplantısında Birleşmiş Milletler Nüfus Faaliyetleri Fonu Genel Direktörü Rafael SAIAS, 1974 yılından bu yana Türkiye'ye konuyla ilgili olarak her yıl yapılan 8 milyon dolarlık yardımın, başlayacak kampanya için 200.000 dolar daha arttırılacağını belirtmiştir.

Kampanya süresince Sümerbank ile anlaşılıp, üzerinde kampanya sloganlarının yer alacağı resimli tişört, çarşaf, yastık ve masa örtüsü yaptırılacağını belirten yetkililerce :

- a. 10 milyon çiftte modern yöntemlerle aile planlaması bilincinin yerleştirilmesi için halk eğitiminin de yapılacağı öne sürülen kampanyada bu eğitimin nasıl gerçekleştirileceği,
- b. Kampanya süresince hangi kurum ve kuruluşlarla; hangi alanlarda işbirliği yapılacağı belirtilmemiştir (64).

(64) "Hedef..... Az Çocuk Öz Çocuk , 1986 Çocukları Yaşatma ve Aile Planlaması Kampanyası Başladı." Hürriyet Gazetesi (26 Mart 1986), s.1-11.

V. T Ü R K İ Y E ' D E H A L K L A İ L İ Ő K İ L E R
A Ğ I S I N D A N Y E N İ B İ R N Ü F U S
P L A N L A M A S I K A M P A N Y A S I
Ö R G Ü T L E M E V E U Y G U L A M A
M O D E L İ Ö N E R İ S İ

5.1. Türkiye'de Halkla İlişkiler Açısından Yeni Bir Nüfus
Planlaması Kampanyası Geliştirilmesi Zorunluluğu

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından yeni bir nüfus planla-
ması kampanyasının geliştirilmesini zorunlu kılan nedenler şöyle sıra-
lanabilir (65) :

- a. Ülkemizde başta hızlı bir nüfus artışı olmak üzere, nüfusa ilişkin geçitli sorunlar bulunmaktadır.
- b. Nüfus alanında ülkemizin karşılaştığı sorunların en önemlisi hızlı nüfus artışıdır.
- c. Ülkemizin karşı karşıya bulunduğu istihdam sorunu, hızlı nüfus artışı ile yakından ilgilidir.
- d. Nüfusun hızla artması üretilen mal ve hizmetlerin ülke düzeyinde dağılımını ve tüketimini de olumsuz yönde etkilemektedir.

(65) Baran Tuncer, Dünyada ve Türkiye'de Nüfus Sorunları (İstanbul: Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti Yayınları, 1975), s.156-175.

- e. Büyük kentlerin nüfuslarının hızlı bir şekilde artması (köyden-kente göç), bir başka nüfus sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.
- f. Türkiye'de bugünkü doğurganlık düzeyi ülkenin sağlıklı bir şekilde kalkınması yönünden sakıncalar doğuracak kadar yüksektir.
- g. Konunun bu denli önem taşımaya rağmen ülkemizde hükümetlerin ve siyasal partilerin nüfus ve nüfus sorunlarının çözümü konularında belirgin bir yaklaşımları olduğunu söylemek güçtür.
- h. Kamuoyunda konunun önemi hakkında yaygın bir kanaat mevcut değildir.
- ı. Toplumumuzda nüfus ve aile planlaması gibi konularda devletin belli bir tutum almasının bazı olumsuz reaksiyonlara yol açabileceği konusunda oldukça yaygın bir düşünce bulunmakta, bu nedenle hükümetler bireylerin ve ailelerin kararlarını etkilemeye çalışır görünmekten çekinmektedirler.
- i. Bugüne kadar devlet, konuyla ilgili geniş kapsamlı programlar yapmamış, çeşitli özendirici tedbirler alarak gebeliği önleyici bilgi ve araçların mümkün olduğu kadar çok sayıda aileye ulaşmasını sağlayamamıştır.
- j. Türkiye'de bugüne kadar aile planlaması konusunda başlatılan faaliyetler genelde bir kampanya görünümünde olmayıp hizmetlerin yaygınlaştırılması görünümündedir. Bu nedenle de konuyla ilgili çalışmalar, halka tanıtma faaliyetleri yetersiz kalmıştır.
- k. Ülkemizde nüfus (aile) planlaması konusundaki hizmetlerin yürütülmesine ilişkin çıkarılan yasalar zamanla yetersiz kalmış, toplumumuzun bu konuda değişen ihtiyaçlarına cevap verememiştir.
- l. Nüfus (aile) planlamasına ilişkin girilen çabalarda yer alan kurum ve kuruluşlar arasında başarılı bir organizasyonun sağlanamaması hizmetlerin halka sunumunu olumsuz yönde etkilemiştir.
- m. Bu nedenle geçmişten günümüze bu konudaki uygulamaların, halkımızda aile planlaması konusunda istenilen yönde tutum ve davranış değişikliği yarattığını söylemek oldukça güçtür.
- n. Her ülkede olduğu gibi ülkemizde de bu sorunları tespit etmeyi ve çözümlenmeyi gerektiren neden, nüfusa ilişkin sorunların toplumumuzun ekonomik ve sosyal yapısını yakından ilgilendirmesidir.

Tüm bu ve buna benzer nedenlerden dolayı ülkemizde halkla ilişkiler açısından geliştirilebilecek yeni bir nüfus planlaması kampanyası, Türkiye'de nüfus ve nüfus sorunlarının çözümü doğrultusunda

atılacak önemli bir adımı oluşturacaktır.

5.2. Örgütlenme Modeli Önerisi

5.2.1. Önerilen Örgütlenme Modelinin Oluşturulmasında Dikkat Edilen Noktalar

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek yeni bir nüfus plânlaması kampanyasının önerilen bu örgütlenme modelinin oluşturulmasında, şu noktalara dikkat edilmiştir :

- a. Kampanyanın yürütülmesi için önerilen örgüt, bir amaç olarak değil sadece bir araç olarak düşünülmüştür. Amaç toplumun konuyla ilgili ihtiyaçlarını belirlemek, bu ihtiyaçlara karşılık vermek ve bu konuda topluma yardımcı olmaktır.
- b. Önerilen örgütün yapısı mümkün olduğu ölçülerde basit tutulmuştur.
- c. Örgütün yapısında yer alan kurum ve kuruluşlar arasındaki koordinasyon bir büyüme süreci içersinde düşünülmüştür.
- d. Örgüt içinde yer alan kurum ve kuruluşlara kampanya faaliyetleri süresince düşen görevlerin eşit bir dağıtım esasına göre düzenlenmesine dikkat edilmiştir.
- e. Örgüt içinde yer alan kurum ve kuruluşların örgüt çalışmalarında geniş bir şekilde temsil edilmelerine imkan sağlanmıştır.
- f. Önerilen örgütün toplumdaki ana alt gruplarca benimsenen ve kabul edilen resmi ve gayri resmi liderleri bünyesine almasına dikkat edilmiştir.
- g. Örgütün amaçlarının ve çalışma yöntemlerinin toplumca kolay kabul edilebilecek şekilde düzenlenmesine özen gösterilmiştir.
- h. Örgütün yapısı oluşturulurken, örgütün ortak çalışma için biraraya getirdiği gruplar arasında doğabilecek iletişim engellerinin ortadan kaldırılması amaçlanmıştır.
- ı. Oluşturulan örgüt yapısı içersinde eğitim ve iletişim ile ilgili faaliyet gösterecek kurum ve kuruluşlara ağırlık verilmiştir.
- i. Önerilen örgütün görevi, kampanya süresince kampanyaya katılan kişi kurum ve kuruluşlar arasındaki koordinasyon ve kaynak bütünlüğünü sağlamak, kampanya faaliyetlerini düzenlemek, yürütmek ve denetlemek olarak belirlenmiştir.

5.2.2. Önerilen Örgüt Modeli

5.2.2.1. Önerilen Örgüt Modelinin Yapısı

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus plânlaması kampanyasının faaliyetlerini düzenleyecek yürütecek ve denetleyecek olan bir örgütün, yapısında birbirinden farklı kurum ve kuruluşlara yer vereceği tartışılmaz bir gerçektir.

Bu nedenle önerilen bu örgüt modelinin yapısı içinde kampanyanın amaçlarına uygun olarak :

- Toplumda nüfus (aile) planlaması konularında, alan araştırmaları yapabilecek ve araştırma sonuçlarını değerlendirebilecek,
- Topluma nüfus (aile) planlamasının gerekliliğini duyurabilecek ve bu konudaki tanıtım faaliyetlerini üstlenebilecek,
- Nüfus (aile) planlaması konularında toplumu eğitebilecek,
- Konuyla ilgili uygulama hizmetlerini yürütebilecek ve
- Bütün bu faaliyetlerin koordinasyonunu üstlenebilecek kişi, kurum ve kuruluşlar yer almaktadır.

5.2.2.2. Önerilen Örgüt Modelinin Yapısında Yer Alan Kişi, Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bu nüfus planlaması kampanyasının ve kampanyayı yürütmek için oluşturulan örgütün fahri başkanı olarak Cumhurbaşkanımız Sayın Kenan EVREN düşünülmüştür. Kampanyanın onur kurulu üyelikleri için ise :

- Başbakanımız Sn, Turgut ÖZAL ve aynı zamanda Türk Kadınına Güçlendirme ve Geliştirme Vakfı Genel Başkanı olan eşleri Sn. Semra ÖZAL,
- Siyasal partilerimizin liderleri,
- Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı Genel Başkanı Sn. Vehbi KOÇ ve işadamlarımızdan Sn. Sakıp SABANCI ve eşi
- Birleşmiş Milletler Nüfus Faaliyetleri Fonu Genel Direktörü Sn. Rafael SALAS, öngörülmüşlerdir.

Kampanyanın yürütülmesi için önerilen örgütün yapısında yer alan kurum ve kuruluşlar ise sırasıyla şunlardır :

- Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı : SSBYB yürütülecek olan bu kam-

- panyanın temel sorumlusudur. Kampanyadaki temel görevi, nüfus (aile) planlaması konularındaki tanıtım, eğitim, uygulama hizmetlerini kampanyaya katılan diğer kişi, kurum, kuruluşlarla birlikte yürütmek ve kampanyanın ülke çapında koordinatörlüğü üstlenmektir.
- b. Aile Planlaması-Ana ve Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü : APAÇS Genel Müdürlüğü kampanya süresince SSYB'na koordinasyon desteği sağlamak, yapılacak hizmetlerin SSYB ile plan ve programını yapmak ve kampanyada yer alan kişi, kurum ve kuruluşlara ilaç, araç, gereç ve bilgi desteği vermektir.
- c. Üniversiteler : Kampanyanın yürütülmesi için oluşturulan bu örgüt modelinde üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Üniversiteler kampanya süresince :
- i . Konuyla ilgili alan araştırmaları yapmak,
 - ii . Araştırma sonucu elde edilen bilgileri değerlendirmek,
 - iii. Bu bilgilere dayalı olarak plan ve program geliştirmek,
 - iv . Bu plan ve programları uygulamaya koymak,
 - v . Kampanyada yer alan diğer kişi, kurum ve kuruluşlarla birlikte tanıtım, eğitim ve uygulama çalışmalarına katılmakla görevlidirler.
- d. Gönüllü Kuruluşlar : Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus planlaması kampanyasında gönüllü kuruluşların, konuyla ilgili alacakları görev ve yapacakları çalışmalarla kampanya faaliyetlerine önemli ölçüde olumlu katkılarda bulunacakları tartışılmaz bir gerçektir.

Bu nedenle kampanya faaliyetlerini yürütmek için önerilen bu örgütün yapısı içerisinde, nüfus (aile) planlamasına yönelik faaliyet gösteren özel, gönüllü ve uluslararası kurum ve kuruluşlara yer verilmiştir. Kampanya süresince :

- i . Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı
- ii . Türkiye Aile Planlaması Derneği
- iii. Türk Kadını Geliştirme ve Güçlendirme Vakfı
- iv . Türkiye Jinekoloji Derneği
- vi . Türkiye Anneler Birliği
- vii. Üniversiteli Kadınlar Birliği

viii. Lions ve Rotary Klüpleri, gibi gönüllü kuruluşların yanısıra uluslararası gönüllü kuruluşların çalışmalarından da yararlanılacaktır.

Söz konusu kurum ve kuruluşlar kampanya süresince, tanıtım ve uygulama hizmetlerine, kampanyada yer alan diğer kurum ve kuruluşlarla birlikte katılacaklardır.

e. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu : TRT önerilen örgüt yapısı içerisinde önemli bir göreve sahiptir.

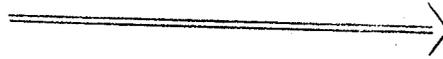
TRT kampanya süresince :

- i . Kampanya faaliyetlerini televizyon ve radyo aracılığıyla kamuya ve basına duyurmak,
- ii . Konuyla ilgili radyo ve televizyon programlarının hazırlanması için gerekli çalışmalarda bulunmak,
- iii. Bu programların yayınlanmasını sağlamak,
- iv . Kampanyayla ilgili eğitim ve tanıtım çalışmalarını sürdürmekle görevlendirilmiştir.

5.2.2.3. Önerilen Örgüt Modelinin Çalışma Düzeni

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus plânlaması kampanyası için önerilen bu örgüt modelinde yer alan kurum ve kuruluşların, kampanya süresince görev alacakları alanlar ve sürdürecekları çalışmalar aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

KOORDİNASYON



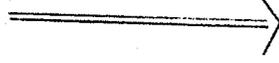
SSYB

APAÇS Gn Md.

ARAŞTIRMA

PLÂN-PROGRAM GELİŞTİRME

DEĞERLEME

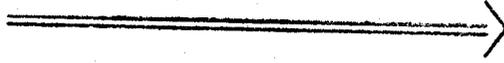


ÜNİVERSİTELER

SSYB

APAÇS Gn Md.

TANITIM



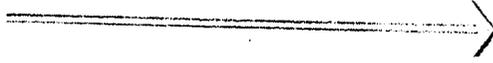
TRT

BASIN

GÖNÜLLÜ KURULUŞLAR

KAMUOYU LİDERLERİ

EĞİTİM



SSYB

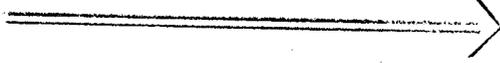
APAÇS Gn Md.

ÜNİVERSİTELER

GÖNÜLLÜ KURULUŞLAR

KAMUOYU LİDERLERİ

UYGULAMA



SSYB

APAÇS Gn Md.

ÜNİVERSİTELER

GÖNÜLLÜ KURULUŞLAR

5.3. Uygulama Modeli Önerisi

Halkla ilişkilerin başlıca hedefinin halkı, bir başka deyişle kamuoyunu herhangi bir konuda etkilemek, ele alınan konuda onun desteğini ve güvenini kazanabilmek olduğu düşünülürse, önerilen bu kampanyanın da, Türkiye'de 14-45 yaş sınırları içinde kalan doğurganlık çağındaki nüfusu, aile planlaması ve uygulamaları konularında bilgilendirerek istenilen yönde etkilemek için hazırlanmış, planlı, programlı ve inandırıcı bir çabalar bütünü olduğu söylenebilir.

Türkiye'de 14-45 yaş sınırları içinde kalan doğurganlık çağındaki nüfusa bir başka deyişle hedef kitleye :

- a. Nüfus (aile) planlamasının gerekliliği konusunda bilgiler vermek,
- b. Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin aile sağlığına yapacağı katkıları anlatarak, konuyu benimsetmek,
- c. Gebeliği önleyici etkin yöntemlerin neler olduğu konusunda yeterli bilgiler vermek,
- d. Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin nerelerden ve nasıl sağlanacağını anlatmak,
- e. Nüfus (aile) planlamasında kullanılan gebeliği önleyici yöntemlerin kullanımlarının yaygınlaştırılması konusunda hizmet vermek,
- f. Çocuk sahibi olamayan ailelerin konuyla ilgili tedavi hizmetlerinden yararlanabilmeleri için bilgi ve hizmet verme, amacıyla düzenlenen bu kampanyada, bu amaçlara uygun olarak kampanya faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için önerilen uygulama modeli şu aşamalardan oluşmaktadır :

- i . Araştırma
- ii . Plânlama
- iii. Ön Deneme
- iv . Uygulama
- v . Değerleme

5.3.1. Araştırma

Başarılı bir halkla ilişkiler kampanyasının hazırlanabilmesi için :

- a. Hedef kitlenin arzu ve ihtiyaçlarının neler olduğuna,

- b. Hedef kitlenin arzularıyla uyumlu mal ve hizmetleri sunabilmek için gerekli esasların neler olacağına,
 - c. Bu mal veya hizmetleri kullanacak hedef kitlenin satın alma ya da kullanma potansiyellerinin ne olduğuna ve
 - d. Yerleşim yerlerine ilişkin bilgilere gerek vardır.
- Bu bilgiler ise böyle bir kampanyada ancak araştırma ile sağlanabilir.

Bu nedenle Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenen bu kampanyada , kampanyanın hedef kitlesi olarak tespit edilen 14-45 yaş sınırları içinde kalan doğurganlık çağındaki nüfusun :

- a. Aile, gelir, yaş, cinsiyet, meslek, eğitim ve coğrafi yerleşim bölgelerine göre demografik özellikleri,
- b. Öğrenme, güdüleme, algılama ve alışkanlıklarının neler olduğuna ilişkin psikolojik özellikleri,
- c. Kültür, sosyal sınıf, referans grupları, aile ve yakın arkadaşlarının neler olduğuna ilişkin sosyolojik özellikleri, konularında bilgilere ihtiyaç vardır.

Hedef kitlenin özelliklerine ilişkin bu bilgilerin yanısıra kampanya faaliyetlerinin düzenlenmesinde ve yönlendirilmesinde hedef kitlenin :

- a. Nüfus (aile) planlaması konusunda arzularının neler olduğu,
- b. Hedef kitleye hangi yollarla yaklaşılabileceği,
- c. Sunulacak hizmet türleri ve bu hizmetlerden en verimli şekilde nasıl yararlanabileceği,
- d. Sunulacak hizmetler için ne kadar harcama yapılacağı, konularında yapılacak bilgi toplayıcı çalışmalar kampanyanın araştırma aşamasını oluşturacaktır.

Kampanyanın bu araştırma aşamasında, kampanyanın örgütsel yapısı anlatılırken belirtildiği gibi SSYB, APAÇS Gn Md. ve Üniversiteler görev alacaklardır.

5.3.2. Plânlama

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının plânlama aşamasında :

- a. Kampanya amaçlarının ve stratejilerinin belirlenmesi,

- b. Kampanya mesajlarının hazırlanması,
 - c. Medya seçimi ve zaman plânlanması,
 - d. Kampanya bütçesinin hazırlanması, konuları üzerinde durulmuştur.
- a. Kampanya amaçlarının ve stratejilerinin belirlenmesi.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının amaçları :

- i . Toplumda nüfus (aile) planlamasının gerekliliği konusunda bilgiler vermek,
- ii . Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin aile sağlığına ve topluma yapacağı olumlu katkıları anlatarak konuyu benimsetmek,
- iii. Gebeliği önleyici etkin yöntemlerin neler olduğu konusunda bilgiler vermek,
- iv . Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin nerelerden ve nasıl sağlanacağını anlatmak,
- v . Toplumda gebeliği önleyici yöntemlerin kullanımını yaygınlaştırmak,
- vi . Çocuk sahibi olamayan ailelerin konuyla ilgili tedavi hizmetlerinden yararlanabilmeleri için bilgi ve hizmet vermek,
- vii. Toplumda nüfus (aile) planlaması konusunda olumlu imajlar yaratarak, bu imajların sürekliliğini sağlamak, olarak belirlenmiştir.

Türkiye'de nüfus (aile) planlaması gibi bir konuda düzenlenecek olan bir kampanyada kampanya faaliyetlerini olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilecek bir çok etken bulunmaktadır. Konu toplumumuzu ve toplumumuzdaki aile yapısını çok yakından ilgilendirmektedir. Bu nedenle konuya yaklaşımda son derece özen göstermek gerekmektedir.

Toplumda konuyla ilgili bilgi yetersizliği sonucu oluşmuş değer yargılarının tutum ve düşüncelerin kampanya amaçları yönünde değiştirilmesi gerekmektedir. Bu ise konuyla ilgili yapılacak eğitim, tanıtım ve uygulama faaliyetleriyle gerçekleştirilebilir. Diğer yandan, kampanya amaçlarına göre kamuoyuna konuyla ilgili yeni kazandırılan tutum ve değerlerin korunması gerekmektedir.

Önerilen kampanya modelinin uygulanmasında geliştirilen strateji :

- i . Tanıtma,

- ii . Eğitim,
- iii. Uygulamaya katılmaya teşvik,
- iv . Tutundurma, faaliyetlerinden oluşmaktadır.

b. Kampanya mesajlarının hazırlanması.

Bir halkla ilişkiler kampanyasında kampanyaya ilişkin oluşturulan mesajların amacı, hedef kitleyi kampanyanın amaçlarına doğru harekete geçirmektir. Bu da ilgi yaratarak, anlaşılması kolay, inandırıcı bilgi vererek sağlanır.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasında da kampanya mesajlarının :

- i . Hedef kitlenin anlayacağı biçimde açık bir dille yazılmasına,
- ii . Hatırlanması ve anlaşılmasının kolay olacağı bir şekilde düzenlenmesine,
- iii. Hedef kitlenin alışkanlıklarını dikkate almasına,
- iv . Hedef kitleyi psikolojik yönden etkileyerek, arzu edilen davranış değişikliklerini yaratabilmesine,
- v . Tutarlı ve inandırıcı, olmasına özen gösterilmiştir.

Kampanyaya ilişkin geliştirilen uygulama stratejisine göre, kampanyanın tanıtma aşamasında, nüfus (aile) planlamasının ne olduğu, gerekliliği ve hedef kitleyi kampanyaya katılmayı teşvik edici, yönde örnekleri aşağıda sunulan sloganlar tespit edilmiş ve geliştirilmiştir.

"Aile planlaması, sizlerin istediğiniz zaman istediğiniz sayıda çocuk sahibi olmanız demektir."

"Aile planlaması, sizin ve ailenizin mutluluğu demektir."

"Aile planlaması, sizi mutlu edecek sayıda, sizin mutlu edebileceğiniz kadar çocuk demektir."

"Aile planlaması, yarınlarınızın mutluluğudur."

"Aile planlaması kampanyasına katılınız."

Kampanyanın ikinci adımı olan hedef kitleyi eğitim aşamasında, hedef kitleyi aile planlaması konusunda eğitmeyi amaçlayan sloganlar üzerinde durulmuş ilk aşamada tespit edilen sloganlar ;

"Aile planlaması ile çocuk sahibi olmak veya olmamak kendi elinizdedir."

"Aile planlaması, gebeliği önleyici yöntemlerin kullanılmasıyla gerçekleşir."

gibi sloganlarla desteklenmiştir.

Kampanyanın hedef kitleyi aile planlaması yöntemlerini uygulamaya ve kullanmaya teşvik etme aşamasında, hedef kitleyi en yakın sağlık kuruluşuna başvurmaya yöneltici :

"Siz de aile planlaması kampanyasına katılmak için çevrenizdeki en yakın sağlık kuruluşuna başvurunuz."

"Çevrenizdeki insanları aile planlamasına katılmaya teşvik ediniz."

"Çevrenizdeki en yakın sağlık kurumuna başvurduğunuzda, mutlaka size uygun bir korunma yönteminin olduğunu göreceksiniz."

"Size sunulacak hizmetler karşılığı hiç bir ücret ödemeyeceksiniz." şeklinde sloganlar tespit edilmiştir.

Kampanyanın tutundurma aşamasında ise, hedef kitleye uygulanan kampanyanın başarı ile gerçekleştiğini vurgulayıcı ve kampanyaya katılanları kutlayıcı yönde:

"Aile Planlaması Kampanyası sizlerin katılımlarıyla başarıya ulaşmıştır."

"Aile Planlaması Kampanyası ile yarının mutlu Türkiye'sine katkılarda bulunduğunuz için teşekkür ederiz."

türünde mesaj ve sloganlar iletilecektir.

c. Medya seçimi ve zaman planlaması.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenmesi önerilen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının 5 yıllık bir süreyi kapsaması plânlanmıştır.

i . Kampanyaya hazırlık aşaması (1 Ocak - 31 Aralık 1987) : Kampanyanın bu aşamasında önerilen örgütlenme modeli çerçevesinde bir örgütün oluşturularak, konuyla ilgili araştırma ve planlama faaliyetlerinin başlatılması yer almaktadır.

ii . Kampanyanın başlatılması (1 Ocak - 31 Aralık 1988) : "Türkiye Nüfus (Aile) Planlaması Kampanyası" 1 Ocak 1988 tarihinde resmen

başlatılacak, kampanyanın bu bölümünde aile planlaması kavramının tüm kitle iletişim araçlarından yararlanılarak hedef kitleye tanıtım faaliyetleri sürdürülecektir.

Kampanyanın bu bölümünde, özellikle konunun televizyon aracılığıyla etkili bir biçimde sunumuna ve konuyla ilgili televizyon programlarının yapımına ve yayınına ağırlık verilecektir.

Televizyon aracılığıyla hedef kitle ile kurulan bu ilk ilişki yazılı ve sözlü basının da devreye sokulmasıyla pekiştirilecek, toplumda konuyla ilgili bir kamuoyu grubu yaratılacaktır.

- iii. Hedef kitleyi nüfus (aile) planlaması konusunda eğitime çalışmaları (1 Ocak - 31 Aralık 1989) : Kampanyanın bu diliminde hedef kitleye nüfus (aile) planlaması konusunda eğitici bilgiler verilecektir. Kampanya amaçlarına uygun olarak geliştirilen, yaygın eğitim programları kampanyanın örgütsel yapısı içinde yer alan kurum ve kuruluşlarca yüzyüze eğitim uygulamalarıyla gerçekleştirilecektir. Bu aşamada gönüllü kuruluşların faaliyetleri kampanyada ağırlık kazanacaktır.

Konuyla ilgili olarak hazırlanmış eğitici nitelikteki çeşitli programlar televizyon aracılığıyla hedef kitleye ulaştırılacak, üniversitelerin yapacakları bilimsel faaliyetlerle (konferans, panel vb.) eğitim ortamları zenginleştirilecektir.

- iv . Hedef kitleyi nüfus (aile) planlaması konusundaki uygulamalara katılmayı teşvik etme faaliyetleri (1 Ocak - 31 Aralık 1990) : Hedef kitleyi nüfus (aile) planlaması konusundaki uygulamalara katılmaya teşvik etme çalışmaları her türlü kitle iletişim aracı kullanılarak gerçekleştirilecektir.

Kampanyanın bu diliminde özellikle gönüllü kuruluşların ve kamuoyu liderlerinin çalışmalarına ağırlık verilecektir.

- v . Kampanyayı tutundurma faaliyetleri (1 Ocak - 31 Aralık 1991) : Kampanyayı tutundurma faaliyetleri, kampanya süresince elde edilen sonuçların ve başarıların her türlü kitle iletişim aracının kullanılmasıyla kamuoyuna duyurulması çabalarından oluşacaktır.

ÇİZELGE V-1

TÜRKİYE NÜFUS (AİLE) PLÂNLAMASI KAMPANYASI

MEDYA SEÇİMİ VE ZAMAN PLÂNLAMASI

Tarih	Yapılacak Faaliyetler	Yararlanılacak Medyalar
1 Ocak - 31 Aralık 1987	Hazırlık Çalışmaları	----
1 Ocak - 31 Aralık 1988	Kampanyanın Başlatılması, Hedef Kitleye Nüfus (Aile) Planlaması Kavramının Tanıtılması Çalışmaları	Tüm Kitle İletişim Araçları
1 Ocak - 31 Aralık 1989	Hedef Kitleye Yönelik Eğitim Çalışmaları	"
1 Ocak - 31 Aralık 1990	Hedef Kitleyi Uygulamalara Katılmaya Teşvik Etme Çalışmaları	"
1 Ocak - 31 Aralık 1991	Kampanyayı Tutundurma Çalışmaları	"

d. Kampanya bütçesinin hazırlanması.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek olan bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının bütçesi :

- i . SSYB ve APAÇS Genel Müdürlüğü,
- ii . Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları,
- iii . Üniversiteler,
- iv . Gönüllü kuruluşlar,
- v . Uluslararası kuruluşlar,
- vi . İşyerleri,
- vii . Nüfus (aile) planlamasına yönelik ilaç, araç, gereç üreten ticari kuruluşlar ve
- viii. Halkın ekonomik yardımlarıyla oluşturulacaktır.

Kampanyayla ilgili bütçeyi SSYB yapacak ve yürütecektir.

5.3.3. Ön Deneme

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenmesi önerilen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının uygulama aşamasına geçilmesinden önce pilot bölge olarak seçilecek herhangi bir bölgede denenmesine gerek vardır.

Batıda "Operations Research" olarak adlandırılan bu "Uygulama Araştırmaları", günümüzde bir çok ülkede aile planlaması ve buna bağlı sağlık programlarının geliştirilmesinde önemli bir araç olmuştur (66).

Önerilen kampanyada, ön deneme için pilot bölge olarak Ankara ili kent merkezi ile bu ile bağlı ilçe ve köyler seçilmiştir.

Seçilen pilot bölgede yer alan yerleşim birimlerinde SSYB, APAÇS Gn.Md, Üniversiteler ve Gönüllü Kuruluşlar konuyla ilgili araştırma ve uygulama faaliyetlerini yürüteceklerdir.

Söz konusu kurum ve kuruluşlar belirtilen pilot bölge içerisinde kampanyanın başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli olan

(66) Population Reports, Family Planning Programs (Baltimore : The John Hopkins University Progress, Series J, Number 31, May-June 1986), s.813.

koşulları ve muhtemelen ortaya çıkabilecek aksaklıkları tespit edeceklerdir.

5.3.4. Uygulama

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenmesi önerilen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasında yer alan faaliyetlerin şu ana başlıklar altında uygulanmaları planlanmıştır :

a. Kampanyanın başlatılması, (1 Ocak - 31 Aralık 1988) : Önerilen kampanya 1 Ocak 1988 günü, kampanyanın örgütsel yapısı içersinde yer alan kişi kurum ve kuruluşlarında katıldığı bir basın toplantısıyla Cumhurbaşkanımız Sayın Kenan EVREN'in açılış konuşmalarıyla başlatılacak, düzenlenen kampanyaya ilişkin basın mensuplarına ve kamuoyuna açıklayıcı bilgiler verilecektir.

Kampanyanın bu aşamasında kampanyanın örgütsel yapısı içersinde yer alan kişi, kurum ve kuruluşlarca topluma nüfus (aile) planlamasının gerekliliği ve bu kavramın tanıtılması doğrultusunda çalışmalar yapılacak, konuyla ilgili yurt çapında bir kamuoyunun oluşması sağlanacaktır.

Kampanyanın bu aşamasında TRT konuyla ilgili tanıtıcı programlar hazırlayacak ve yayınlayacak, üniversiteler ve gönüllü kuruluşlar halkla yüzyüze temas ederek tanıtım çalışmalarına yardımcı olacaklardır.

Nüfus (aile) planlaması kavramının topluma geniş anlamda tanıtımının sağlanması için kamuoyu liderlerinden (Mahalle ya da köy muhtarları, öğretmenler, din adamları) konuyla ilgili çalışmalarda bulunmaları istenecek ve bu çalışmalardan yararlanılacaktır.

Daha önce kampanyayı tanıtıcı yönde tespit edilen mesaj ve sloganlar yararlanabilen tüm kitle iletişim araçlarında sık sık yineleneneceklerdir.

Bu dönem içersinde kamuoyunda sık sık yapılacak hatırlama testleriyle kamuoyunun konuya karşı ilgisi tespit edilerek tanıtım faaliyetleri yoğunlaştırılacaktır.

b. Hedef kitleye yönelik eğitim çalışmalarını, (1 Ocak - 31 Aralık 1989):

Kampanyanın bu bölümünde hedef kitleye yönelik eğitim çalışmalarını yapılacaktır. Yapılacak eğitim çalışmalarında hedef kitleye :

- i . Aile planlamasının tanımı,
- ii . Aile planlamasının amaçları,
- iii. Aile planlaması yöntemleri,
- iv . Aile planlamasının aile sağlığına sağladığı yararlar,
- v , Erkekler tarafından kullanılan yöntemler,
- vi . Kadınlar tarafından kullanılan yöntemler ve
- vii. Bu hizmetlerin nerelerden ve nasıl sağlanacağı konusunda bilgiler verilecektir.

Hazırlanan eğitim programları yaygın eğitim çalışmalarınıyla yurt düzeyinde :

- i . Kamu kurum ve kuruluşlarına ait işyerlerinde,
- ii . İlk ve orta dereceli okullarla, üniversitelerde,
- iii. Silahlı kuvvetler içersinde,
- iv . Büyük sayıda işçi çalıştıran özel kurum ve kuruluşlarda,
- v . Oluşturulan gezici ekiplerle kırsal yerleşim alanlarında, yürütülecektir.

Konuyla ilgili eğitim çalışmalarının uygulanmasında kampanyanın örgütsel yapısı içersinde yer alan tüm kişi kurum ve kuruluşlar görev alacaklardır.

c. Hedef kitleyi uygulamalara katılmaya teşvik etme çalışmalarını,

(1 Ocak - 31 Aralık 1990) : Kampanyanın bu aşamasında hedef kitlenin nüfus (aile) planlaması konusunda verilen kampanya hizmetlerine geniş ölçüde katılmalarının sağlanması amaçlanmış ve bu nedenle şu faaliyetlerin yapılması planlanmıştır:

- i . Tüm kitle iletişim araçlarından yararlanılarak hedef kitleye, nüfus (aile) planlaması konusundaki hizmetlerden nasıl yararlanacakları, bu hizmetleri nerelerden ve nasıl sağlayacakları konusunda bilgiler verilecektir.
- ii . Bugüne kadar nüfus (aile) planlaması konusunda klinik veya hastaneye bağlı hizmetlere yeterince başvurmamış ya da bunların sağladığı hizmetlerden yararlanmamış gruplara, oluşturulan gezici ekiplerle ulaşılarak konuyla ilgili eğitici ve yönlendirici çalışmalar yapılacaktır.

T. G.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

iii. Gönüllü kuruluşların, kamuoyu liderlerinin ve ihtiyaçları tam olarak giderilmiş kullanıcıların hedef kitle içindeki tanıtım ve teşvik faaliyetlerine ağırlık verilecektir.

d. Kampanyayı tutundurma çalışmaları, (1 Ocak - 31 Aralık 1991) : Kampanyanın bu bölümünde kampanya süresince elde edilen sonuçların ve başarıların her türlü kitle iletişim aracı ile kamuoyuna duyurulması çalışmaları yapılacak, kampanya slogan ve mesajları yinelenmektedir.

5.3.5. Değerleme

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenmesi önerilen bu nüfus (aile) planlaması kampanyasının uygulanmasında son adımı değerlendirme bölümü oluşturmaktadır.

Kampanyanın bu aşamasında kampanya sonuçlarının değerlendirilmesinde yardımcı olabilmesi amacıyla örneği tez çalışmasının ekinde sunulan bir "Kampanya Değerleme Testi" hazırlanmış, kampanya sonuçlarının bu teste göre değerlendirilmesi planlanmıştır.

VI. Ö Z E T V E S O N U Ç

Çağımızda tüm dünyada evrensel bir özellik taşıyan nüfus ve nüfus artışı, ülkemizde de başta hızlı sayılabilecek bir nüfus artış hızı ile birlikte nüfusa ilişkin çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir.

Her ülkede olduğu gibi ülkemizde de bu sorunları tespit etmeyi ve çözümlenmeyi gerektiren neden, nüfusa ilişkin sorunların toplumuzun ekonomik ve sosyal yapısını yakından ilgilendirmesidir.

Konunun bu denli önem taşımasına rağmen ülkemizde hükümetlerin ve siyasal partilerin nüfus ve nüfus sorunlarının çözümü konularında belirgin bir yaklaşımlarının olduğunu söylemek güçtür.

Ülkemizde 1965 yılında çıkartılan bir kanunla nüfus planlaması hizmetlerinin yürütülmesi amacıyla SSBY'na bağlı "Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü" kurulmuş, daha sonraları ise "Nüfus Planlaması" tanımının yerini "Aile Planlaması" tanımı almıştır.

1982 yılında çıkartılan yeni bir kanunla Türkiye'de bu konudaki hizmetleri yürütme görevi SSBY'nın denetiminde, "Aile Planlaması ve Ana Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü"ne verilmiştir.

Bu Genel Müdürlük'çe yürütülen çalışmalar ise Nüfus (Aile) Planlaması Kampanyası niteliğinden çok, hizmetlerin yaygınlaştırılmasını amaçlayan kısa süreli uygulamalar olarak kalmışlardır.

Oysa günümüzde bir çok ülkenin nüfus ve nüfus sorunlarını çözmek amacıyla geniş çapta nüfus (aile) planlaması kampanyaları düzenledikleri ve bu kampanyaları ulusal düzeyde başarı ile uyguladıkları görülmektedir.

Türkiye'de de önemi gün geçtikçe giderek artan nüfus ve nüfus sorunlarının çözülmesi için atılacak önemli adımlardan birini kuşkusuz böyle bir kampanyanın düzenlenmesi ve uygulanması oluşturacaktır.

Bu nedenle Türkiye'de halkla ilişkiler uygulamasına ağırlık verebilecek bir nüfus (aile) planlaması kampanyasının düzenlenmesine ve düzenlenecek olan bu kampanyaya ilişkin bir örgütlenme ve uygulama modelinin oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

Türkiye'de bu amaçla düzenlenecek olan bir nüfus (aile) planlaması kampanyasının genel amaçlarının :

- a. Toplumda nüfus (aile) planlamasının gerekliliği konusunda bilgiler vermek,
- b. Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin aile sağlığına yapacağı katkıları anlatarak, konuyu benimsetmek,
- c. Gebeliği önleyici etkin yöntemlerin neler olduğu konusunda bilgiler vermek,
- d. Nüfus (aile) planlaması hizmetlerinin nerelerden ve nasıl sağlanacağını anlatmak,
- e. Nüfus (aile) planlamasında kullanılan gebeliği önleyici yöntemlerin kullanımlarının yaygınlaştırılması konusunda hizmet vermek,
- f. Çocuk sahibi olamayan ailelerin konuyla ilgili tedavi hizmetlerinden yararlanabilmelerini sağlamak, olduğu söylenebilir.

Bu amaçlara uygun olarak Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus (aile) planlaması kampanyasının, faaliyetlerini yürütecek ve denetleyecek olan bir örgüte ve bu örgütün yapısı içersinde :

- a. Toplumda nüfus (aile) planlaması konularında alan araştırmaları yapabilecek ve bu araştırma sonuçlarını değerlendirebilecek,
- b. Toplumda nüfus (aile) planlamasının gerekliliğini duyurabilecek ve bu konudaki tanıtım faaliyetlerini üstlenebilecek,
- c. Nüfus (aile) planlaması konularında toplumu eğitebilecek,

- d. Konuyla ilgili uygulama hizmetlerini yürütebilecek ve
- e. Bütün bu faaliyetlerin koordinasyonunu üstlenebilecek kişi, kurum ve kuruluşlara ihtiyaç vardır.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus (aile) planlaması kampanyası için örgütlenme ve uygulama modeli önerisinde bulunan bu tez çalışmasında, yukarıda sıralanan amaçlar doğrultusunda bir örgütlenme modeli oluşturulmuş, bu model içersinde:

- a. SSYB
- b. APAQS Gn Md.
- c. Üniversiteler
- d. TRT
- e. Basın
- f. Gönüllü Kuruluşlar
- g. Kamuoyu Liderleri, gibi kişi kurum ve kuruluşlara görevler verilmiştir.

Önerilen örgütlenme modeli ile ilgili olarak geliştirilen uygulama modelinde ise kampanya faaliyetlerinin :

- a. Araştırma
- b. Plânlama
- c. Ön Deneme
- d. Uygulama
- e. Değerleme, başlıkları altında yürütülmesi planlanmıştır.

Türkiye'de halkla ilişkiler açısından düzenlenecek bir nüfus (aile) planlaması kampanyası için örgütlenme ve uygulama modeli önerisinde bulunan bu çalışma, gelecekte konuyla ilgili düzenlenebilecek çalışmalara az da olsa katkıda bulunabildiğinde amacına ulaşmış, görevini yerine getirmiş sayılacaktır.

E K : K A M P A N Y A D E Ğ E R L E M E T E S T İ

Önerilen bu Kampanya Değerleme Testi, bir halkla ilişkiler kampanyasının hazırlanmasında ve uygulanmasında gerek yol göstermek, gerekse kampanyanın belli noktalarına dikkati çekmek için oluşturulmuş bir modeldir.

Önerilen model, kampanya sonuçlarının test edilebilmesine kolaylık sağlayabilmek açısından sorular biçiminde düzenlenmiştir.

I. A R A Ş T I R M A

A. Bilgi Toplama

- a. Düzenlenmesi düşünülen kampanya için hangi kaynaklardan bilgi toplanacaktır ?
- b. Kabaca, izlenilmesi düşünülen bilgi toplama yöntemi ne olacaktır ?
- c. Birinci elden bilgi toplanacaksa doğrudan doğruya soru sorma, anket, mülakat gibi teknikler kullanılacak mıdır ?
- d. Toplumun konuyla ilgili günlük faaliyetlerine katılınacak mıdır ? Bu teknik kullanılacaksa ne kadar bir süre gözlem yapılacaktır ?
- e. Konuyla ilgili bilgi toplanması sırasında araştırma uzmanlarından ve profesyonel araştırmacılarından yararlanılacak mıdır ?
- f. İkinci elden bilgi toplanacaksa bu bilgilerin sağlıklı olmaları için ne gibi denetim mekanizmaları düşünülmüştür?
- g. Konu ile ilgili örgütlerin bilgilerinden yararlanılacak mıdır ?
- h. Geniş ve uzun süreli bir araştırma projesine gidilirse, gerekli fon, zaman ve personel nereden sağlanacaktır ?
- i. Araştırma kampanya sürecinin belli aşamalarını mı, yoksa tümünü mü kapsayacaktır ?
- i. Geniş kapsamlı bir araştırma projesi için gerekli zaman var mıdır ?
- j. Bilgilerin düzenlenmesi saklanması sırasında basım ve benzeri işlemlere başvurulacak mıdır ?
- k. Yeterince bilgi toplanabilmiş midir ?
- l. Bilgi toplama faaliyetlerinin başlaması ile bitmesi arasında toplumun niteliklerinde herhangi bir değişme olmuş mudur ?

B. Sorun

- a. Sorun açık olarak kim ya da kimler tarafından nasıl ve ne zaman tanımlanmıştır ?
- b. Sorun toplum tarafından mı belirlenmiştir ?
- c. Sorun toplum ve kampanya için oluşturulan örgüt tarafından aynı biçimde mi görülmektedir ? Görüş farkları varsa bunlar nelerdir ? Bu farklar hangi nedenlerden doğmaktadır ?
- d. Sorunun varlığını kabul edenler veya etmeyenler kimlerdir ?
- e. Toplumun çeşitli alt birimlerinin soruna karşı tutumları nelerdir ?

- f. Sorun özellikle kimleri etkilemektedir ?
- g. Geçmişte sorunun çözümüne ilişkin ne gibi işler yapılmıştır ?
- h. Sorunun ekonomik, sosyolojik, psikolojik, sosyal psikolojik yönleri nelerdir ?
- ı. Kamuoyunun soruna karşı tutumu ve duyarlılığı nedir ?
- i. Resmi ve Gönüllü kuruluşların soruna karşı tutum ve duyarlılıkları nasıldır ?
- j. Çevrenin soruna karşı tutumu nedir ? Komşu toplumlarda benzer sorunlar var mıdır ? Varsa, oralarda ne gibi işlemler yapılmıştır ?
- k. Dış dünyanın soruna karşı tutumu nasıldır ?

C. Hedef Kitle

- a. Kampanyanın düzenleneceği hedef kitlenin sınırları nedir ?
- b. Hedef kitlenin coğrafi özellikleri nelerdir ? Bu özellikler hedef kitlenin genel ve günlük yaşamını nasıl etkilemektedir ?
- c. Hedef kitlenin temel geçim kaynakları nelerdir ?
- d. Dinsel inançlar bakımından hedef kitlenin özellikleri nelerdir ?
- e. Hedef kitle içindeki akrabalık ilişkileri nasıldır ?
- f. Hedef kitlenin haberleşme ve ulaşım sistemi nasıldır ?
- g. Hedef kitlenin nüfusa ilişkin genel nitelikleri nelerdir ?
- h. Hedef kitlenin konuyla ilgili toplumsal alışkanlıkları nasıldır ?
- ı. Hedef kitlenin eğitim durumu nasıldır ?
- i. Hedef kitlede sorunun çözümüne katkıda bulunabilecek alt gruplar var mıdır ? Bunlar kampanyaya ne ölçüde destek verebilirler ?
- j. Hedef kitlede sorunun çözümünü engelleyebilecek alt gruplar var mıdır ?
- k. Hedef kitle ile temasa geçmek için kimler, hangi gruplar, hangi örgütler kullanılacaktır ?

D. Kampanya İçin Oluşturulan Örgüt

- a. Kampanya için oluşturulan örgütün genel nitelikleri nelerdir ?
- b. Bu örgütün ülkedeki örgütler sistemi içindeki yeri nedir ?
- c. Örgütün maddi ve manevi kaynakları nelerdir ? Örgüt elindeki fonları nasıl kullanacaktır ?
- d. Kampanyanın uygulanmasına yardımcı olabilecek iç ve dış kaynaklar nelerdir ?

II. P L Â N L A M A

- a. Kampanya toplumun hangi kesimlerinde başlatılacaktır ?
- b. Kampanyanın başlatılacağı toplum kesimleri etkileşime ne kadar açıktır ?
- c. Kampanya süresince birlikte çalışılacak alt birimlerin desteklerini kazanmak için nasıl bir strateji uygulanacaktır ?
- d. Kampayayı düzenleyen örgütün hedef kitle ile olan ilişkileri ne ölçüde doğrudan, ne ölçüde dolaylı olacaktır ?
- e. Örgüt kampanya süresince hangi tür doğal liderleri kullanacaktır ?
- f. Kampanyada yer alan görevli kurum ve kuruluşlar hangi rolleri üstleneceklerdir ?
- g. Nasıl bir kampanya stratejisi tespit edilecektir ?
- h. Stratejide toplumsal işbirliği yaklaşımı ne ölçüde kullanılacaktır ?
- ı. Kampanya ile özellikle yaratılmak istenen değerler nelerdir ? Bunlara nasıl yaklaşılacaktır ?
- i. Hedef kitlenin genel enerji ve güç dağılımı nasıl kullanılacaktır ?
- j. Toplumdaki haberleşme kanalları ve haberleşme mekanizmaları stratejide nasıl kullanılacaktır ?
- k. Kaynakların tümüyle ve verimli bir biçimde kullanılabilmesi için stratejide gerekli önlemler alınmış mıdır ?
- l. Kampanyada Resmi, Gönüllü, Merkezi ve Yerel Örgütlerin temsilcileriyle nasıl bir işbirliği öngörülmüştür ?
- m. Kampanyaya dışarıdan yardım sağlanacak mıdır ?
- n. Kampanyanın yürütülmesinde örgüt içindeki faaliyetler nasıl düzenlenmiştir ?
- o. Kampanya için yapılan medya ve zaman plânı nedir ?
- ö. Kampanya için gerekli kaynaklar plânlanmış mıdır ?
- p. Strateji tespit edilirken bu ana dek yapılan işlerden alınan sonuçların değerlendirilmesi yapılmış ve strateji gözden geçirilmiş midir ?

III. Ö N D E N E M E

- a. Kampanyanın ön denemesi nasıl plânlanmıştır ?
- b. Ön denemenin yapılabilmesi için pilot bölge seçilmiş midir ?
- c. Pilot bölgenin seçiminde hangi etkenler göz önüne alınmıştır ?
- d. Seçilen pilot bölge hedef kitlenin hangi özelliklerini yansıtmaktadır ?
- e. Ön deneme uygulamasında alınacak sonuçlar nasıl değerlendirilecektir ?
- f. Bu sonuçlar kampanya uygulamalarına nasıl yansıtılacaktır ?

T. G.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ İLHİMLER İNİTİTİ

IV. U Y G U L A M A

A. Kampanya İlişkilerinin Kurulması

- Kampanya için hedef kitle ile ilk teması kampanya için düzenlenen örgüt ne tür bir faaliyetle başlatacaktır ?
- Kampanyaya katılacak kişilerin sayısı, kimlikleri ve örgüt içindeki sorumlulukları neler olacaktır ?
- İlk sonuçların alınmasına kadar geçecek zaman, bu zaman içerisinde yapılacak çalışmalar ve gerekli mali kaynaklar nelerdir ?
- Kampanya için gerekli çalışmanın biçimi ve miktarı nedir ?
- Kampanya süresince ortaya çıkabilecek güçlüklerin anında çözümlenebilmesi için tedbirler alınmış mıdır ?

B. Kampanya Faaliyetlerinin Başlatılması

- Kampanya nasıl başlatılacaktır ?
- Kampanya görevlerine çeşitli sorumluluklar nasıl dağıtılacaktır ?
- Kampanya için oluşturulan alt örgütlenmeler neler yapacaktır ?
- Kampanya süresince koordinasyon nasıl sağlanacaktır.
- Kampanya süresince nasıl bir eğitim yapılacaktır ?
- Kampanya sloganları hedef kitleye nasıl iletilecektir ?
- Kampanya süresince kitle iletişim araçları aracılığıyla iletilecek olan mesajların ve bu mesajları ileticek olan medyaların zaman ve yer planlaması yapılmış mıdır ?
- Kampanya için hazırlanan diğer araç ve gereçler uygulamaya hazır mıdır ?

C. Kampanyanın Genelleştirilmesi ve Yerleştirilmesi

- Kampanyanın genelleştirilmesi ve yerleştirilmesi nasıl yapılacaktır ?
- Hedef kitlede kampanyayla sağlanan değişikliklerin özendirilmesi nasıl sağlanacaktır.
- Kampanya ile hedef kitlenin değer ve inanç sisteminde ortaya çıkan durum, yeni davranış biçimlerine nasıl yönlendirilecektir ?
- Kampanyayı destekleyen öğelerin yaygınlaştırılması ve güçlendirilmeleri hangi yolla yapılacaktır ?

V. DEĞERLEME

- a. Kampanya sonunda hangi örgütler ve değerler değişmiş, hangileri ortadan kalkmış hangileri yaratılmıştır ?
- b. Hedef kitlede kampanyanın başarı ile bitirildiği kanısı egemen midir ?
- c. Hedef kitlenin kampanyayı algılayışıyla kampanyayı düzenleyen örgüt görevlilerinin konuyu algılayışları arasında bir fark var mıdır ? Varsa nedir ?
- d. Kampanyada elde edilen bilgilerin nasıl sistematize edileceği ve saklanacağı planlanmış mıdır ?
- e. Hedef kitlenin yaratılan değişmeyi tek başına yürütebilecek duruma getirilmesi sağlanmış mıdır ?
- f. Kampanya örgütünün sürekli rolü topluma nasıl aktarılacaktır ?
- g. Hedef kitleye gerektiği zaman daha başka yardımların ne zaman ve nasıl isteneceği nasıl öğretilecektir ?
- h. Varsa kampanya aleyhindeki davranışlar, mantıklı, düzenli, amaçlı ve bilinçli bir biçimde nasıl önlenecektir ?

Y A R A R L A N I L A N K A Y N A K L A R

- ABADAN UNAT, Nermin : Kamuoyu (Ankara : Ankara Ün.SBF Yayınları, 1968).
- BAŞOL, Koray : Demografi (İzmir : 9 Eylül Ün. İİBF Yayınları, 1985).
- BOTTOMORE, T.B. : (Çev.: Ü.OSKAY), Toplumbilim (Ankara: Doğan Yayınları, 1977).
- CIPPOLA, C.M. : The Economic History of World Population (New York : Penguin Books, 1965).
- CİLLOV, Haluk : The Structure of the Turkish Population (Ankara : HÜNEE Yayınları, 1974).
- CRİSFORD, John : Public Relations Advances (London : Business Books, 1973).
- ÇAVDAR, Tevfik : Türkiye'de Nüfus ve Nüfus Sorunu (Ankara : Onur Yayınları, 1981).
- DİE : Türkiye İstatistik Cep Yıllığı (Ankara : DİE Yayınları, 1986).
- DİE : Türkiye İstatistik Yıllığı (Ankara : DİE Yayınları, 1985).
- DPT : Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) (Ankara : DPT Yayınları, 1985).

- EREN, Nevzat
- : Nüfus, Doğal Kaynaklar ve Çevre (Birleşmiş Milletler Dünya Nüfus Konferansı Çalışmaları) (Ankara : Kavram Yayınları, 1974).
- FİŞEK, Nusret
- : Türkiye'de Sağlık Hizmetlerinin Gelişmesini Engelleyen Faktörler (Ankara : TTB Yıllığı, 1970).
- GÜRGÜÇ, Ali
- : Aile Planlaması Sorunları (Ankara : Jinekoloji Derneği Yayınları, 1983).
- HÜNEE
- : Türkiye Doğurganlık Araştırması (Ankara : HÜNEE Yayınları, 1983).
- _____
- : "Hedef ... Az Çocuk Öz Çocuk, 1986 Çocukları Yaşatma ve Aile Planlaması Kampanyası Başladı." Hürriyet Gazetesi (26 Mart 1986).
- KAZANCI, Metin
- : Halkla İlişkiler Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar (Ankara : Savaş Yayınları, 1982).
- KELEŞ, Ruşen
- : Türkiye'de Şehirleşme, Konut ve Gecekondu (İstanbul : Gerçek Yayınevi, 1978).
- KİŞNİŞCİ, Hüsnü
- : Aile Planlamasında Kullanılan Yöntemler ve Bu Yöntemlerdeki Yeni Gelişmeler (Ankara : HÜ Yayınları, 1982).
- KONGAR, Emre
- : Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği (Ankara : Bilgi Yayınları, 1979).

- LIPPMAN, Walter : Public Opinion (New York : Penguin Books, 1946).
- MALTHUS, Thomas Robert. : An Essay on the Principle of Population (London : Macmillian Co.Ltd., 1926).
- MIHÇIOĞLU, Cemal : (Der.: F.MAVİŞ) Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar) (Eskişehir : Anadolu Ün. AÖF Yayınları, 1986).
- OHLİN, Goran : Nüfus Kontrolü ve Ekonomik Kalkınma (Ankara : HÜ Yayınları, 1969).
- ÖNAL, Güngör : Halkla İlişkiler (Bursa : BİTİA Yayınları, 1982).
- PEKER, Mehmet : Nüfus Politikaları (Ankara : DPT Türkiye'de Plânlı Dönemde Nüfus ve Aile Planlaması Çalışmaları, 1983).
- PICHAT, J.B. : Population Growth and Developing (New York : Macmillan Books, 1978).
- _____ : Population Reports (Family Plannig Programs)(Baltimore : The John Hopkins University Progress, 1986).
- SARPER, Özer : Demografiye Giriş (İstanbul : Filiz Kitavevi, 1980).
- SUNDAY, Üner : Nüfusbilim Sözlüğü (Ankara : HÜ Yayınları, 1972).
- SSYB : Aile Planlaması ve Ana Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu (Ankara : SSYB Yayınları, 1985).

T. C.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

- SSYB : Hindistan'da Aile Planlaması Programlarına Genel Bir Bakış (Ankara : SSYB Yayınları, 1966).
- SSYB : İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü (Ankara : Eylül 1986).
- SSYB : Nüfus Planlaması Hakkında Kanun (557 S.K,RG.10 Nisan 1965, S.11976).
- SSYB : Nüfus Planlaması Hakkında Kanun (2827 S.K,RG. 27 Mayıs 1983, S.18059).
- SSYB : Nüfus Planlaması Hizmetlerini Yürütecek Personelin Eğitimi, Görev Yetki ve Sorumlulukları Hakkında Yönetmelik (507 S.Yön,RG.10 Eylül 1983, S.18161).
- SSYB : Nüfus Planlaması Hizmetlerini Yürütme Yönetmeliği (509 S.Yön,RG. 6 Ekim 1983, S.18183).
- SSYB : Temel Sağlık Hizmetleri Projesi, Ekonomik ve Sosyal Grup Raporu (Ankara : SSYB Yayınları, 1981).
- TUNCER, Baran : Dünyada ve Türkiye'de Nüfus Sorunları (İstanbul : Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti Yayınları, 1975).
- TÜRK - İŞ : Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu Yıllık Faaliyet Raporu (Ankara : TÜRK-İŞ Yayınları, 1984).
- UNESCO : Statistical Year Book (New York : Unesco, 1974).