

TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİM
KURUMLARINDAKİ KADIN
SORUNLARI ARAŞTIRMA
VE UYGULAMA MERKEZLERİNİN
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI
(Yüksek Lisans Tezi)
Ayşe KIZILTAŞ
Eskişehir, 2000

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDAKİ KADIN SORUNLARI ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZLERİNİN HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI

Ayşe Kızıldaş

İletişim Sanatları Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ocak 2000

Danışman: Prof. Dr. A. Haluk Yüksel

Toplumsal değişim, insanlar arasındaki rol ilişkilerini de çeşitlendirmiş, bu konudaki en keskin ayırım kadın erkek rolleri arasında olmuştur. Erkek egemen toplum düzeninde, rol dağılımı oldukça farklılaşmış ve kadınlar daha geri plana itilmiştir.

Çok yönlü ve karmaşık bir sorun olan kadın sorununa çözümler getirilebilmesi; yapısal bir takım değişikliklerin yanında, ikna edici çabalarla mümkün olabilir. Kadın hareketinin amaçlarının kamuoyuna doğru aktarılması, doğru bir iletişim çabasıyla mümkündür. Burada kadın hareketlerinin etkin bir halkla ilişkiler çalışmasına ihtiyaç duyduğundan söz edilebilir.

Bu araştırmanın amacı, Kadın hakları ve kadın sorunlarını belirleyip, çözümler üretmeye çalışan kurumların önemli bir bölümünü oluşturan Üniversitelere bağlı Araştırma ve Uygulama Merkezleri'nin, belirledikleri hedef kitlelerine yönelik Halkla İlişkiler faaliyetleri yapıp yapmadıkları, yapıyorlarsa bu faaliyetlerin neler olduğunun incelenmesidir.

Bu amaçla, onbir ilde bulunan, Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri ile bir araştırma yürütülmüştür. Söz konusu merkezlere, amaçlarına uygun halkla ilişkiler faaliyetlerinin olup olmadığı, varsa bunların neler olduğunu belirlemeye yönelik anket formu uygulanarak; gerçekleştirdikleri faaliyetler tanımlanmıştır.

ABSTRACT

THE PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES OF WOMEN PROBLEMS RESEARCH AND APPLICATION CENTRES OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN TURKEY

Ayşe Kızıtaş

İletişim Sanatları Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ocak 2000

Danışman: Prof. Dr. A. Haluk Yüksel

Social changes have also varified the relations between the roles of women and men. In the order of male dominated society, the roles have become so distinet that women were ignored.

Besides some structural changes, the ability to find solutions to the problems of women, which are complex and have different point of views, is possible with some convincing efforts. To convey the aim of Women Movement to the public opinion accurately, it is possible only with the effort to communicate with them in the right way. Consequently, it can be said thad the Women Movement needs an active public relations work.

The aim of this research is to define the rights and problems of women. This is made by the investigation of whether Research and Application Centers at Universities Which form an important part of the institutions trying to find solutions, constructed any public relations activities related to the target mass they had defined and if they did, what these activities were.

This aim was reached with the contribution of Women Problems Research and Application Centers bound to Universities situated in eleven cities in Türkiye. A descriptive research was conducted with the application of a questionnaire. This questionnaire searched whether these Centres had any public relations activities and if they did, what these activities were.

TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDAKİ KADIN SORUNLARI
ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZLERİNİN HALKLA İLİŞKİLER
UYGULAMALARI

AYŞE KIZILTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İletişim Sanatları Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. A. Haluk Yüksel

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
OCAK 2000

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ayşe KIZILTAŞ'ın "Türkiye'de Yükseköğretim Kurumlarındaki Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler Uygulamaları" başlıklı tezi 30 Mart 2000 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, İletişim Sanatları Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.A.Haluk YÜKSEL
Üye : Doç.Dr.Rüveyde AKYÜREK
Üye : Yrd.Doç.Dr.Serdar SEVER

Prof.Dr.Emel ÖZKALP
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖZGEÇMİŞ.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	3
1.1.1. Tarihte kadın Bakış Açısı.....	6
1.1.2. Başlangıcından Günümüze Kadın Sorunu.....	8
1.1.2.1.İlkel Kominal Toplum.....	8
1.1.2.2. Köleci Toplum.....	9
1.1.2.3. Feodal Toplum.....	10
1.1.2.4. Kapitalist Toplum.....	13
1.1.2.5. Sosyalist Toplum.....	17
1.1.3. Cumhuriyet Döneminde Türk Kadını.....	19
1.1.4. Günümüz Türkiyesi'nde Kadının Sorunları.....	25
1.1.4.1. Kırsal Kesimde Kadının Sorunları.....	25
1.1.4.2. Kentli Kadınlar ve Sorunları.....	27
1.1.5.1980'ler Türkiyesi'nde Kadın Hareketleri.....	31
1.1.5.1. Medeni Kanun'da ve Türk Ceza Kanunu'nda Aile ve Kadına İlişkin Hükümlerdeki Bazı Değişiklikler.....	35
1.1.6. Halkla İlişkiler.....	36
1.1.6.1. Halkla İlişkilerin Tanımı.....	36
1.1.6.2. Halkla İlişkilerin İşlevi ve Parametreleri.....	38
1.1.6.3. Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar ve Bu Kuruluşlarda Halkla İlişkilerin Önemi.....	39
1.1.7. Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Halkla İlişkiler Planlaması.....	41
1.1.7.1. Sorunun Belirlenmesi ve Durum Analizi.....	41
1.1.7.2. Planlama.....	45
1.1.7.2.1. Amaç ve hedef Kitleleri Belirleme.....	46

1.1.7.2.2.Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda İç Halkla İlişkiler.....	48
1.1.7.2.3.Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlara İlişkin Faaliyet ve İletişim Programı.....	49
1.1.7.2.4.Mesajların Hazırlanması.....	50
1.1.7.2.5.Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşların Halkla İlişkiler Uygulamalarında Araçlar.....	51
1.1.7.2.6. Bütçe.....	59
1.1.7.3. Uygulama.....	60
1.1.7.4. Sonuçların Değerlendirilmesi.....	61
1.1.8. Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Olarak Kadın Kuruluşları ve Halkla İlişkiler.....	63
1.1.8.1. Üniversitelere Bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler Uygulamaları.....	66
1.2. Araştırmanın Amacı.....	69
1.3. Araştırmanın Önemi.....	69
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	70
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	70
1.6. Tanımlar.....	70
2.YÖNTEM.....	71
2.1.Araştırma Modeli.....	71
2.2. Evren.....	71
2.3. Veriler ve Toplanması.....	71
2.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	72
2.5. Süre ve Olanaklar.....	72
3. BULGULAR VE YORUM.....	73
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	86
4.1. Sonuç.....	86
4.2. Öneriler.....	88
EKLER.....	91
KAYNAKÇA.....	95

TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1: Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Merkez Yönetiminin Temel İşlevleri Arasında Olup Olmamasına Göre Dağılımı	72
Tablo 2: Merkezlerin Kurulma Aşamasında Hedef Kitlelerini Belirleme Çalışmaları Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımları	72
Tablo 3: Merkezlerin Uluslararası Kadın Kuruluşları Tarafından Bilinip Bilinmediklerine Göre Dağılımları	73
Tablo 4: Uluslararası Kadın Kuruluşları Tarafından Bilinmeyen Merkezlerin Bu Konuda Yaptıkları Çalışmalara Göre Dağılımları	73
Tablo 5: Merkezlerin yeni Bir Çalışma Başlatırken Hedef Kitlelerini Belirlemeye Yönelik Çalışma Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımları	74
Tablo 6: Merkezlerin Yapılan Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Amacına Ulaşıp Ulaşmadığını Değerlendirmeye Yönelik Araştırmalar Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımları	74
Tablo 7: Merkezlerin Değerlendirme Araştırmalarını Ne Sıklıkta Yaptıklarına Göre Dağılımları	75
Tablo 8: Merkezlerin Değerlendirme Araştırmalarını Yayınlayıp Yayınlamadıklarına Göre Dağılımları	75
Tablo 9: Merkezlerin Çalışmalar Sonunda Hedef Kitlelerinden Geri Bildirim Almak İçin Çaba Harcayıp Harcamadıklarına Göre Dağılımları	76
Tablo 10: Merkezlerin Hedef Kitlelerinden Geri Bildirim Almak Amacıyla Yaptıkları Çalışmalara Göre Dağılımları	76

Tablo 11:	Merkezlerin Uygun Sözlü İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına Göre Dağılımları	77
Tablo 12:	Merkezlerin Uygun Basılı İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına Göre Dağılımları	78
Tablo 13:	Merkezlerin Uygun Görsel İşitsel İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına Göre Dağılımları	78
Tablo 14:	Merkezlerin Yeni Projeler Planladıklarında, Hedef Kitleye Tanıtımı Konusunda Üniversite Yönetiminden Maddi Destek Sağlayıp Sağlamadıklarına Göre Dağılımları	79
Tablo 15:	Merkezlerin Yeni Projeler Planladıklarında Hedef Kitleye Tanıtımı Konusunda Teknik Destek Sağlayıp Sağlamadıklarına Göre Dağılımları	80
Tablo 16:	Merkezlerin Yeni Bir Proje Başlattıklarında Üniversite Yönetiminden maddi destek sağlayıp sağlayamadıkları ve Teknik Destek Sağlayıp Sağlayamadıklarına Göre Dağılımları	80
Tablo 17:	Merkezlerin Projelerini Destekleyecek Sponsor Bulup Bulamadıklarına Göre Dağılımları	81
Tablo 18:	Merkezlerin Yeni Projeler Geliştirme ve Uygulama Konusunda Gerekli Personeli Temin Edip Edememelerine Göre Dağılımları	81
Tablo 19:	Merkezlerin Başlattıkları Çalışmaların Sürekliliği Konusunda Çaba Harcayıp Harcamadıklarına Göre Dağılımları	82
Tablo 20:	Merkezlerin Çalışmalarına Uygun Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Neler Olabileceğine Göre Dağılımları	83
Tablo 21:	Merkezlerin Yayınlarının Olup Olmadıklarına Göre Dağılımları	84

1. GİRİŞ

Kadın ve erkek. İnsanlığın gelişimini ve devamını birlikte sağlayan iki varlık. Erkek olmadan tek başına kadın, kadın olmadan tek başına erkek ne türün devamı için, ne de insanlığın gelişimi için düşünülemezdi.

Son bir yılını yaşadığımız yirminci yüzyıl, büyük toplumsal, siyasal, ekonomik, bilimsel, teknik değişiklik ve yeniliklerin yaşandığı, birçok savaşların yaşandığı, çeşitli alanlarda başkaldırının ve devrimlerin yaşandığı, alışlagelmiş birçok değer altüst olduğu bir yüzyıl oldu.

İnsan, toplumsal değişimin bu karmaşıklığında, yakalamayı umduğu gerçek mutluluğu ve özgürlüğü, kavgalı, gürültülü hatta bazen de kanlı bir takım çabalarla aradı ve arıyor. Umutlarını gerçekleştirmek için bilimi, tekniği ve sanatı kullanıyor. Tüm bunlara egemen olduğunu zannederken bir yandan da tutsağı oluveriyor. Bilimi, tekniği ve sanatı alabildiğine kullanan insan, aradığı özgürlük ve bağımsızlığı dolayısıyla mutluluğu yakalayabilmiş midir? Özgürlük ve mutluluk arayışı içinde olan insan, peşinden koştuğu bu kavramların göreceli olduğunu görmüş, kendini materyalizm vb. bir takım dünya görüşlerini yaratırken bulmuştur.

Tüm bu arayışlar içinde, dünya nüfusunun yarısından fazlasını oluşturan kadınların haklı özgürlük arayışı dolayısıyla kadın hareketleri bu çalışmanın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Tarih sayfalarına bakıldığında kadınların erkeklerden üstün ya da eşit olduğu dönemlere rastlansa da bunlar geçici olmuştur. Kadının soy ağacının önem taşıdığı “anaerkil aile” düzeninden, kadının ya da erkeğin cinsel işlevlerinde hiçbir değişiklik olmamasına rağmen günümüze dek uzanan “ataerkil aile” düzenine geçilmiştir.

Kadının toplumdaki yerinin değişimini görmek için her iki cinsin maddi üretime yaptıkları katkılara bakmak gerekir. Türün devamlılığı, üreme ve üretme ile mümkündür. Üretme biçimleri zaman içerisinde çok çeşitlendi, karmaşık bir hal aldı. Üretimdeki bu hızlı ilerleme dolayısıyla teknolojik alandaki gelişmeler sosyo-ekonomik alanda da değişimleri beraberinde getirdi. İnsanlar her çağda ve toplumda toplumsal değişimlerden birey ve grup olarak etkilendiler. İnsanlar arasındaki rol ilişkileri çok çeşitlendi ve bu konudaki en keskin ayırım kadın erkek rolleri arasında oldu. Kadın ve erkeğin üstlendikleri rollere uygun davranış kalıpları zaman

içerisinde yerleşti. Erkek egemen toplum düzeninde, rol dağılımı oldukça farklılaştı ve kadınlar daha geri plana itildiler.

Kadın, ait olduğu sosyo-ekonomik düzey ne olursa olsun üretimin her aşamasında bulunmuş ancak üretime katkısı nicelik ve nitelik açısından farklılık göstermiştir. Sosyo ekonomik düzeyi düşük toplumlarda hem üyesi bulunduğu toplumun yaşayabilmesi için gerekli olan ürünü üretmek, hem de türün devamlılığını sağlamak görevlerini üstlenmişken, sosyo ekonomik düzeyi yüksek toplumlarda türün devamlılığını sağlamak yani doğurganlık yanında ev işlerinin yürütülmesi gibi görevleri üstlenmiştir. Görüldüğü gibi hiç bir toplum düzeninde kadının üstlendiği görevler daha az olmamış, ancak aile içi ilişkileri üstlendiğinden dış sosyal ilişkilerde geri plana itilmiştir.

Durağan bir sosyal yapı içinde yaşayan ve çoğu ülkede bir erkeğin, önce babasının, daha sonra da kocasının adını taşıyan kadın, tüm yönleri ile bir bireysellikten yararlanamamaktadır.

Biyolojik açıdan kadın ya da erkeğin üstünlüğünü tartışmak mümkün değildir. Kaldı ki, türün devamlılığı gibi bir görevi üstlenmiş olan bu iki cins sürekli etkileşim halindedirler.

Kadın sorunu, diğer sorunlardan bağımsız tek başına bir sorun değildir. Aksine, kültürel, ekonomik, eğitimsel, dinsel, psikolojik boyutları olan bir sorundur. Türkiye açısından düşünüldüğünde toplumun bütün diğer sorunlarından soyut, tek yanlı bir yaklaşımla çözülecek bir sorun olarak düşünülemez. Çok yönlü yapısal değişiklikleri gerektiren karmaşık bir sorundur. Toplumumuzda, geleneksel islami yapı hakim olduğundan işbölümü cinsiyete göre düzenlenmektedir. Diğer Avrupa Ülkelerinde de durumun farklı olduğu söylenemez. Bu konuda Orta çağdan kalma geleneksel yapı hakimdir. Bu yapıda kadının yeri-mesleği ne olursa olsun- ev kadını ve anne oluşu ile belirlenir.

Cumhuriyet sonrası Türk Kadını eğitim olanaklarından yararlanabilmiş, iş hayatında yerini alabilmiştir. Cinsiyete dayalı iş bölümü bir ölçüde değişmiş görünse de gerçek yaşamdaki örnekler bunun aksini göstermektedir.

Eğitim bir toplumun yapısını belirleme de ne kadar önemli ise, gelenek, görenek ve inançlarda bir o kadar önemlidir. Kadın sorununu, toplum içindeki diğer sorunlardan soyut bir sorun değil, diğer sorunlarla birlikte çok yönlü bir sorun olarak ele almak gerekir. konuya tek yanlı yaklaşmanın çözüm getirmeyeceği açıktır. Bu nedenledir ki kadın, toplum yaşamında hak ettiği yeri sadece hukuksal bir takım değişikliklerle alamaz. Köklü bir takım yapısal değişiklikler bu anlamda gerekli ön koşuldur. Geri kalmış, gelenekselci dünya görüşü ve buna bağlı düzeni değiştiğinde kadın

sorunu da çözümlenme noktasına gelebilecektir.

Sonuç olarak, Dünya’da ve özellikle Türkiye’de kadın sorunu ortaya konduktan sonra bir bütün içinde çözülmesi gereken bir sorundur. Toplumun genel sorunlarından ve yapısından soyutlanamayacağı ve tek yanlı bir yaklaşımla çözümlenemeyeceği bilinen bir gerçektir. Türkiye’de cinslerin eşitliğinin söz konusu olabilmesi toplumsal- siyasal yaşamda yapısal değişimin gerçekleşmesine bağlıdır.

19. yüzyıl sonunda Nietzsche’nin, (1844-1900) İyilik ve Kötülüğün Ötesinde kitabında dile getirdiği “En temel sorunda, Erkek’le Kadın’ın ilişkisi sorununda hata yapmak, aralarındaki uçurumu ve çatışmalarının kaçınılmazlığını görmezden gelmek, eşit haklara, aynı eğitime, benzer iddialara, benzer sorumluluklara sahip olunabileceği rüyasına kapılmak, düşünce yoksulluğunun en açık işaretidir.”(aktaran: Bendason, 1995, s.8)

görüşü kadın haklarının aslında örf ve adetlerin değiştirilmesi sorunu olduğunu destekler niteliktedir.

Değişen sosyo ekonomik koşullar, toplumsal yaşamda da değişikliği kaçınılmaz kılmıştı. Batı Avrupa toplumunda 15. yüzyılda başlayan hümanizma akımı, onaltıncı yüzyılda pozitif bilimlerin gelişmesi toplum yaşamındaki bir takım gelişme ve değişmelere zemin hazırladı. Onyedinci yüzyılda düşünen kadın toplum hayatında ve edebiyat alanında yerini aldı.

Kadınların kitleler halinde “özgürlük” ve “eşitlik” mücadelesine katılmaları, hakları için savaşıma girmeleri gerçek anlamı ile 1789 Fransız İhtilali ile gerçekleşmiştir.

1.1. PROBLEM

İnsanlar her çağda toplumsal değişmelerden birey ve grup olarak etkilenmişlerdir. Bu etkilenme erkek ve kadın için farklı farklı olmuş, rollerine uygun davranış kalıpları zaman içerisinde yerleşmiştir. Kadın toplum yaşantısında “kız çocuğu ailesinin dizinin dibinden ayrılmamalı” gibi bir görüş nedeniyle eğitim olanaklarından yararlanamamış, çalışma hayatına yeterince girememiş, girdiği zaman da eşit hak ve ücret olanaklarından yararlanamamıştır. Kadın, aynı engellenmelerden dolayı siyasal yaşama aktif olarak katılmadığından bu konuda olumlu bir değişimin olması mümkün olamamıştır.

Kadın sorunu, ekonomik, toplumsal, ideolojik, psikolojik,

dinsel boyutu olan bir sorundur. Hem birbirinden bağımsız, hem de hep birlikte ele alınması zorunlu bir sorun olarak düşünölmelidir. Bu anlamda karmaşık olarak nitelendirebileceğimiz bu soruna kısa sürede çözüm getirilmesi söz konusu olamaz. Uzun vadede bir çabanın gerçekleşmesi ise bilinçlenme ve örgütlenme ile mümkündür.

Ölkemizde eğitim olanaklarından yararlanamayan dolayısıyla sosyal yaşama yeterince katılamayan büyük bir kadın kesimi, içinde bulunduğu durumu yaşadığı toplumun örf, adet ve ideolojisi kapsamında “yazgı”, “kader” olarak nitelemekte hatta kendinden sonraki nesle bu şekilde aktarılmasını sağlamaktadır.

Bu bağlamda eğitim olanaklarından yararlanabilmiş, çalışma yaşamında ve toplumsal yaşamda saygın bir konuma gelebilmiş ‘azınlık’ denilebilecek kesim ise kadın sorununu saptayıp, kadının bir “birey” olarak “insan” olarak onurunu ön plana alma yönünde bir takım çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bunun sağlanması kadın hareketi konusunda kamuoyunu bilgilendirici, bilinçlendirici, etkileyici çalışmalar, bilimsel araştırmā ve akademik çalışmalarla mümkündür.

Gerçekte bir siyasal- toplumsal hareket olarak görülmesi gereken kadın hareketi, çeşitli yönleriyle öğrenilmeli, öğretilmeli, kadın sorununa uygun çözümler getirilmelidir.

Geçmişte “kahraman” olarak anabileceğimiz birkaç kadınla başlayan kadın hareketi, Atatürk önderliğinde cumhuriyet Türkiye’sinde, laikliğin kabul edildiği ve kadına seçme seçilme hakkının verildiği yıllarda bir boyut kazanmıştır. Bu sayede Eşitsizlik, cinsiyetçi ayrımcılık, hakların eşitliği gibi kavramlardan sıkça söz edilmeye başlanmıştır. 1980 sonrasında ise kadın hareketi ve feminist düşünceden daha bilinçli söz edilmeye başlanmış, hareket belli bir ivme kazanmıştır. Bunun temelinde çağdaş ve laik Türk kadınının çabaları yer alır. Toplumda etkili mevkilere gelebilmiş Türk kadınları kadın haklarının savunucuları olmuşlardır.

Türkiye’de cinslerin eşitliğinin söz konusu olabilmesi toplumsal- siyasal yaşamda yapısal değişimin gerçekleşmesi ile mümkündür. Bu da kadınların siyasal yaşama daha etkin katılımı ile söz konusudur. Ancak kadınların siyasal yaşama rahat katılabilmeleri yapısal değişiklikler yanında ikna edici çabalarla mümkün olabilir.

Burada kadın hareketlerinin etkin bir halkla ilişkiler çalışmasına ihtiyaç duyduğundan söz edilebilir.

Crable ve Vibbert Halkla İlişkiler’i “organizasyonu çevreye, çevreyi de organizasyona adapte etme amaçlı bir süreç” olarak ifade eder.” (Crable, Vibbert, 1986, s.6)

Cutlip, Center ve Broom ise :”Halkla İlişkiler, bir örgüt ile onun sosyal çevresi arasındaki karşılıklı yarara dayanan ilişkileri kuran ve sürdüren bir yönetim işlevidir” der. (Cutlip, Center, Broom, 1985. s.8)

Harlow, Halkla İlişkiler’in problem ve sorun yönetimini kapsadığı üzerinde durur. O’na göre halkla ilişkiler, yönetimin kamuoyundan haberdar olmayı ve kamuoyuna karşı sorumlu davranmayı sürdürmesine yardım eder. Yönetimin kamu yararına hizmet etme sorumluluğu bulunduğunu belirtir ve bunu vurgular. yönetimin toplumsal değişimleri izlemesine yardım eder. Bu değişimleri etkili biçimde kullanarak toplumsal eğilimleri tahmin etmekte ilk uyarıcı sistem olma hizmeti görür. (Aktaran: Varol, 1994, sf. 14)

Grunig ve Hunt da halkla ilişkilerin, yönetim işlevi olduğu ve bu işlevin iletişim, kamuoyunu etkileme, kamuoyunu yorumlama ve sosyal sorumluluk çerçevesinde yapılan etkinliklerle yerine getirildiğinden hareket etmektedir. (Aktaran: Varol, 1994, sf. 15) Örgütsel amaçlar ve felsefenin belirlenmesi ve örgütsel değişimin sağlanmasına katkı sağlaması dolayısıyla yönetim işlevi olarak tanımlanabilir. Halkla ilişkiler bunu kamuoyunu izleme, ölçme ve de örgütsel kararlarını kamuoyuna aktarma, tepkileri alma etkinlikleri yoluyla yapar. Örgüt ve hedef kitlesi arasında iki yönlü iletişimin sağlanması, halkla ilişkilerin bir iletişim faaliyeti olarak tanımlanabilir. Örgütün öncelikle hedef kitlesi olmak üzere bir bütün olarak topluma anlatılması ve benimsetilmesi bakımından halkla ilişkiler kamuoyunu etkileme faaliyeti olarak düşünülebilir. Halkla ilişkiler, örgütün uyum kapasitesini arttırmak için hedef kitle ve toplum ile ilgili veri toplama etkinlikleri anlamına gelmekte ve bu yönüyle kamuoyunu yorumlamak olarak ele alınmaktadır. Son olarak halkla ilişkilerin sosyal sorumluluk olarak ele alınması, örgütün eylem ve işlemlerinin sosyal, siyasal ve ekonomik sonuçlarından dolayı sorumluluk duyması ve kendini kamu yararına hizmet etmekle yükümlü sayması anlamına gelir.

Görüldüğü gibi halkla ilişkiler, bir örgütü, bir organizasyonu ilişkili olduğu sosyal çevreye doğru bir şekilde anlatmayı ve bundan karşılıklı yarar sağlamayı amaçlayan etkileşime dayalı bir iletişim çabasıdır.

Bilim yuvası olarak adlandırılan, toplumun eğitilmesinde, bilinçlendirilmesinde, yönlendirilmesinde birincil öneme sahip kurumlardan biri de üniversitelerdir. Üniversiteler bünyesinde bulunan “ Araştırma ve Uygulama Merkezleri’nin” amaçları doğrultusunda toplumda ortak bilinç yaratmaları, sorunları

bilimsel araştırmalar yoluyla belirleyip çözümlerini üretmeleri, yaratılan ortak bilimsel davranışlara dönüştürme konusunda çaba harcayan lokomotif kurumlar olmaları beklenir.

Kadın hareketinin amaçlarının kamuoyuna doğru aktarılması, Necla Arat'ın deyiimiyle "Saptırılıp, yozlaştırılmaması" doğru bir iletişim çabasıyla mümkündür.

Üniversiteler bünyesinde kurulan "Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri" açasından düşünöldüğünde, kadınların bilinçlendirilmesi, eğitim olanaklarından yararlanmaları, siyasal yaşama aktif olarak katılma konusunda bir çaba içine girmelerinin sağlanması, erkeklerin bilinçlendirilmesi; kendileriyle eşit haklara sahip oldukları konusunda ikna edilmeleri, kadın hareketlerinin cinsiyetçi- ayrımcı bir hareket değil, eşitlikçi, hümanist bir yaklaşım olduğu konusunda kamuoyunun bilinçlendirilmesi, tüm bunların sağlanabilmesi için yapılacak çalışmalara kamuoyu desteğinin sağlanması ve projeler sonuçlandığında kamuoyunun bundan haberdar edilmesinin halkla ilişkiler faaliyetleri ile mümkün olacağı açıktır.

Buna karşın Üniversitelerdeki Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri'nin Halkla ilişkilerini içeren , problem alanını bu yönleriyle inceleyen bir araştırma mevcut değildir. Bu nedenle araştırma bu yönde gerçekteşirilmieştir.

1.1.1. TARİHTE KADIN BAKIŞ AÇISI

Yeryüzündeki kadın sayısı erkek sayısına eşit hatta fazla olmasına rağmen tüm başarı ve övgüleri erkekler kendi ellerinde bulundurmayı başarmışlardır. Kadınlar eğer bir başarı elde etmişlerse de bu başarı kadının yanındaki erkeğe bir şekilde bağlanmıştir.

Erkek kendine tanınan hakların kadına da tanınmasını sürekli reddeder. Bunu da birtakım dogmalar, masalsı düşünceler (mitoslar) ileri sürerek başarır. Bu düşünceler çiğnenmesi çok zor örf ve adetler olarak toplumsal hayata yerleşirler.

Mitos, somut ve sınanabilir bir olgunun doğrularla yanlışların zamanla birbirine karıştığı bir öyküde dile getirilmesi anlamına gelir.

Roma'nın yapılandırdığı toplumda, erkek kendi iradesini dayattı. Kadını doğal olarak ikincil olduğuna inandırdı.

Havva Mitosu: Havva Mitosu çok eskidir.

Tanrı Adem'e yasak meyveye dokunmamasını emreder. O'na bir eş verir. Bu Adem'in kaburgasından yaratılan Havva'dır. Bir yılan gelir ve Havva'yı yasak meyveyi tatmaya, böylelikle yasayı çiğnemeye teşvik eder. Tanrı öfkelenir. Adem'i sorguya çeker. Sorguda Adem Havva'yı ele verir. İkisi de mahkum olur. Adem ve soyundan gelenler sonsuza kadar çalışmaya mahkum edilirler. Havva ise sonsuza kadar acı içinde doğurmaya mahkum olur. (Bendason, 1995, sf. 10)

Metni ilk yorumlayanlar, sorumlu olarak Havva'yı seçmiş ve tüm felaketlerin kökeninde O'nun bulunduğu fikrini yaymışlardır. Aslında Adem ve Havva Eşitlik ilkesi içinde birbirini tamamlayan iki ögedir.

Bekaret Mitosu: Uzun süre pekçok uygarlıkta bekaret önemli bir gereklilik olarak görülmüş hatta kutsanmıştır. Tanrıçalar ya da rahibeler bakire olmalıdır.

Kadının bekaretinin bozulması sırasında akan kan, hayal gücü üzerinde derin izler bıraktı. Genç kızın bedenini saf tutabilmesi bozulmadan koruması kadınlık ideali yapıldı. Genç kızların, olabildiğince uzun bir süre herhangi bir yara almadan olabildiğince uzun süre bakire ve saf kalması istendiği için, kadın, ailesi içinde kapalı yaşamaya zorlandı. Bu durum da kadınların toplum içinde tecrit olmalarına, özgürlüklerinin kısıtlanmasına neden oldu.

Kutsal Kadın Mitosu: Kadın birçok uygarlıkta dönem dönem tapınma ve hayranlık konusudur. Kadın ne kadar erişilmez ise erkek onu o kadar çok ister. Kadın erişilmek istenen amaç durumundadır. Erkek sevdiği kadına sembol değeri verir. Onu yere göğe sığdıramaz.

Kadının Güçsüzlüğü Mitosu: Son olarak kadının daha güçsüz olduğu inancından yola çıkarak, erkek kendini kadının koruyucusu ilan etti. Böylece kadının güçsüzlüğü mitosu doğdu. Kadın güçsüz değildir ama gücünü göstermekten alı konulur. kadın ev işleri ile ilgilenirken erkekler yollar, köprüler vb. inşa eder. Sevişme eyleminde yine erkek güçlü, kadın ise güçsüzdür. Oysa son yıllardaki araştırmalar göstermiştir ki, kadınların ortalama yaşam süresi erkeklerinkinden daha uzundur ve hastalıklara karşı erkeklerden daha dirençlidirler.

Uygarlıkların hemen hepsi bu mitoslardan birinin ya da birkaçının etkisinde kalmıştır. Bu mitoslar, örf ve adetler olarak

günlük yaşamımızdaki yerlerini almışlardır.

1.1.2. BAŞLANGICINDAN GÜNÜMÜZE KADIN SORUNU

İlk insanlar, ilk kez topraklarının etrafını çitle çevirerek çiftçiliğe başladıklarında mülkiyet fikri de kendiliğinden doğmuştur. Doğa ile mücadelelerinde kullanmak üzere doğanın kendisinden elde ettikleri aletleri kullanmaları doğa üzerinde egemenlik kurmalarında yeterli olmamış, doğaya karşı koyabilmek için toplumsal (komünal) yaşamı tercih etmişlerdir.

1.1.2.1. İLKEL KOMÜNAL TOPLUM

GÖÇEBE İLKEL TOPLUM

Kadın, erkekle tam bir eşitlik içinde ortak yaşamda yerini alır. Avlanma erkeğin görevidir. Ancak zaman zaman kadın da avlanır. Bitkilerin toplanması kadının görevidir. Ancak zaman zaman erkekler de bu işe katılırlar. Cinsel yaşamda da tam bir özgürlük söz konusudur. Her kadın her erkekle, her erkek de her kadınla birlikte olabilir. Bunun doğal sonucu ise çocukların sadece annelerinin bilinmesidir.

YERLEŞİK İLKEL TOPLUM

Artık insan üretim araçları yapabilmekte, toprağı işleyebilmektedir. Doğayla daha içiçe olan erkek avlanma ve hayvancılıkta uzmanlaşırken kadın ise doğurganlığı nedeniyle zaman zaman üretimden uzaklaştığından tarımda uzmanlaşmıştır. Bunun sonucu olarak evin yönetimi ile uğraşmak durumunda kalmıştır. Böylece kendiliğinden bir iş bölümü ortaya çıkmıştır.

Üretimde daha etkin olan kadın, evin çekip çevrilmesini ve daha düzenli ürün elde etmesini sağlamıştır. Karmaşık cinsel ilişkiler de sınırlanmış ve böylece kuşaklar arasında cinsel ilişkinin yasaklandığı duruma geçilmiştir.

Cinsel özgürlük nedeniyle çocuğun sadece annesinin kesin olarak bilinmesi annenin soy ağacının dikkate alınmasını gerekli kılmıştır. Böylece “anaerkil aile” düzeninin temelleri atılmıştır.

Madenlerin bulunması ile tarım araçları yapıldı. Üretim arttı. Tüm toplum üyelerini besleyecek ve bir miktar saklanabilecek bir üretim düzeyine ulaşıldı. Böylece kadınlar ve yaşlılar üretimden çekildiler. Bunun sonucu olarak kadın sahip olduğu saygınlığı giderek

ytirdi. Çocuk bakımı, ev işleri, çok güç gerektirmeyen el işlerinde uzmanlaştı.

Sürü hayvanlarında, ev işlerinde kullanılan hayvanlarda ve üretim araçları üzerinde özel mülkiyet belirmeye başladı. Özel mülkiyete geçilmesi ile birlikte mirasa ilişkin uygulama da değişti. Ayrılma halinde çalışma aletleri, hayvan sürüleri erkeğe, ev aletleri de kadınlara kalıyordu.

Miras düzeninin çocuklar yararına değiştirilmesi, çocukların babanın soy zincirine dahil edilmeleri ve babalık miras hukuku ile mümkün olabilecekti.

Bu değişikliklerle, ilkel komünal toplumla birlikte anaerkil aile de tarihe karışıyor, yerlerini köleci topluma ve ataerkil aileye bırakıyorlardı.

Engels'in deyişiyle " Analık hukukunun yıkılışı, kadın cinsinin büyük tarihi yenilgisi oldu. Evde bile idareyi elinde tutan erkek oldu, kadın aşağılandı, , köleleşti ve erkeğin keyif ve çocuk doğurma aleti haline geldi. Kadının... bu aşağılanmış durumu, giderek süslenip püslendi, aldatıcı görünümlere sokuldu, bazen yumuşak biçimler altında saklandı, ama asla ortadan kaldırılmadı". (Engels, 1971, 82-83)

1.1.2.2. KÖLECI TOPLUM

Kadının köleci toplumdaki yeri, sınıfsal konumuna göre farklılaşmıştır. Üretim araçlarına sahip, yanında köle çalıştırabilen efendilerin karıları evlerine çekildiler, onlar da evlerinde "kadın efendiler" oldular. Kendi kendilerine kadar üretim yapan erkeklerin kadınları üretim sürecinde kaldılar. Köle erkek ile köle kadın arasında ise fark yoktu. Her ikisinin de emeği sömürülmekteydi. Özgür değillerdi ve kendilerine ait üretim araçları yoktu.

Kadının üretimden çekilmesi, babadan oğula miras yoluyla geçen servetlerin sahibi olan erkeğe bağımlı olmasına neden olmuştur. Erkeklerin çok eşliliği köleliğin bir sonucudur. Zenginliğin ve büyüklüğün erkeklere tanıdığı bir imtiyazdır. Normal halk ise tek eşli yaşar. Karısı hala üretim sürecinde bulunduğundan erkeğine daha az bağımlıdır. Köle kadın için durum biraz daha farklıdır. Köle erkek de kadın da sahibi tarafından sömürülmektedir. Ancak kadının hem emeği hem de cinselliği sömürülür.

Bu düzen bir yaşantı zina ve fuhuş gibi iki kavram ortaya çıkarmıştır. Erkek bir kadınla yaşar ancak, çok karılılık ve fırsat bulduğunda kaçamak yapma hakkına sahiptir. Kadından çok sıkı bir sadakat istenir ve eşini aldatan kadın şiddetle cezalandırılır.

Kadının evli olduğu erkek dışında başka bir erkekle birlikte

olması, babanın doğan çocuğun kendisinden olduğuna emin olması gerekliliğinden ve mirasın babadan oğula geçeceğinden dinsel ve hukuksal açıdan engellenmiştir. Aynı engellenme erkekler için söz konusu değildir.

Köleciler toplumda erkeğin kadını kaçırarak ya da satın alacak gücü vardır. Bu durum kadının metalaşmasına yol açmıştır. Böylece zina ve fuhuş köleciler toplumda olduğu gibi sonraki toplumlarda da geçerli bir kurum haline gelmiştir.

Engels, köleciler topluma geçişle kadın- erkek ilişkilerinin, giderek kadının toplumdaki saygınlığının ne yönde değiştiğini yorumlar: “ Ekonomik hayat şartlarının, eski komünizmi yıkararak geliştiği ve nüfus yoğunluğunun arttığı ölçüde, geleneksel cinsel ilişkiler ilkel safıklarını kaybediyorlar, ve iffet hakkını, bir tek adamla geçici ya da sürekli evlenme hakkını bir kurtuluş gibi görmeye başlayan kadınlara gitgide alçaltıcı ve ezici olarak görünüyorlardı. bu ilerleme, kaynağını erkeklerden alamazdı; çünkü erkeklerin, günümüze kadar, fiili grup halinde evlenme tatlarından- vazgeçmek, asla akıllarına bile gelmemiştir. Ancak kadınların iki- başlı evliliğe geçişe meydan vermelerinden sonradır ki, erkekler sıkı monogamie’ye girebildiler-ama gerçekte, bu monogamie, sadece kadınlar içindir.” (Engels, 1971, sf. 77)

1.1.2.3. FEODAL TOPLUM

Köle emeğinin veriminin düşmesi ile, köleleri zorla çalıştırmak, emeğin verimini, artı ürünün miktarını artırmak için baskı kurmak yoluna gidildi. Bunun sonucunda köle ayaklanmaları çıktı ve köleciler toplumların zayıflamasına neden oldu. Germen kabilelerinin Roma İmparatorluğu’na saldırıları gibi dışsal baskılar da artınca Roma İmparatorluğu ile birlikte son köleciler toplum da tarihe karıştı.

Feodal ilişkiler daha köleciler toplum yıkılmadan önce, köleciler toplumun yapısından oluşmaya başlamıştır.

Üretim araçlarının gelişimiyle, üretim gücü düşmüş ve üretim ilişkilerinin yeniden gözden geçirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Büyük toprak sahipleri, küçük köylü işletmelerini korumak gereğini duymaya başlamışlardır. Kölelerin yerini bağlı oldukları beye kira ödeyen ya da ürünün bir bölümünü veren serfler almıştır. Beyler kral adına toprakları işletirler. Üretici olan serftir. Üretim araçlarını ve toprağı kullanma hakkına sahiptir ancak mülkiyet hakkı yoktur.

Serfler, kendileri için gerekli olan ürünü ve beylerin el koyduğu artı ürünü fazlasıyla üretebilmek için ailesiyle birlikte çalışmak zorundadır. Yani köylü kadın üretime katılmak

durumundadır. Beylerin karılarının ve kızlarının üretime katılmak gibi bir zorunluluğu yoktu. Feodal toplumdaki kadını, kendi sınıfsal konumuna göre ele almak gerekir.

Kilise büyük toprak sahibi beylerin yanında yerini almıştır. Feodal toplumların çoğunluğundaki dinsel baskı, kilisenin feodal beylerin zenginliği için çalışıyor olması, dinin toprak sahibi olmasına, diğer yapıların da dinden etkilenmesine neden olmuştur.

Feodalizmle birlikte, Hıristiyanlık ve feodal temele uygun değişikliklere uğrayan Roma Hukuku evliliği özendirici tutum içine girmiştir.

Daha çok üretim ve artı ürün gözüyle bakılan serflerin evliliğe teşvik edilmesi ya da evliliğin yasaklanması feodal beylerin kararına bağlıydı. Feodal bey, kendi topraklarında yaşayan serflerin çocuklarının evliliğinden vergi alırdı. Yine aynı şekilde senyörlerin, kendi topraklarında yaşayan bir serfin, başka topraklardaki serfle evliliğine izin vermesi oldukça yüksek vergilerle mümkündü. Topraklarında yaşayan serfin kızının bekareti senyöre aitti. Daha sonra vergiye dönüştürüldü. Senyör, topraklarında yaşayan serfleri ekonomik bakımdan, kadın serfleri ise hem ekonomik hem de cinsel bakımdan sömürmüştür. Onlar için her kavramın ekonomik bir karşılığı vardı. Aksi halde giderek artan lüks tüketim eğilimlerini karşılamaları mümkün değildi.

Feodal beyin karısı ve kızları da artı üründen paylarına düşeni alabilmek için kendi cinslerinin sömürülüşüne göz yumuyorlardı.

Egemen toplumda, mirasın babadan oğula geçmesi kadınlar için tek eşliliği gerekli kılmıştı. Yalnızca erkek karısını boşayabilir, sadakatsizlik hakkı da yalnızca onundur.

Kadın herhangi bir sadakatsizlik örneği gösterdiğinde önceki dönemlerden daha şiddetli biçimde cezalandırılmıştır.

Kadınların ayrılma durumunda “eski cinsel pratiğini” hatırlama isteği soylu şövalyeler ve rahipler tarafından karşılanır olmuştur. Bu dönemde tek eşli evliliğe geçişle birlikte, koca- karışık üçgeni kuruldu ve insanlar cinsel arzularını yasa ve ahlak dışı yollarla gidermeye başladılar. Rahip ve rahibeler arasında cinsel ilişki, eşcinsellik giderek artıyordu. Ayrıca rahipler gün geçtikçe fuhuşun örgütlenmesinde de söz sahibi olmaya başladılar. Derebeyleri ve şövalyelerin kadın değiştirme tutkusu bu sistemi yaygınlaştırmıştır. Bu duruma Martin Luther karşı çıkmıştır. Papazların evlenme özgürlüğünü savundu ve Hıristiyanların fuhuşa girmelerinin ahlakdışı olduğu üzerinde durdu. Böylece Roma Kilisesine başkaldırı “Reform”u daha sonra da “Rönesans”ı getiren girişimlerden biri oldu.

Batı feodalizmi ve Roma Kilise’si kadın- erkek ilişkilerini bu

yönde ele alırken, doğu feodalizmi de İslamiyetten etkilenmiştir.

İslamiyette erkeğin kadından üstün olduğu görüşünü kabul etmiştir. Kadının üretimden uzak tutulmasında amaç, çocuk yetiştirme işine yeterince zaman ayırabilmesi olarak görünse de, kadının ekonomik bağımsızlığını önleyerek, erkeğe bağımlı kılmak ve ataerkil aile düzenini sürdürmek amaçlanmıştır.

Kadın eş seçiminde özgürdür denemez. Örneğin müslüman olmayan bir erkekle evlenemez. Bu durum Kuran'da El- bakare suresi/221. ayet ile hükme bağlanmıştır. Erkek ise, putperest değilse, bir kitaba bağlı ise herhangi bir kadınla evlenebilir. Bu durum, "ataerkil aile" düzeni ile yani çocuğun babanın soy zincirini izleyeceği görüşü ile açıklanabilir.

İslamiyet akraba evliliklerini yasaklamıştır. Boşanma erkeğin tekelindedir. Erkeğin cariyeyi boşaması, özgür kadını boşamasından daha kolaydır. Burada sınıfsal bir ayırmadan da söz edilebilir.

Yine İslamiyet, erkeğin çok eşliliğine cevaz verirken, kadının çok eşliliğini yasaklamıştır. çok - karılılık genellikle sınıflı toplumlarda, ekonomik düzeyi yüksek erkekler için geçerli olmuştur.

Zina ve fuhuş karşısında İslamiyet'in tutumu, kendinden önceki dinlere göre daha insancıdır. Zinanın cezası ölüm değildir. Efendi kul arasındaki ilişki zina değildir. En- Nisa suresi/ ayet 15 te, "kadınlarınızdan fuhuşu irtikap edenlere karşı içinizden dört şahit getirin. Eğer şahadet ederlerse onları ölüm alıp götürüncüye, yahut Allah onlara bir yol açıncaya kadar- kendilerini evlerde alı koyun". denmiş, daha sonra En- Nur suresi/ayet 2'ye göre, zina yapan erkek ve kadına yüz deynek vurulması öngörülmüştür. Zina eden kadın, ancak kendisi gibi zina etmiş ya da müslüman olmayan bir erkekle evlenebilir. Aynı şey zina eden erkek için de geçerlidir. (Tayanç, 1981, sf.67)

İslamiyet miras hukukuna önemli değişiklikler getirmiştir. Kadın, duruma göre, mirastan 1/4 ya da 1/8 oranında pay alabilir. Miras hukukunda erkeğin iki kadına eşit olduğu En- Nisa Suresi/ ayet 11 ile belirlenmiştir.

"Allah size (Miras hükümlerini şöylece) tavsiye (ve emr) eder: Evladlarınız hakkında (ki hüküm) erkeğe, iki dişinin payı mikdarıdır". (Aktaran: Tayanç, sf.67)

Yine aynı şekilde tanıklıkta da iki kadının şahadeti bir erkeğe denk düşeceği En- Nisa suresi/ayet 282'de belirtilmiştir. Kadın-erkek eşitsizliği bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Feodal dönemde, felsefe de birçok örnekte kadını salt üreme aracı olarak görür niteliktedir.

Montaigne "Kadının süs ve aylaklıklarının bizim alın terimiz ve emeğimizle beslenmesi gülünç ve haksız birşeydir"der. (Montaigne, 1974, sf.174)

Montaigne, haklı olabilir. Ancak, unutulmuş, evliliklerde kişisel seçimlerden çok bağımlı olunan kişilerin seçimlerini yansıttıklarıdır. Örneğin, serflerin evliliğine, ekonomik nedenlerden dolayı beyleri karıştırırken, yine feodal beylerin, topraklarını birleştirmek amacıyla kızlarını ve oğullarını, birbirlerinin oğulları ve kızları ile evlendirmeleri tarihte sık rastlanan bir olgudur.

Feodal toplumda evlilik, ekonomik nedenler ve kadının korunmaya alınması için gerekli bir kurum olarak görülmüştür.

Engels, şöyle der: "... Tarihte kendini gösteren ilk sınıf çatışması, erkekle kadın arasındaki uzlaşmaz karşıtlığın karı-koca evliliği içindeki gelişmesiyle: ve ilk sınıf baskısı da, dişi cinsin erkek cins tarafından baskı altına alınmasıyla aynı zamana rastlar". (Engels, 1971, sf. 94)

Feodal toplumda ise bu durum aynen devam etmiş, erkeğin kadın üzerindeki baskısı devam etmiştir.

1.1.2.4. KAPİTALİST TOPLUM

Feodal toplumda, üreticiler (serfler) artı ürünü beye iradeleri dışında aktarmak zorundaydılar. Yeni buluşların üretime uygulanması ile emeğin verimliliği ve iş bölümü yaygınlaşmıştır.

Kapitalizmin ön koşulu, toplumun azınlığını oluşturan bir sınıfın elinde üretim araçları sahipliğinin toplanması, bunun sonucu olarak da, yaşamak için yalnızca işgüçlerini satabilen mülksüz bir sınıfın doğmasıdır. (Aktaran: Tayanç,1981, sf.78) üretim araçları elinden alınan kitleler ve üretim araçları kapitalist toprak sahiplerinin eline geçmiştir. Kapitalistin kazancı üç şeyi karşılamak içindir. İş araçları ve hammadde, çalışanlara ödediği ücretler ve karıdır. İlk ikisine ayırdığı miktar ne kadar az olursa elde ettiği kar da o kadar fazla olacaktır. Piyasadaki rekabet oranında iş gücünün ücreti düşecek ya da artacaktır. Çok sayıda işçinin bulunmasına rağmen kapitalist sayısının az olması, ücretlerin kapitalistlerin lehine belirlenmesini sağlamaktadır. Kadınların üretimde yer alması bu bakımdan kapitalistin hoşuna giden bir durumdur. Çünkü, hiçbir zaman işçi kadın ve çocuklar erkek işçilerle eşit ücreti alamazlar. Kadın, doğurganlığı nedeniyle aralıklı olarak çalıştığından emeğini de ucuza satmak durumundadır. Erkek ve kadın emeği arasında bir rekabet yaratılır ve bu durumdan kazançlı çıkanlar kapitalistlerdir.

Kadının iş sonrası da özgür bir yaşantısının olmadığı açıktır. Çocuk yetiştirme ve ev işleri yine ondan beklenen işlerdir. Burjuva kadını da kapitalist düzenden payına düşeni alır. O'nun üzerindeki sömürü cinsel sömürüdür. Görevi kocasının huzur ve rahatını sağlamak, çocuk yetiştirmek ve ev işleri ile ilgilenmektir.

Emekçi kadın sınıfı ile birlikte sömürülürken, evinde de erkeğin sömürüsüne maruz kalır. Burjuva kadının alanı evidir ve kocası tarafından sömürülür.

Kadınlar, üretim sürecinde daha fazla yer aldıkça sömürüldüklerinin de farkına varmışlardır. İlk kadın hakları savunucuları kapitalist toplumlarda ortaya çıkmıştır.

Kadınların haklarını aramak için giriştikleri savaşım, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa üçgeninde yoğunlaşmıştır. Bu savaşın başlangıcı için 1789 Fransız ihtilali dahil olmak üzere çeşitli tarihler verilse de, ondokuzuncu yüzyılın ortalarına doğru hareket bireysel olmaktan çıkıp, kitlelerin katıldığı harekete dönüşmüştür.

Burjuva kadın hareketi kökenini, 18. yüzyıl sonundaki Fransız Devrimine dayandırmaktadır. Devrimin fırtınası içinde, örgütlü olan, mücadele eden kadınlar, kadın cinsiyetinin aile, toplum ve devlete tam hak eşitliği talebini yükseltirler. Guges, ilan edilen evrensel insan haklarının sonucu olarak, kadının giyotin altına girme hakkı varsa konuşma kürsüsüne çıkma hakkı da olabileceğini vurgulamıştır. Genç kapitalizm, burjuva toplumunu kadın hakları gibi ileri bir adım için yeterince alt üst edememişti ve insan hakları kadın hakları olamadı. Aynı şekilde burjuvazi ve proleterya arasındaki sınıf karşıtlığını da keskinliğe ve olgunluğa ulaştıramamıştı.

Ondokuzuncu yüzyılın birinci yarısında, Fransa ve Almanya'daki devrimler ve İngiltere'deki siyasal ve toplumsal mücadeleler, Amerika'da zenci köleliğini yıkmaya yönelik Kuzey-Güney çatışmalarına ilave olarak kadın cinsiyetinin hak eşitliğinin ilkesel temsilcilerinin ortaya çıkışı gerçekleşmiştir. Kadınların haklarını arama konusunda ilk bireysel çıkışları, köle ticaretine karşı çıkma gibi doğrudan kendileri ile ilgili olmayan konularda olmuştur. ABD'de, 1848 yılında Seneca Falls'da toplanan Kadın Hakları Birinci Konvansiyonu, toplu bir hareket biçimini alır. Sorun bir kadın-erkek savaşımına dönüşmüş, kadın sorununun sınıfsal ayrımcılıktan kaynaklanan bir sorun olduğu göz ardı edilmiştir. Vardıkları nokta bu görüşün savunucularını, içinde yaşadıkları kapitalist toplumun değer yargıları ile çelişkiye düşürmüştür. Çünkü, ezilmekten, sömürülmekten yakından kadının erkeği ezmesi,

aynı şekilde sömürmesini savunmuşlardır.

Bu dönemde hak eşitliğine dair talebi yükselten gevşek bağlantılı kadın grupları da otaya çıkmıştır. Bu grupların Fransa ve Almanya'daki öncüleri, işçi kadınların yaşam koşullarının düzeltilmesi için de taleplerde bulunmuşlardır. Ancak bu, proleter sınıfı kendi haklarını aramaya davet etme şeklinde değil, hümanizm adına tepeden inme gerçekleşmiştir.

Kate Millett, Fransız Devriminin reformcu etkilerinin İngiltere'de ancak devrim tehlikesi atıldıktan sonra görüldüğünden, İngiltere'deki reform hareketlerini 1830'lara dayandırır. Yine Amerika'da köleliğin kaldırılması hareketiyle, kadınların ilk kez politik bir anlam içinde örgütlenmeye başladıklarını, 1840'larda ve Özellikle 1848 yılında, sağlam bir temele basma olanağı gördüğünü söyler. (Millett, 1973, sf. 112-113)

Kapitalist üretim biçimi ve bu biçim üzerine kurulu burjuva toplumunda kadın hareketi, kadınların kurtuluşu için girişimini, erkeğin aile, devlet ve toplumdaki imtiyaz ve hakimiyetine karşı mücadele ile sınırlamıştır.

Kapitalist toplumda bir görüş kadın sorununu, sınıfsal ayrımcılığı göz ardı ederek ele alır. Kadının ezilmesi ve sömürülmesine çözüm olarak tersine kadının erkeği ezmesi ve sömürmesi gibi bir çözüm önerir.

Bir başka görüş, kapitalist toplumda kadının ezildiğini, sömürüldüğünü kabul eder ancak, ezilen erkeklerin sayısı da az değildir. Onlara göre sorunun çözümü ezilen kadın ve erkeklerin birleşerek sömürülmelerine son vermeleridir. Kadın kapitalist toplumda çalışma yaşamına girmiştir ve erkeklerle eşit haklar istemektedir. Kadın, ekonomik olarak erkeğe bağımlıdır. Ekonomik yaşama girmesi ile birlikte de sermayenin tutsaklığındadır.

Burjuva kadın hareketinin talepleri: evliliğin kurulması, biçimlendirilmesi ve sona erdirilmesinde eşit hak; kadın ve erkeğin çocuklar üzerinde söz hakkı; her iki cinsiyet için bir tek cinsel ahlak; kadının kendi mülkiyeti, geliri ve kazancı üzerinde özgür kullanma hakkı; meslek öğrenimi ve mesleki çalışma özgürlüğünün garantilenmesi; toplumsal yaşamın tüm alanlarında kadına erkekle eşit hareket ve çalışma özgürlüğü hakkı; devlete ve onun organlarında tam politik eşitlik vb. dir. Her ne kadar emekçi kadın için de bu talepler değerliyse de, burjuva kadın hareketinin başarıları ağırlıklı olarak, mülk sahibi, egemen ve sömürücü sınıfların ekonomik bakımdan özgür kadınlarına yaramıştır.

John Stuart Mill 1861 yılında şunları yazıyordu: " Tüm öteki kölelerin

efendileri söz dinletmek için korkuya dayanıyorlardı; kendilerinden duyulan korkuya ya da dinsel korkulara. Kadınların efendileri ise, yalın söz dinletmekten daha çoğunu istediler ve eğitimin tüm gücünü amaçlarına yönelttiler. Tüm kadınlar, ilk yıllardan başlayarak, kadınların ideal karakterinin erkeğin tam tersi olduğu inancı ile yetiştirilmektedirler; kendi isteğine uymak ve kendi kendini denetlemek yerine, boyun eğmek ve başkalarının denetimi altında kalmak. Başkaları için yaşamalarının, kendileri ile tamamiyle yadsımlarının ve sevgileri dışında başka bir yaşamları olmamasının görevleri olduğunu tüm ahlak kuralları, yapıları olduğunu da tüm geçerli duyarlılıklar söyler kadınlara. Ve sevgileri ile yalnızca onlara tanınan anlatılmaktadır - bağlandıkları erkekler ile onlar ve bir erkek arasında ayrı ve çözülmeyen bir bağ oluşturan çocuklar. Üç şeyi bir araya getirdiğimizde-birincisi, karşıt cinsler arasındaki doğal çekicilik; ikincisi, kadının kocasına tam bağımlılığı, sahip olduğu her ayrıcalık ile kadın kocasının isteğine bağlı olması, ve sonuncusu, kadının, insan arayışının, düşününün başlıca amacını ve toplumdaki yerini, sadece kocası aracılığıyla arayabileceği ve sağlayabileceği-erkeğe çekici olma hedefinin kadının eğitiminde ve karakterinin oluşumunda odak olmaması bir mucize olurdu.” (Aktaran: Tayanç, 1981, sf. 90)

Zaten böyle bir mucize de olmadı. Geleneklerin ve Freud’cu bilginlerin etkisi ile kadınlar, kadınlıklarıyla gururlanmanın dışında bir yazgı istemediklerini, görevlerinin sadece annelik, eşlik ve ev kadınlığı olduğunu yineleyip durdular.

Tüm kapitalist toplumlarda, orta, hatta yüksek öğrenim gören kadınların oranı giderek artıyordu, ancak güçlenen kapitalizm, kadınları tüketim açısından kaçırmamak için tüm gelişmiş reklamcılık ve kitle iletişim tekniklerini kullanıyor ve kadını evinden dışarı çıkarmadan, daha çok üretmek için, daha çok tüketecek bir nesne olarak görüp çeşitli makyaj malzemeleri, deterjanlar, araç-gereçler sunuyorlardı.

Kapitalist toplumda kadının sömürülmesinde araçlardan biri de fuhuş olmuştur. Kadını fahişeliğe iten nedenler çoğunlukla ekonomik nedenlerdir. Herhangi bir işte çalışan kadın, fahişelikten kazandığı parayı kazanamaz. Bu anlamda kapitalist toplumun iki kadın tipi yarattığı söylenebilir: tüketen ve kendisi tüketilen.

Köleci toplumda metalaştırılan kadın, feodal toplumda vergi kaynağı, kapitalist toplumda ise gelir kaynağı olmaktan kurtulamamıştır.

Engels’in kadının gelecekteki kurtuluşuna ilişkin olarak, “kadınların kurtuluşu ve erkeklerle eşit olmaları mümkün değildir ve bu durum, kadınlar toplumsal olarak üretici çalışmadan dışlanıp özel olan ev işleriyle sınırlı tutuldukları sürece de zorunlu olarak böyle kalacaktır. Kadınların kurtuluşu

ancak kadınlar üretime, geniş, toplumsal ölçekte katıldıkları ve ev içindeki görevleri yalnızca iyice önemsiz hale geldiği zaman mümkün olur. Ve bu da ancak, yalnızca kadınların üretime geniş çapta katılmalarına izin vermekle kalmayıp bunu kesinlikle gerektiren ve ayrıca özel ev işlerini de daha kamusal bir sanayiye dönüştürmeye çabalayan modern geniş çaplı sanayinin bir sonucu olarak mümkün hale gelmiştir” der. (Aktaran: Mitchell, Oakley, 1992, sf. 139)

Toplumsal olarak örgütlenmiş üretimde ekonomik kurtuluşa kavuşma ev işleriyle sınırlı olmaktan kurtuluş, cinsel kurtuluşun da anahtarıdır.

1.1.2.5. SOSYALİST TOPLUM

Tüm diğerlerinde olduğu gibi sosyalist toplumun kökleri de kapitalist toplumda beslenmiştir. Sanayileşmenin giderek ilerlemesi işçi sınıfının nicel bakımdan artmasına yol açmıştır. Emek verimliliği artmış, tarımda makineleşme yaygınlaşmış böylece birçok insan topraktan ayrılarak sanayi işçisi olmuş, proleterleşmiştir. Sermayenin ve üretim araçlarının giderek daha az sayıda kişinin elinde toplanmaya başlaması, kitlelerin de bir o kadar mülksüzleşmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda üretim güçlerine uygun yeni üretim ilişkileri kurulmaya başlanır. Mülkiyet ve bölüşüm yeni nitelik kazanır. Sosyalist üretim ilişkileri kurulur.

Kadın ile erkeğin, anne- baba ile çocukların yeni ve daha yüksek düzeydeki ilişkileri yeniden gözden geçirilmiş ve bunun sonucu olarak kadın cinsiyetinin insani bakımdan eşitliği ve özgürlüğü kaçınılmaz olmuştur.

Sosyalist düzende, üretim mallarının bölüşümü iki biçimde olur. Tüketim mallarının bir bölümü çalışmaya göre, bir bölümü de her toplum üyesinin çalışma oranı ne olursa olsun, üretim fazlası üzerinden olur. Biri çalışma yeteneklerini en iyi biçimde kullanmayı amaçlarken, diğeri de yeteneklerini en üst düzeye çıkarmayı sağlar.

Kadın da erkek gibi üretim araçlarına sahip olamadığından, üretim araçlarına sahip olanlarca sömürülmesi mümkün değildir.

“ Toprak sahiplerinin, kapitalistlerin ve tüccarların olmadığı yerde, emekçilerin iktidarının sömürsüz yeni hayatı kurdukları yerde, kadının ve erkeğin yasa önünde eşitliği vardır. Fakat bu yetmez, yasa önünde eşitlik henüz hayatta eşitlik değildir. Kadın işçinin, yalnızca yasa önünde değil, fakat hayatta da erkek işçi ile eşitliği elde etmesi gerekir. Bunun için kadın işçilerin kamu işletmelerinde ve devlet yönetiminde giderek daha büyük bir oranda

katılmaları gerekir. Kadınlar yönetime katıldıklarında çıraklığı tamamlayacak ve erkeklere yetişeceklerdir". (Aktaran: Tayanç, 1981, sf.99)

Ayrıca sosyalist düzende, eşit işe eşit kazanç ilkesi de uygulanmıştır. Üretim sürecinde önemli bir görev üstlenen kadın, üst yapıda da ayırım görmez.

Kuruluşundan sonraki ilk dönemlerinde Sovyet Hükümeti, birçok güçlkle karşı karşıyaydı. Buna rağmen anne ve çocukların refahını güvence altına almak için özel önlemler aldı. Halk komiserleri konseyi tarafından Çocukları koruma komitesi kuruldu. Ocak 1918'de bir kararname çıkarıldı. Bu kararname, anne ve çocuğun korunması için çeşitli önlem ve düzenlemelerin, ancak sosyalist düzende mümkün hale gelmiş olan önlemlerin temelini attı. Yıllar geçtikçe, bu alanda daha kapsamlı bir önlemler programı yürürlüğe girdi. (Popova, 1999, sf. 79)

Sovyetler Birliği Anayasası'nın 122. maddesi şöyledir: "sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinde, ekonomik, med̄eni, kültürel, siyasal ve diğer sosyal alanlarda kadına erkek kadar eşit haklar verilmiştir. Kadınların bütün bu haklarının gerçekleşmesi imkanı iş, ücret, dinlenme, sosyal sigorta ve öğrenimde kadınlara erkekler kadar eşit haklar verilmesi, ananın ve çocuğun menfaatlerinin devlet tarafından korunması, kadına ücretinin devamı suretiyle gebelik izni verilmesi, geniş bir doğum, çocuk bakım evleri ve bahçeleri şebekesi yollarıyla elde edilir".(Aktaran: Tayanç, 1981, sf. 100)

Fabrika ve daire yöneticileri, hamile kadınları daha hafif ve sağlıklarına zarar vermeyen işlerde çalıştırmak ve daha önce aldıkları ücrete eşit ücret vermek durumundaydılar. Çocuk bakım evleri sadece kentlerde değil, kırsal kesimde de yaygınlaştırıldı.

Evlilik işlemleriyle ilgili Sovyet yasası, sağlam aile bağlarını teşvik edecek biçimde düzenlenmiştir. Sovyet kadınlarının, düşünsel ilgi alanları geniştir. Çocuklarına karşı kutsal sayılan görevlerini ihmal etmedikleri sürece, çalışma ve eğitim alma olanaklarını sonuna kadar kullanabilirler. Ekonomik faaliyetlerin her alanında önemli bir yere sahip Sovyet kadını, çocuklarının eğitimi ile ilgili her türlü görevi de üstlenir.

Kominist Partisi Onyedinci Kongresi'nde Stalin , "Kadınlar, Ülkemizin nüfusunun yarısını oluşturuyor, onlar koca bir işçi ordusunun temsilcileridir ve onlardan çocuklarımızı, gelecek kuşağı, yani geleceğimizi yetiştirmeleri isteniyor" der. (Aktaran: Popova, 1999, sf. 89)

Ekim devriminden sonra, 1918 yılında çıkarılan yasayla

medeni evlilik zorunlu hale getirilmiş, nüfusu artırmak amaçlı fiili evliliklere izin verildiyse de, 1944 yılında zorunlu medeni evlilik yeniden düzenlenmiştir. Kan kardeşler arasındaki evlilik de yasaklanmıştır. Kadın ve erkek, önceden bildirmek koşulu ile ikisinden birinin soyadını kullanabilmişlerdir. Evli çiftler mesleklerini seçme konusunda özgürdürler. Boşanma, iki tarafın isteği ile son bulabilecektir, ancak 1944 yılında boşanmayı kolaylaştırıcı bazı hükümlere kısıtlama getirilmiştir.

Sosyalist düzende, kadın ile erkek arasındaki eşitliğe yazın dünyasında da rastlamak mümkündür. Kadını insan olmaktan soyutlayarak bir eşya, üzerinde tasarruf edilebilen bir mal olarak ele alışa rastlanmamaktadır. Kadın da çalışmakta, en ağır işleri bile yapmakta; kadın da savaşmakta ve dilediğince sevişmektedir. Ama onurunu yitirmeden. (Tayanç, 1981, sf 104)

1.1.3. CUMHURİYET DÖNEMİNDE TÜRK KADINI

Kurtuluş savaşı, Türk kadınının kurtuluşu için dönüm noktası olmuştur. Savaşta canlarını ortaya koyarak mücadele vermiş, kazanılan başarıda büyük pay sahibi olmuşlardır.

Atatürk, 3 Şubat 1923'te İzmir'de verdiği bir söylevde: "Kadınlarımız bundan sonra hareme kapatılmayacak, gizlenmeyecek, yüzlerini örtmeyeceklerdir. Çünkü bu, tüm ülkenin daha çok acılar çekmesine neden olacaktır. Türk kadınları ulusal bağımsızlığımız için savaş boyunca cesaretle dövüşmüşlerdir. Bugün onlar özgür olmalı, eğitim olanaklarından yararlanmalı, erkeklerimizinkine eşit bir düzeye çıkarılmalıdırlar. Çünkü, buna layıktırlar. Dünyanın hiçbir yerinde, hiçbir milletinde, Anadolu köylü kadınının fevkinde kadın mesaisi zikretmek imkanı yoktur ve dünyada hiçbir milletin kadını, 'Ben, Anadolu kadınından daha fazla çalıştım, milletimi halasa ve zafere götürmekte Anadolu kadını kadar himmet gösterdim' diyemez." (Aktaran: Arat, 1986, sf. 117)

Atatürk bu sözleriyle, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyetinde, 'Ulus' kavramının egemen olduğunun, Türk kadınının Osmanlı İmparatorluğu döneminde çektiği hiçbir acıyı çekmeyeceğinin, kadınlar için yeni eşitlikçi bir dönemin başladığının sinyallerini vermiştir.

Yeni devlet sistemi, ulusal egemenlik ilkesini benimsemiştir. Ulusal egemenliğe dayanan sistemlerde, ulusu oluşturan

cinsiyetlerin birbirinden farklı haklara sahip olması düşünülemez.

Atatürk'te bu görüşte olduğunu şu sözleriyle belirtmiştir: "Milli hakimiyet, istisnasız vatandaşların umumi heyetindedir... Milli hakimiyetin cinsiyet farkı gözetmeksizin , milletin bütün azasına ait olduğuna elbette şüpheye mahal yoktur... Milli Hakimiyet, cemiyetin yalnızca bir kısmının lehine parçalanamaz." (Aktaran: Ediz, 1995, sf. 124)

Yine Atatürk, Ocak 1923 yılında verdiği söylevde kadınlarla ilgili yapılacak devrimi önceden bildirir gibidir: "... Bu sadette son söz olarak diyorum ki, bizi analarımızın adam etmesi lazımdı. Onlar edebildikleri kadar etmişlerdir. Fakat bugünkü seviyemiz, bugünkü icabat ve ihtiyacı esasıyeye gayri kafidir. Başka düşüncede, başka kemalde adamlara muhtacız. Bunları yetiştirecek olan, bundan sonraki validelerdir." (Aktaran: Arat, 1986, sf. 118)

Buna karşın Büyük Millet Meclisinde 1923 seçim yasasında kadınlara vatandaşlık hakkı tanınmamıştı. Yasanın birinci maddesi: "Türkiye Büyük Millet Meclisinin azası, Türkiye Devleti halkından her yirmi bin nüfus Zükurda (erkekler) bir nefer olmak üzere intihap olunur." (Aktaran: Arat, 1986, sf. 118) Bunun nedeninin, başlangıçta ülkenin can alıcı sorunlarına eğilmek zorunluluğu ve bu sorunların çözümünde işbirliği yapılacak zümreleri (başta tutucu Anadolu eşrafı ve toprak ağalarını) daha başlangıçta bir kadın sorunu ile ürkütmemek olabileceği Arat'ın notları arasındadır.

Bu anlamda kadın hakları, devrimin öngördüğü değişikliklerin en zor başarıları olmuştur. Çünkü savaşılan güç bu kez somut bir düşman değil soyut kavramlardır, geleneksel değer yargıları ve düşünceleridir. (Ediz, 1995, sf. 128) Düşman hem kadınların kendisi, hem de egemenlik elden gidiyor kaygısına kapılan erkeklerdir. Türkiye Cumhuriyeti henüz, bir asır boyunca kökleşmiş dinsel değer yargıları ve bu na göre oluşmuş hatta kemikleşmiş geleneksel toplum yaşantısından kurtulamamıştır.

Atatürk, Sakarya'da Milli Mücadele uğruna ölüm kalım savaşı verdiği sırada 1921 Meclisi de değişik ve o dönem için komik görünen sorunlarla uğraşıyorlardı. Bir üye fes yerine kalpak giymeyi önerdiğinde Meclis ikiye bölünmüş ve kavgalar olmuştu. Yine bir grubun 'zorunlu çok eşli evlilik' önerisinin gerekçesi, savaşa yardımcı olacağı düşüncesiyle nüfusun artırılmasının gerekli olduğu görüşüydü. Aslında 1923 Meclisinde de durum pek farklı değildi. Bu nedenle devrimler gerçekleştirilirken çok dikkatli olunması gerekiyordu.

Milletvekili seçimi yasasındaki üç madde uzun süren tartışmalara neden olmuştu. Bu maddelerin özü her yirmi bin erkek

için bir milletvekili seçileceği ve bu seçimden önce yapılacak sayımda sadece erkeklerin sayılacağı idi. Görüldüğü gibi bu yasa ile kadınlar, seçime katılamadıkları gibi vatandaş olma hakkından bile yoksundular.

Tunalı Hilmi Bey, kadınların da nüfus sayımlarında yer almalarını istediğinde Mecliste büyük kavgalar oldu. Bu tartışmaların olduğu dönemde Atatürk, yurt gezisindeydi ve çeşitli konuşmalar yapıyordu. Kamuoyu ise henüz kadın sorunu konusunda hazır değildi.

Atatürk, Cumhuriyet Hükümetinde 'Tek Adam' durumuna geldiğinde bile devrimleri gerçekleştirme konusunda çok dikkatli davranması gerekti. Yapılacak ilk iş, devrimleri engelleyebilecek kurum ve kişileri etkisiz hale getirmektir.

kadın hakları ile ilgili ilk adım olan eğitim reformu (1924 Tevhid-i Tedrisat, 1927 din eğitiminin okullarda zorunlu olmaktan çıkarılması) gerçekleşti ikinci adım ise "Medeni Kanunun" kabulü oldu.

1 mart 1924 tarihinde yeni bir Yurttaşlar Yasası için hazırlıklara başlandı. Hazırlıklar iki yıl sürdü ve 17 Şubat 1926'da İsviçre Yurttaşlar Yasasından yararlanılarak hazırlanmış olan yasa yürürlüğe girdi. İsviçre yurttaşları yasası, Fransız (1804), Alman (1900), Avusturya (1811) medeni kanunlarına göre çok yeni bir yurttaşlar yasası idi, 1912'de yürürlüğe girmişti. Üç dil konuşan, çeşitli toplumların oluşturduğu İsviçre ulusuna kolayca uygulandığına göre, Türk toplumuna da aynı nedenlerle kolayca uygulanabilirdi. (Ediz, 1995, sf. 138) Bu yasa yıllarca tartışma konusu olmuş kadın sorununa önceliklere oranla geniş olanaklar tanımaktaydı. Türk kadın vatandaş, Medeni Kanunla birlikte, ulusal yapı içindeki yerini alıyor ve öğrenim alanında kendine sağlanan tüm olanaklardan yararlanmaya çalışıyordu.

Medeni Kanunla birlikte çok karılılık kalkmış, boşanma erkeğin tekelinden kurtarılmış, kadına da hak tanınmıştır. Mirasta, kız-erkek çocuk eşitliği sağlanmış, medeni nikah zorunluluğu konmuş, mahkeme önünde iki kadının bir erkeğe tanıklığı kaldırılmış ve bazı diğer temel haklar sağlanmıştır. (Altındağ, 1991, sf. 123)

Medeni Kanun, kadını da 'kişi' düzeyine çıkaran birçok hüküm içermekle birlikte, esas olarak burjuva karı- koca ailesini düzenleyen hükümleri getirmiştir. "Koca ailenin reisidir". (m. 152) Evin seçimi, karı ve çocukların yaşesi ona düşen ödevlerden, sorumluluklardandır. Eve kadının bakacağı da yine medeni kanun hükümlerindedir. (m. 153) Dolayısıyla, asli görevi ev işine bakmak olan kadının bir işte çalışabilmesi kocasının açık ya da zımni iznine

bağlanmıştır. (m. 159) Kocanın izinden kaçınması durumunda kadın, “birliğin ve bütün ailenin menfaati icabı olduğunu ispat ederse, bu izin hakim tarafından verilebilir”. Ancak, “Evli kadının çalışma yasağına uymaması, şiddetli geçimsizliğe neden olup bu yüzden ortak hayat koca için çekilmez duruma gelirse koca için boşanma doğabilir” (m. 134) Hukukçular arasında yaygın olan kanı, evli kadının çalışma yasağına uyma yükümlülüğü bulunduğu gibi, bu durum kadının kusurlu olduğu yolunda fiil bir karine teşkil etmektedir. (Tekeli, 1982, sf. 219)

İzmir 4. Sulh Mahkemesi 29 5 1990 günü kararı ile Medeni Kanunun kadının çalışmasını kocasının iznine bağlayan 159. maddesinin Anayasa’ya aykırılığını ileri sürdü ve iptali için Anayasa Mahkemesi’ne başvurdu. Anayasa mahkemesi 29 11 1990 tarihinde bu maddenin iptaline karar verdi. Ancak söz konusu iptal kararı yürürlüğe girmek için iki yıla yakın bir süre beklemek zorunda kaldı. İptalin yürürlük tarihi 2 7 1992’dir. (Kalan, 1998, sf. 74)

Medeni Kanunun, Kadın Haklarına ilişkin olarak getirdiği yenilikler, Anayasayı da etkilemiştir. 3 Nisan 1930’da kadınlarımıza Belediye Meclislerine seçme ve seçilme hakkı tanınmıştır. 5 aralık 1934 tarihinde kadınlar, milletvekili seçme ve seçilme hakkını elde etmişlerdir.

Türk kadını doğuda müslüman kadınları içinde ilk kez siyasal haklara sahip olan kadın olmuştur. Aynı şekilde, Fransız, İsviçre, İtalyan gibi Batı’lı kadınlardan önce bu hakkı elde edebilmiştir. Öyle ki Türk kadını, Yurttaşlar Yasalarını örnek alarak uyguladığımız İsviçre kadınlarından önce bu hakkı elde etmiştir.

Kadınlara siyasal hakların verilmesi konusunda Türk Ocaklarının etkisi büyük olmuştur. Türkçülüğün savunucusu durumundaki Türk Ocakları, düzenledikleri çeşitli toplantılarda kadın haklarını işlemişlerdir.

Kadınların seçme ve seçilme hakkı elde etmesiyle birlikte, 1 Mart 1935’te açılışı yapılan 5. dönem Büyük Millet Meclisi’nde 18 kadın milletvekili yer almıştır. Günümüzde bile bu kadar çok sayıda kadın milletvekili meclise girememiştir. Bunun nedeni ise, 1946 yılında çok partili döneme geçişle birlikte, seçimlerde kadınlar için tercihli seçme sisteminin değişmesiyle, seçim kampanyalarına katılan ve dolayısıyla Meclise girebilen kadınların sayısının azalmasıdır.

1961’deki yeni seçim yasası da, milletvekili adaylarının belirlenmesi işini parti delegelerinin gizli oyuna bırakmış, böylece kadınların siyasi hayatı da bir çıkmaza girmiştir. Doğaldır ki, bu durum kadınların büyük çabalarla çözümleyebilecekleri bir sorun

haline gelmiş, Meclisteki kadın sayısı da giderek azalmıştır.

Bazen de kadınlara ekonomik ve siyasal çıkar gerekçesiyle siyasal haklar tanınmıştır. Kadının siyasete girmesinin rayına oturtulmuş olan Batı'ya dönük iç ve dış siyaseti değiştirmeyeceği, üstelik göstermelik bir demokratik atılım görüntüsünü içereceği düşünülmüştür. (Altındal, 1991, sf. 128) Bu nedenle bazı kabinelerde kadınlara, göstermelik bakanlık görevleri verilebilmiştir.

Kadınlar siyasal haklarını elde etmek için bilinçli bir çaba harçayabildikleri zaman bu sorun daha kolay çözülecek ve nüfusa doğru orantılı bir şekilde parlamentodaki kadın milletvekili sayısı da giderek artacaktır.

Bilinçli çaba ancak bilinç düzeyinin yükselmesi ile verilebilir. Bu ise ancak 'eğitim' ile sağlanabilir. Türkiye Cumhuriyeti'nde kızlar için eğitim 1923- 1933 yılları arasında dikkate değer bir gelişme göstermiştir. Bu gelişmede etkili olan unsurlardan biri latin alfabesinin kabulüdür. 1928 yılında öğrenimi daha kolay olan latin alfabesinin kabulü ile okuma yazma oranı kısa sürede artmıştır.

Atatürk, bir söylevi sırasında kadınların eğitimi konusunda şunları söylemiştir: " Bugünün levazımlarından biri de kadınlarımızın her hususta yükselmelerini temindir... Binaenaleyh kadınlarımız da alim ve mütefennin olacaklar ve erkeklerin geçtikleri bütün derecat-ı tahsilden geçeceklerdir. Sonra kadınlar, hayat-ı içtimaiyede erkeklerle beraber yürüyerek birbirinin muin ve müzahiri olacaklardır. Efendiler, memleketimizde cehil varsa umumdur. Yalnız kadınlarımıza değil, erkeklerimize de şamildir. Kadınlarımız hatta erkeklerden daha çok münevver, daha çok feyizli, daha fazla bilgili olmaya mecburdurlar. Eğer hakikaten milletin anası olmak istiyorlarsa, böyle olmalıdırlar." (Aktaran: Arat, 1986, sf. 131-132)

Tüm yurttaki bir eğitim seferberliği gerçekleştirilmiş, ilköğretim zorunlu ve devlet okullarında parasız olarak belirlenmiştir. 1928 yılından sonra bu konuda olumlu sonuçlar alınmaya başlanmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti ile kadınların elde ettiği haklarla ilgili olarak toplumumuzdaki egemen düşünce, kadınların bu konuda fazla katkılarının olmadığı, tepeden inme, bir emrivaki şeklinde verildiğidir. Bu sebeple de kadınların haklarının bilincinde olamadığı, hakların, hayata geçirilemeyen düzenlemeler olduğudur. (Ediz, 1995, sf. 162)

Tekeli bu konuda, "... Böylece kadınlara en temel haklarından bazıları, Osmanlı

toplumunun çözülmekte olan ekonomik ve toplumsal yapısı içerisinde hala bir hegomonya gücüne sahip olan İslami ideolojiyi reddeden ve Osmanlı toplum yapısını batı modelinden esinlenerek reforme etmeyi düşünenler arasında bile ancak azınlık oluşturan fakat elinde siyasal gücü bulduran bir 'devrimci' azınlık tarafından tanınmış; ve hatta ardında kadınların bile açık ve kesin bir desteği olmaksızın verilmiştir" der. (Tekeli, 1982, sf. 208)

Tüm bunlar, kadınların siyasal istemleri için harekete geçemedikleri anlamına gelmemelidir. Bunun kanıtı 1924'de 'Türk Kadın Birliği' nin kurulmasıdır. Türk Kadın Birliği gerçekten kadınların siyasal haklar elde etmek için kurdukları, etkin kabul edilebilecek bir örgüt olmuştur. (Ediz, 1995, sf. 165)

Türk kadını, Atatürk devrimi ile birkaç yıl gibi çok kısa bir sürede dünyanın en uygar ülkelerinde söz konusu olan haklara ulaşabilmiştir. Ulaştığı haklara kısa sürede uyum sağlamış, inkılapların hayata geçirilmesinde en önemli etken olmuştur. Karşılıklarına çıkarılan ekonomik, siyasi, toplumsal, kültürel engellere rağmen Atatürk'ün öngördüğü 'aydın kadın' konumuna ulaşabilmiştir.

Üniversitelere giren kız öğrenci sayısı giderek artmaktadır. Üniversitelerde kız öğrencilerin giremedikleri bölüm yoktur. Kız öğrenciler fen bilimlerinden sosyal bilimlerine her branşta eğitim görebilmekte ve buna bağlı olarak meslek seçebilmektedir. Yapılan araştırmalar, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında en fazla öğretim görevlisinin ülkemizde olduğunu göstermektedir. (Acar, Türkiye'de Kadınların Yükseköğrenim Deneyimi, Derleyen: Türkiye'de Kadın Olmak ,1994, sf.195)

Türk kadınları ayrıca, dünyada ilk kez Yargıtay'a üye seçilmişler, Arkeoloji alanında çok önemli kazılar yapmış ve yaptırmışlar, ünlü ressam ve seramikçiler olarak dünyanın çeşitli ülkelerinde sergiler açmışlar; müzisyen, opera sanatçısı, piyanist ve keman virtüözü olarak dünyanın en ünlü salonlarında ülkemizi temsil etmişlerdir. Türk- müslüman kadını tiyatro konusunda da büyük tepkiler almış ancak yılmadan başarılarını ispatlamıştır.

Buradan, kadınların kendilerine tanınan hakları çok hızlı bir şekilde benimseyip hayata geçirdikleri ve bütün bu başarıları elde edebildikleri sonucuna varabiliriz. Ancak bu hiçbir zaman yeterli değildir.

Atatürk Devrimini, bu devrime inanan aydın seçkinler sınıfının desteğine karşın büyük kentlerin dışında, özellikle kırsal kesimde ataerkil ve geleneklere sıkı sıkıya bağlı büyük bir kitle tam anlamıyla değişmemiştir.

Kentli Türk kadını ile Köylü Türk kadını arasında eğitsel, ekonomik, dinsel, toplumsal ve cinsel yönlerden büyük bir fark hatta

uçurum vardır. (Arat, 1986, sf. 152)

Kadınlardaki gelişmeler işçisiyle köylüsüyle tüm kadınları kapsamadıkça gerçek bir gelişme sayılamayacaktır.

Kırsal kesim ya da bazı bölgelerdeki kadınların hakları konusunda bilinçlenmemiş, bilinçlendirilmemiş olmalarının yanında diğer önemli bir sorun, kadının ekonomik ve siyasal çıkar aracı olarak kullanılmış olmasıdır. Bunun ilk örneği 1950- 1960 yılları arasında görülmüş, kadınları, oy ticareti amacıyla 'cahil bırakma' nın yolları aranmış ve kız çocukları için zorunlu eğitim kaldırılmıştır. Kuşkusuz bunun sebeplerinden biri politik çıkarlar uğruna kadın haklarının hedef alınıyor olmasıdır.

Oysa, kadının eğitimsizliği kadın ile erkek arasında dengesizliğe yol açar. Hem ailedeki, hem de toplumdaki dengeyi bozacağı için toplumsal gelişmeyi yavaşlatan bir etken olarak karşımıza çıkar.

1.1.4. GÜNÜMÜZ TÜRKİYESİ'NDE KADININ SORUNLARI

1.1.4.1. KIRSAL KESİMDE KADIN SORUNLARI

Evinin ve ailesinin hemen hemen tüm yükünü omuzlayan köylü kadını, Türk kadın nüfusunun neredeyse dörtte üçünü kapsamaktadır. Dörtte biri kendisine sağlanan olanaklardan yararlanabilen, dörtte üçü ise toplumsal gelişme hızının çok gerisinde kalmış Türk kadını bir arada değerlendirerek, Türk kadını haklarını elde etmiştir, özgür ve eşit yaşam koşullarına sahiptir denilemez.

Kadının kurtuluşu, yalnız kadınlar topluluğunun ayrıcalığı olan belli bir grubu için söz konusu olursa kadınların büyük bir çoğunluğunun toplumsal ve siyasal özgürlükleri yoksa; eğitsel, ekonomik ve cinsel sorunları çözümlenmeden kalırsa, gerçekleşmiş sayılamaz. (Arat, 1986, sf. 153)

Uygarlıktan soyutlanmış, eğitim olanaklarından yararlanamayan, yaşadığı koşulların dışında başka bir seçeneği olmayan köylü erkeği için de yaşam çok kolay değildir. Aslında bu sorun çok yönlü ele alınması gereken sınıfsal ve evrensel bir sorundur.

Eğitim açısından kadının durumuna baktığımızda değişik sorunlarla karşılaşırız. Kırsal kesimde yaşayan erkeklerle kadınların okuma yazma oranına baktığımızda, kadınların aleyhinde bir fark görülmektedir. Kentlerde yaşayan kadınların eğitim oranı kırsal kesime oranla çok yüksektir, bu anlamda bir dengesizlikten

söz edilebilir. Yine, gelişmiş kentlerde kadının eğitim durumunun, gelişmemiş kentlerden daha yüksek olduğu görülür. Bu da yine gelişmemiş kentler açısından düşünüldüğünde dengesizlik yaratmaktadır.

Toplumsal açıdan ele alındığında da, köylü kadını endüstrileşemediği için kabuğunun dışına çıkamamış, toplum kültürünün baskısı altında ezilmiştir. Köylü kadın ana olabildiği hatta 'erkek çocuk' doğurabildiği ve karşılıksız üretim işçiliği yaptığı oranda saygınlık kazanan ikinci sınıf vatandaş olmaktan ileriye gidememiştir.

Bazı köylerde ataerkil sistem egemendir. Geleneklere sıkı sıkıya bağlılık vardır. Tüm yasalara rağmen miras hukuku, gelenek ve şeriat esaslarına göre uygulanır. Karar vermede erkek egemenliği sürmektedir. Kadınlar örtünmek, fazla konuşmamak durumundadır. Kadının hakları değil ancak görevleri olabilir. Aksi eğitimle sağlanamadığından dinsel telkinler etkisini sürdürmektedir. Kız çocukları ilköğretim olanaklarından yararlanmak yerine Kur'an kurslarında aslından uzak din eğitimi almaktadır. Bu da gün geçtikçe boş inanların ve hurafelerin toplumsal yaşama yerleşmesini sağlamaktadır. Öyleki, kısırlık ya da erkek çocuk doğuramamanın çareleri türbelerde, yatırlarda aranmakta; doktor yerine üfürükçülere gidilmekte; ilaç kullanmak yerine kurşun döktürmek tercih edilmektedir. Bu durum bir sonraki nesle de aynen aktarıldığından bir kısır döngü içinde sürer gider.

Medeni kanunun tam aksine köylerde resmi nikah çok itibar görmemekte, çok eşli evlenmeler 'kuma' sistemiyle sürüp gitmektedir. Kız çocukları fikrine başvurulmadan çocuk denilecek yaşta evlendirilebilmektedir. Bunun nedeni ise tamamıyla ekonomiktir. Kız çocukları biran önce evlenmeli ve tarlada çalışabilecek çok sayıda çocuk doğurmalıdır.

Erkeğe bağlılık ve sözünden çıkmama geleneği siyasal tutum ve tercihlerini de etkilemekte, erkeğin siyasal kanı ve tercihlerine göre hareket etme sürüp gitmektedir.

Köylerde tarım işçileri erkekler ve kadınlardan oluşmasına rağmen köylü kadın aile toprağında çalışan ücretsiz bir işçi durumundadır. Kendi toprağı dışında tarım işçisi olarak da çalışan kadının sigorta ya da emeklilik gibi bir şansı hiçbir zaman yoktur.

Evliliklerde 'başlık' parası geleneği hala çoğunlukta devam etmektedir. Bu para genç kızın kendisine değil babasına ve ailesine verilmektedir. Bu da parası olanın istediği kızı alabileceği düşüncesini doğurmakta ve kadının satın alınması gerçeğini gündeme getirmektedir.

Toprağın bölünmemesi gerekçesiyle akraba evlilikleri sürmektedir. çok eşli evlilikler eskiye oranla azalmış olmasına rağmen, çocuk olmaması ya da erkek çocuk olmaması durumunda başvurulmaktadır.

Türkiye’de nüfus artış hızının yüksek olması ve bebek ölüm oranlarının çokluğu büyük ölçüde kırsal kesimden kaynaklanmaktadır. Yapılan araştırmalar, köylü kadınların aile planlaması yöntemlerini öğrenmek istediklerini ortaya koymuştur. Kadınlar çok sık doğum yapmakta bunun yanında ilkel yöntemlerle çocuk düşürme yoluna gitmektedir. Bu durum büyük ölçüde annenin ölümü ile sonuçlanmaktadır. Oysa köy ebe okulları çoğunlukta kapatılmış, hemşire yetiştiren meslek liseleri de kapanmaktadır. Bunun gerekçesi her ne kadar hemşirelerin yüksek okullarda yetiştirilmesi gerekliliğinden kaynaklansa da, bu durum bizi, köylerde ki ebe- hemşire ihtiyacının giderilemediği gerçeğinden uzaklaştıramayacaktır. Son yıllardaki imam hatip liselerinin sayısındaki artış ortadadır. İslamda kadınların imamlığı söz konusu olamadığına göre böyle bir yönlendirmenin arka planında, yalnızca bir siyasi yatırımdan söz edilebilir. (Arat, 1986, sf. 168)

1.1.4.2. KENTLİ KADINLAR VE SORUNLARI

Yerleşik büyük kentler yanında endüstrileşme ile birlikte kentleşmekte olan bölgelerin varlığından da söz etmek gerekir.

Son yıllarda Türkiye’nin belli bazı bölgelerinde endüstrileşme ile birlikte gelişim hızı artmış böylece toplumsal değişme hızlanmış, ulaşım yoğunlaşmış; köy ve kasabaların kentlerle olan ilgileri nedeniyle geleneklerde yavaş yavaş etkilerini yitirmeye başlamıştır. Burada özellikle gelişme hızı çok yavaş olan Güney Doğu Anadolu Bölgesinden de söz etmek gerekir. Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP) ile birlikte bu bölgede de endüstrileşme hızlanmıştır. Buradaki toplumsal değişmeler ise başka bir araştırma konusu olabilecek kapsamdadır.

Kasaba ve kentlerdeki aile yapısı, ataerkil aileden küçük çekirdek aile tipine dönüşmekte, aile anne, baba ve çocuklardan oluşmaktadır. Köylerdeki ailenin tersine kent yaşamında evin idaresinden kadın sorumludur. Küçük aile yaşamı karı koca arasındaki ilişkiyi daha az yetkeye dayanır hale getirmiştir.

Kentlerde kadınların kamu kesiminin her alanında çalışması doğal karşılanırken kasabalarda kadının çalışması aynı hoşgörü ile karşılanmaz. Kasabalarda çalışan kadınlar, ancak öğretmenler, hemşireler, ebeler, terziler ve bazen de Hükümet Konaklarında çalışan memurlardır. Bunun sebebi ise genelde erkeklerin kadınları

kendilerine rakip görüyor olmaları ve işsizliğin yaygın olmasıdır.

Büyük kentlerde çalışan kadınları, kalifiye olmayan işçiler; orta okul ya da lise mezunu ücretliler ve memurlar; yüksek öğrenim görmüş meslek sahibi uzman kadınlar olarak sınıflamak mümkündür.

Kadının çalışma yaşamına girmesinin nedeni, çoğunlukla ekonomik zorunluluklardır. tek gelir kaynağının aile geçimine yeterli olamaması nedeniyle, kadın da ek gelir sağlayacak uğraşlar edinmeye mecbur kalmıştır. Kadın bu durumda ek gelir sağlayıcı bir unsurdur. Ekonomik bağımsızlığını elde etmiştir denemez.

Kadının çalışma yaşamına girmesinin bir başka nedeni de toplumsal değişimlerdir. Eğitim düzeyinin yükselmesi ile birlikte kadının beklenti düzeyi yükselmiş, aile yapısındaki değişiklikleri de beraberinde getirmiştir.

Kadının yerinin evi olduğu değer yargısı hafiflemiş, ailedeki rol tanımları kesinliğini kaybetmiştir. Dolayısıyla kadın çalışma yaşamında çok fazla dirençle karşılaşmaz. Ancak bu konuda büyük kentlerle küçük kentler arasında bir ayırım söz konusudur. Burada teknolojik gelişmelerin kadına sağladığı yarardan da söz etmek gerekir. Ev işleri ve çocuk yetiştirme yine kadının görevidir. Ancak, teknolojik gelişme ev işlerinin eskiye oranla azalmasını sağlamış böylece kadın, çalışma yaşamı ile evi arasındaki dengeyi daha kolay kurabilir hale gelmiştir.

Kentlerde ve yüksek gelir düzeylerinde doğurganlık oranının azalması da kadının çalışma yaşamına girmesini kolaylaştırıcı bir etkidir. Tam tersi bir durum da söz konusudur. Kadın çalışma yaşamına girdikçe doğurganlık oranı da düşmektedir.

Kadınların beklenti düzeyinin yükselmesi onları çalışma yaşamına girme yönünde isteklendirmektedir. İletişim araçları ve çevrenin etkisiyle kadın, daha yüksek bir yaşantı düzeyi oluşturmak istemekte; lüks tüketim ihtiyacı geliri yükseltme ve iş edinme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Kadın ayrıca çalışma yaşamı ile birlikte üyelik, başarı, bağımsızlık ve tanınma gibi kişisel gereksinmelerini de karşılayabilmektedir.

Endüstri kesiminde kadınlar, daha çok dokuma, tütün, çay, fındık, üzüm, porselen, giyim gibi dallarda çalışmaktadır. Tütün, dokuma, giyim, çay işçilikleri daha çok kadınların çalıştıkları alanlardır. Uluslararası ilkeler gereği kadınlar da çocuklar gibi madenlerde ve yeraltı işlerinde çalışmamakta ve gece işi yapmamaktadırlar. Yine de bu durum kadınların birçok fabrikada gece vardiyesine kalmasını engelleyememektedir.

Endüstri kesiminde çalışan kadınların çoğunluğu ilkökul mezunu olup okuma yazma bilmeyenlerin oranı azımsanmayacak

düzeydedir.

Çalışan kadınlar uluslararası sözleşmeler gereği doğum sonrası ve emzirme izninden yararlanabilmektedir. Ancak doğum öncesi ve sonrası izinlerin, çocuk bakımı konusundaki düzenlemelerin yeterli olmadığı bilinen bir gerçektir.

Kadın işçiler, toplu sözleşmeler yapmakta, (özellikle 1961 Anayasa'sından sonra), grev haklarını kullanabilmekte, emeklerinin karşılığını para olarak aldıkları için, bir ölçüde ekonomik bağımsızlığa sahip olabilmektedirler. (Arat, 1986, sf. 174)

Her şeye rağmen kadınlar, endüstri kesimine ucuz iş gücü niteliği taşımaktadır. Kadın erkek ücret ortalamaları arasında farklar görülmektedir. Toplu iş sözleşmelerinde aynı işi yapan kadın ve erkek işçilere farklı ücretler saptandığı da görülmektedir. (Arat, 1986, sf. 175) Kadın çalışanların sendikalaşma oranı düşük olduğu gibi sigortalı kadın işçi çalıştırma oranı da düşüktür.

Büyük kentlerde işçi kadınlar dışında kalan ev kadınları ve meslek sahibi kadınların yaşantıları da kırsal kesim kadınlarından çok farklıdır.

Kentlerde gecekondü bölgesinde yaşayan kadınlar, daha çok göç ederek kente gelmiş ailelere mensuptur. Çoğunluğunu işçi kadınlar oluşturmaktadır. Ev kadınları çoğunlukta tek ücretle ev geçimini sağlayabilen ailelerdedir. Bunlar, ev işleriyle ve çocukların eğitilmesiyle uğraşırlar.

Gelir düzeyi yüksek ailelerde eğer kadın çalışmıyorsa tek sorumluluğu tüketim gibidir. Problem bilinci yerleşmemiştir.

Evinin dışında da çalışan kadınlar grubu, erkeğin geleneksel çalışma ve yaşam koşullarını paylaşırlar. Cumhuriyet döneminin kadınlara sağladığı haklardan en fazla yararlanabilen kentli, orta sınıf kökenli ailelerden gelirler. Öğretmen, hukukçu, doktor, eczacı, mimar, mühendis vb. mesleklerde ve kamu kuruluşlarında çalışırlar. Bu grubun erkeklerden çok daha ağır yük ve sorumluluk altında oldukları tartışma götürmez. Meslekleri yanında ev ve çocukları ile ilgilenmek ve alışveriş gibi sorumluluklar onların üzerindedir. Ekonomik özgürlükleri olduğundan toplumda daha özgür ve saygın bir yer alabilirler.

Köylü kadının aksine kentli kadın medeni kanunun kendine tanıdığı haklardan yararlanabilmektedir. Ancak daha önce de tartışıldığı gibi medeni kanunun bazı hükümlerinin değiştirilmesi yönünde yoğun çabalar harcanmaktadır. 18 Aralık 1979 da Birleşmiş Milletler bünyesinde imzalanan ve 11 Haziran 1985 tarihli yasayla Türkiye Büyük Millet Meclisinin kabul ettiği uygulama görevini

hükümetlere verdiği, “Kadınlara Karşı Her Tür Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi” de Medeni Kanundaki sözü geçen hükümlerin değiştirilmesi gerekliliğini artırmaktadır.

Kentli kadın, siyasal hakları açısından ele alındığında seçme hakkından tam anlamıyla yararlanabilmektedir. Seçilme hakkına gelince, seçim sistemi, ön aday seçme hakkını delegelere vermekte; delegelerin seçtiği aday adayları seçimlere milletvekili adayı olarak katılabilmektedir. Bu nedenle kadın parlamenter sayısı çok düşüktür. Kadınların güç koşullarda erkeklerle yarışmayı göze alabilmeleri ve seçim sisteminde yapılacak değişiklikler meclise giren kadın sayısını artırabilecektir. 4 Mart 1997 tarihinde kurulan ‘Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği’ kadınların, seçimle gelinen siyasal görevler ve kamu görevlerindeki sayısını ve oranını artırmayı, kadın seçmenlerin eşit temsil hakkından yararlanmasını sağlamak için çalışmaktadır.

Dernek tarafından desteklenecek kadınların, birtakım ilkelere uygun olması gerekmektedir. Bu kadınlar, kadınlık durumunun bilincinde; sorunlarına duyarlı; başta medeni kanun reformu olmak üzere kadınlara karşı her türlü ayrımcılığı ve şiddeti sonlandıracak adımları atmaya kararlı; yenilikçi; toplumu ileriye götürecektir. Projeleri olan; laik Cumhuriyetin insan haklarına saygılı, eksiksiz bir demokrasi ve hukuk devleti olması ve sivil toplumun güçlenmesi için çalışan; her türlü fanatizme, yobazlığa, ırkçılığa, toplumsal kirliliğe, şiddete ve savaşa karşı çıkan, çevreyi koruma bilincine sahip; siyasete kişisel çıkarları için değil, kadınların ve halkın gerçek temsilcisi olmak amacıyla giren; dürüstlüğü, ilkeliliği ve cesareti, birleştirici ve yumuşak bir üslupla birleştirebilen yurttaş olmaları istenmektedir. (KADER-Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği Tüzüğü)

Kentli kadın, dini inançları yönünden ele alındığında, boş inanlardan kendini kurtarabilmiş kadın olarak görünmektedir. Sorunlarına akılcı çözümler üretmeye çalışır. Kentte dine bağlılık ekonomik durumla ters orantılıdır. Eğitim dolayısıyla toplumsal olanaklardan gerektiği gibi yararlanamayan gecekondu bölgesinde kadın, kırsal kesimde görüldüğü gibi yaşantısını boş inanlar üzerine kurabilmektedir. Ancak son yıllarda, dindarlığı bağnazlıkla karıştıranlar ve bunların toplumdaki baskısı giderek artmıştır.

Kentte yaşayan genç kızlar, ailenin sosyo kültürel düzeyiyle doğru orantılı olmakla birlikte kendi eşini seçebilme özgürlüğüne sahiptir. Bu konuda geçiş toplumu olan ülkemizde çeşitli sorunlar yaşanmaktadır. Cinsler arasındaki toplumsal ilişkiyi, anne babanın eğitim düzeyi, toplumsal çevrenin eğilimi ve var olan siyasal hava

etkileyebilmektedir. Gençlere yeterince özgürlük yanında kendini denetleme gücü eğitimle sağlanabilecek kavramlardır. Yine burada çocukların yetiştirilmesinde en büyük paya sahip olan kadınların eğitilmesinin gerekliliği gündeme gelmektedir.

Kentli kadının karşılaştığı önemli cinsel sorunlarından biri de, erkek meslekdaşları tarafından çoğunlukla eşit koşullardaki iş arkadaşları olarak görülmeleri yerine karşı cins olarak görülmeleri, kendilerini kabul ettirmeleri için çok çaba harcamalarının gerekmesidir. Kadınlar bir yandan başarılı olmak isterlerken, bir yandan da erkeklerin egemen oldukları alanlara girdiklerinde, erkeksi, hırslı, saldırgan olmaktan çekinmekte, bu durum onları geleneksel beklentilerine sığınmaya itmektedir. ((Arat, 1986, sf. 185)

1.1.5. 1980'LER TÜRKİYESİ'NDE KADIN HAREKETLERİ

Atatürk devrimleriyle kadınların elde ettiği haklar daha önceki bölümlerde tartışılmıştı.

Fatmagül Berktaş, Cumhuriyet döneminde kadınların, büyük bir kadın hareketi, cinsiyet savaşımı sonucu değil de devlet politikası olarak belli haklar elde etmiş olmasının büyük bir talihtir. Çünkü, kadınların var olduğu kadar talihsizlik de olduğunu belirtir. Çünkü, kadınların var olan ataerkil sistemi içselleştirip meşru görmelerine ve dolayısıyla kendi bağımsız bilinçlerini geliştirmemelerine de yol açmıştır. (Berktaş, F., Cumhuriyet Ama Gene Ataerkil, Frauen- Anstiftung Uluslararası Toplantı Tutanakları, 1994, sf. 26) O' na göre kadınların kurtuluşu, Türk toplumundaki ataerkillik ciddi biçimde sorgulanmadıkça mümkün değildi.

Hukuk sisteminde, eğitimde, ekonomik hayatta eşitsizlik, kadına yönelik şiddet vb. pekçok sorun ait olduğu sosyal sınıf ne olursa olsun Türk kadınının ortak sorunuydu. Ancak bu sorunlar ne TBMM de ne de kadınlar tarafından sahiplenilerek tartışılmıyordu.

1980 dönemi Askeri Darbe ve sonrasında oluşan siyasal boşluk ve 1960 sonrası Batı'da gelişen feminist akımların gelişiminin bir yansıması olarak, kadınların yaşadıkları sorunları gündeme getirebildikleri bir kadın hareketi oluştu. Hareketin ortak amacı, kadınların, cinsiyetlerinden dolayı sorunları tartışmak ve çözüm aramaktı. Hareket Devlettten bağımsızdı. kendiliğinden oluşmuş gruplar, zaman zaman belli yayın organları tarafından destekleniyordu. Zaman zaman da tek tek gazeteciler, sanatçılar, yazarlar hareketi oluşturuyordu.

Türkiye'de kadın sorunlarına değişik açılardan bakan

kesimler, henüz ortak paydalarda buluşabilmiş değildirler. Sosyalist feministlere göre eşitlik, ancak toplumdaki devrimci dönüşümlerle gerçekleşebilir. Radikal feministler daha köktenci bir değişim istemekte, kadının kurtuluşunu, tüm kadınların tüm erkeklere karşı ayaklanmasında görmektedirler. Türbanlı feministler ise feminizmin Batı kaynaklı bir akım olması nedeniyle, kendi mücadelelerini Doğulu kadınlar olarak verebileceklerini savunmaktadırlar. Eşitlikçi feministler ise, radikal ya da sosyalist görünme korkusuyla feminist olmadıklarını iddia etmektedirler.

Türk kadının ezilmişliği sömürülmüşlüğü inkar edilemez. Bu olguyu farkedenden, ideolojik temeli ne olursa olsun bilinçli bir çaba içine girmeleri gerekmektedir.

Kadın hareketi, çoğunlukla iş ve meslek sahibi, öğrenim görmüş, orta sınıf kentli kadınların önderliğinde başlamıştı. Kısa zamanda öncelikle gençler arasında olmak üzere yayıldı.

Kemalist devlet düzeninin kendilerine yarattığı olanaklardan yararlanabilmiş, eğitim görmüş, iş ve meslek sahibi, ekonomik gücü olan, feminist hareketin içinde olabilecek bir kentsel kadın kesimi oluşmuştu. Sol hareket her ne kadar kadınların kendi sorunlarına sahip çıkmalarını engellemişse de, onlara belli bir düzeyde eylem yapma ve devlete karşı çıkma hakkı tanıyabilmişti.

1980'lerde feminist sözcüğü insanlara erkek düşmanlığı, sapıklık gibi olumsuz anlamlar da çağrıştırıyordu. Kendisini feminist olarak adlandıran kadınlar, Türkiye'deki kadın hareketinin itici gücünü oluşturdular. Feminist kelimesini kendileri için kullanan bir grup kadın 1983'te haftalık 'Somut' Dergisinde feminist bir sayfa çıkarmak için toplandılar. Yine 1983'te kurulan Kadın Çevresi adlı Yayıncılık, Hizmet ve Danışmanlık Şirketi kuruldu. Bu şirket aracılığıyla bir kitap klübü oluştu. Feminist klasikler hızla çevrilerek yaygınlaştırıldı.

Birleşmiş Milletler Kadın On Yılı sonunda 1985'de onaylanan, Türkiye'nin de imzasının bulunduğu "Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi'nin" uygulamaya konması için açılan dilekçe kampanyası ile toplu eylemlere başlandı. Sözleşme, 19 Ocak 1986 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Sözleşme, taraf devletlerin cinsiyete bağlı olarak yapılan herhangi bir ayırım, mahrumiyet veya kısıtlamanın ortadan kaldırılması için tüm uygun yollardan yararlanarak, gecikmeksizin kadınlara karşı ayırımı ortadan kaldırıcı bir politika izlemeyi kabul etmelerini öngörmektedir. Bu açıdan, kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi, kadının statüsünün dünya çapında güçlenmesi yönünde sarfedilen temel bir gayret olarak kabul edilmelidir. Türkiye'nin Sözleşmeye taraf olması ile kadın erkek eşitliği yönünde

adım atılmıştır.

Toplu eylemlere geçiş kadın hareketlerini çeşitlendirmiştir. 8 mart 1987 tarihinde Feminist dergisi çıkmaya başladı. Dergi benimsediği feminizm konusunda net bir tavır almamışsa da dergiyi çıkaranlardan Ayşe Düzkın, "Toplumsal muhalefete yeni bir soluk getirmiş, hiyerarşiyi hatta otoriteyi sorgulamış, genellikle küfür olarak kullanılan feminist kelimesine gayri ciddi, naif, eğlenceli bir tanım getirmişti. (Aktaran: Yeşim Arat, 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Hareketi, Türkiye'de Kadın Olgusu adlı kitaptan, 1995, sf. 81)

Dayağa karşı Dayanışma kampanyası da yine 1987 yılında gerçekleşti. 'Ayrımcılığa Karşı Kadın Derneği' hazırlıklarını tamamlayarak kuruldu. Bu derneğin kurulması feminist hareket için yeni bir aşama oldu ve hayatın her alanında yaşanan cinsiyet ayrımcılığına karşı çıkan bütün kadınları dernek çatısı altında buluşmaya çağırıldı.

Sosyalist Feministler, 'Sosyalist Feminist Kaktüs' dergisini yayınlarken, radikal feministler de- 'Feminist' adlı magazini yayınladılar. 'Kadınca' dergisi ise Liberal Feminizmin söylemlerini üstlendi. (Çaha, 1997, sf. 148)

1 Mayıs 1988'de çıkmaya başlayan Sosyalist Feminist Kaktüs dergisini yayınlayanlar, kadın erkek eşitsizliğinin sadece ideolojiden değil, toplumsal ilişkilerden de kaynaklandığını vurguladılar. Kadın hareketi içinde, ideolojik farklılıkları en çok ortaya koyan grup oldular.

Ocak 1989'da 'Kadın Dayanışma Derneği' kuruldu. Ankara'da kadınların oluşturduğu Perşembe Grubu, feminizm ve kadın hareketi konusunda bilinç yükseltmeye çalıştı. Tüm dernek ve gruplara dahil olmayan ancak feminist hareket içinde aktif rol oynayan kadınlar ise kendilerini 'münferit feministler' olarak tanımlıyorlardı. (Arat, Y. , 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Hareketi, Derleyen: Türkiye'de Kadın Olgusu, 1995, sf. 82)

Perşembe Grubunun önerileri ile Ankara ve İstanbul'lu feministler Şubat 1989'da 1. Feminist Haftasonu Toplantısını düzenlediler. Toplantıda alınan kararla, Kasım 1989'da 'cinsel tacize hayır' kampanyası başladı. Feministlerin başvuruları ile Bakırköy Şişli Belediyeleri kadın sığınma evleri açtılar. Yine feministler, 1990 yılında, 'Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı'nı kurdular.

Kamuoyunda yoğun kampanyalarla oluşturulan görüş birliğinin sonucu olarak, türk Ceza Kanunu'nun mağdurun fahişe olduğunun kanıtlanması durumunda tecavüzcünün cezasında indirim öngören 438. maddesi 1990 yılında iptal edilmiştir. (CEDAW Ülke Raporu, sf. 26) Yine 1990 yılında, Türk Medeni Kanunu'nun erkeğe eşinin mesleki

ve sanatsal etkinliklerini denetleme hakkı tanıyan ayrımcı maddesi (md. 159) Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir. İstanbul Üniversitesi bünyesinde Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi de yine aynı yıl kurulmuştur.

Kadın konularının, politika ve planlama açısından bir problem olarak kabulü, ilk kez, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planıyla (1985-1990) söz konusu olmuştur. Altıncı ve yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planlarında da kadın konularına sürekli yer verilmiştir. Kadın konularının devlet politikasını ilgilendiren bir konu olduğu kabul edildikten sonra, 1990 yılında Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü kurulmuştur. KSSGM, kadına hayatın toplumsal, ekonomik, kültürel ve politik alanlarında eşitlik sağlamak amacıyla Çalışma Bakanlığı'na bağlı olarak kurulmuştur. 1991 yılında ise Başbakanlığa bağlanmıştır ve Devlet Bakanlığı sorumluluğundadır. Genel Müdürlük, kadın gündemini kamuya maletme, diğer kamu kurumlarının koordinasyon merkezi olma, eğitim ve araştırmaları destekleme, sivil toplum örgütleri arasında ağ oluşturmak gibi işlevler yürütmüştür. Devlet İstatistik Enstitüsü'nde Toplumsal Yapı ve Kadın İstatistikleri Şubesi'nin kurulmasında da etkin rol almıştır.

1980 döneminde kadın haklarının savunucusu olan kadınlar, kadın sorunlarının ataerkil toplum yapısından kaynaklandığını savunuyorlardı. Sorunu kadın hakları sorunu olarak değil kadının kurtuluşu olarak görmekteydiler. Amaçlarını ise kadın erkek eşitliğinden öte, kadınların kendi değerleri ile biçimleyebilecekleri bir dünya yaratmaktı. Ataerkil yapının değişmesi; aile, hukuk, sağlık, eğitim, bilim ve güvenlik sisteminin yeniden düzenlenmesi bir zorunluluktur. bu dönem kadınları, ataerkil bir yapıya sahip olması, kadını ezen kurumlara meşruiyet kazandırması nedeniyle devlete karşıydılar.

Kadın hareketleri, feminist kadınlar ve kendini feminist olarak adlandırmayan, fakat kadın sorunlarına Atatürk devrimleri ve devlet sınırları içinde sahip çıkan kadınların eylemleri ile şekillenmiştir.

Kadın hareketi, kadına saygınlık kazandırmayı amaçlar. Kadının, bir birey olarak sorunlarına sahip çıkmasının önemini vurgular, bu konuda kadına fırsatlar yaratmaya çabalar. Bu uğurda kamuoyu oluşturur. Birey olarak kadını güçlü kılmaya yöneliktir.

Türkiye, kadın konularını ele alan önemli konferansların tümüne katılmıştır. Dördüncü Dünya Kadın Konferansına tümü kadınlardan oluşan bir delegasyonla katılmış ve bu konferansa giden tarihi Pekin Ekspresi'nin sponsorlarından biri olmuştur. Türkiye Hükümeti, Pekin'de son şeklini alan Eylem Platformunu kabul etmiştir.

Türkiye'deki kadın hareketi, geleneksel siyasal kanallar kullanılarak kadın gücü yaratmaya yönelik bir kuruluş yokken, Başbakanlığa bağlı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü kuruldu. Bir Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı kurulabildi. Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı kuruldu. Yasalarda somut bazı değişiklikler meydana geldi. (TCK'nunun 438. maddesi ve TMK'nun 159. maddesindeki değişiklik gibi). Partilerle resmi bağları, milletvekili çıkarmaya yönelik çabaları yokken Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği kuruldu. 4 Mart 1997 tarihinde kurulan 'Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği' kadınların, seçimle gelinen siyasal görevler ve kamu görevlerindeki sayısını ve oranını artırmayı, kadın seçmenlerin eşit temsil hakkından yararlanmasını sağlamak için çalışmaktadır.

Yeşim Arat, 1980'ler kadın hareketini, Kemalizm'in liberal düşlerinin radikal bir uzantısı olarak tanımlar. Kadın hareketi, Devlet kanalıyla getirilebilecek eşitlikçi reformlardan çok, ataerkil toplumsal ilişkilerin kökten yeniden biçimlenmesinden yanaydı. Amaç, kadının özel alandaki ezilmişliğinden kurtulmasıydı. Kadın hareketi, bu amaçlarını gerçekleştirmede sınırlı kaldı. Ancak liberal, demokratik, laik bir düzenin yerleşmesinde katkıları olmuştur.

1.1.5.1. MEDENİ KANUN'DA ve TÜRK CEZA KANUNU'NDA AİLE VE KADINA İLİŞKİN HÜKÜMLERDEKİ BAZI DEĞİŞİKLİKLER

Medeni Kanun yürürlüğe girdikten sonra çeşitli değişikliklere uğramış, ancak aile ve kadına ilişkin geleneksel bakış açısı değiştirilememiştir.

15.6.1938 tarihinde, kanunun 88. maddesi değiştirilerek evlenme yaşı küçültülmüş, erkek onyediyedi, kadın onbeş yaşında olmak üzere hükme bağlanmıştır.

16.6.1983 tarihinde, evlat edinmeyle ilgili 253. ve 257. maddeler değiştirilmiştir.

4.5.1988 tarihinde, boşanmadan sonra evlenme yasağına ilişkin 96. ve 142. maddeler kaldırılmıştır. Gaipliğin evlenmeye etkisine ilişkin 94. madde, evlilik birliğinin sarsılması nedeniyle boşanmayı düzenleyen 134. madde, boşanma davası sırasında yargıcın alacağı önlemler konusundaki 137. madde ve boşanma sonucunda öngörülen yoksulluk nafakası, maddi ve manevi tazminata ilişkin 144. ve 145. maddeler değiştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi tek yanlı isteğe bağlı boşanmanın benimsenmesidir.

14.11.1990 tarihinde, boşanmada kadının kişisel durumunu düzenleyen 141. madde değiştirilmiştir. Yine aynı tarihte, nişanlanmaya ilişkin 83. ve 86.

maddelerde değiştirilmiştir.

Sağ kalan eşin miras haklarını düzenleyen 444. madde de değiştirilmiştir. Ancak yasa değişikliği kadını, çocukları karşısında bile daha korumasız duruma sokmuştur.

21.5.1981 tarihinde, Anayasa Mahkemesinin kararı ile, erkeğin zina ürünü çocuklarının, mahkeme kararı ile babalarına bağlanması sağlanmıştır.

11.9.1987 tarihinde, kanunun 443. maddesi değiştirilerek, evlilik dışı çocukların evlilik içi çocuklarla aynı oranda miras alması hükmüne bağlanmıştır.

Anayasa Mahkemesinin 29.11.1990 tarihli kararı ile, kanunun kadının bir meslek ya da sanatla uğraşmasını kocasının onayına bağlayan 159. maddesi iptal edilmiştir.

Anayasa mahkemesi, 26.9.1996 tarihinde, Türk Ceza Kanununun erkeğin zinasını kadının zinasından farklı düzenleyen 441. maddesini iptal etmiştir. TBMM aynı duyarlılığı göstermediğinden 23.6.1998 TCK'nın 440. maddesi iptal edildi. (Tennur Koyuncuoğlu, 75. Yılda Kadınlar ve Erkekler, 1998, sf.58-60)

1.1.6. HALKLA İLİŞKİLER

1.1.6.1. HALKLA İLİŞKİLERİN TANIMI

Halkla ilişkiler, bir karar alma süreci olması sebebiyle uygulamalı bir sosyal bilim disiplindir. İletişimi, kurumlar ile kurumların ilişki içinde bulunduğu çeşitli kesimler arasında bir anlam alış verişi için kullanılır. Halkla ilişkilerin tanıtımdan ya da basın ve yayın organlarıyla ilişkilerden çok daha geniş kapsamlı bir çalışma olduğu son derece açıktır.

Halkla ilişkiler kavramının kullanımı çok eskilere dayanmakla birlikte tanımlama ve kapsamı konusunda tartışmalar hala sürmektedir. Yine de nelerin temel alınması gerektiği konusunda ortak kabullere ulaşılmıştır denilebilir.

Halkla ilişkileri tanımlama konusunda yoğun çaba harcayanlardan biri Rex Harlow'dur. Yirminci yüzyılın başından itibaren 1970'lere kadar geçen sürede birbirinden farklı 472 tanım elde etmiştir. Bu tanımları incelediğinde içerik olarak şunları saptamıştır.

Halkla ilişkilerin:

- Bir yönetim işlevi olduğu,
- İletişim olayı olduğu,
- Kamuoyunu etkileme etkinliği olduğu,
- Kamuoyunu yorumlama etkinliği olduğu,
- Kamular ile ilişkiler olduğu,

- Sosyal sorumluluk çerçevesinde yapılan bir etkinlik olduğudur. (Aktaran: Varol, 1994, sf.13)

Harlow bütün bu incelemelerinden hareketle bir tanım geliştirmiş ve bu tanım “Halkla İlişkiler Araştırma ve Eğitim Vakfı”nın (The Foundation for Public Relations Research and Education) 1975 toplantısında benimsenmiştir. Bu tanım şöyledir:

Halkla ilişkiler; örgüt ve kamuları arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini kurma ve sürdürmeye yardım eden bir yönetim işlevidir. Problem veya sorun yönetimini kapsar. Yönetimin kamuoyundan haberdar olmayı ve kamuoyuna karşı sorumlu davranmayı sürdürmesine yardım eder.Yönetimin kamu yararına hizmet etme sorumluluğu bulunduğunu belirtir ve bunu vurgular. Yönetimin toplumsal değişimleri etkili biçimde kullanarak toplumsal eğilimleri tahmin etmekte ilk uyarıcı sistem olma hizmeti görür. Başlıca araçları olarak anlamlı ve dürüst iletişimi ve araştırmayı kullanır”. (Aktaran: Varol, 1994, sf. 14)

Bu çalışmalardan hareketle bir çok uzman tarafından kabul edilen temel öneriler “halkla ilişkiler bir idare fonksiyonudur” ve “Halkla ilişkiler bir organizasyon ile o organizasyonun sosyal çevresi arasındaki ilişkilerin idaresinden sorumludur” görüşüdür. (Everett, 1993; Aranoff ve Baskin, 1992; Cutlip, Center ve Bromm, 1985; Crable ve Vibbert, 1986) Bu yaklaşım Grunig’lerin “Halkla ilişkiler bir organizasyonun amaçlarına ulaşırken çevresi ile olan ilişkilerinin idaresine yardımcı olur” (Grunig J., Grunig L, 1991, s. 269). tanımıyla örtüşür.

Cutlip, Center ve Broom şöyle bir tanım yapmışlardır: “Halkla ilişkiler, bir örgüt ile onun sosyal çevresi arasındaki karşılıklı yarara dayanan ilişkileri kuran ve sürdüren yönetim işlevidir (Cutlip,Center ve Broom,1985. s.8).

Crable ve Vibbert ise Halkla İlişkiler’in “ Organizasyonu çevreye, çevreyi de organizasyona adapte etme amaçlı bir süreç” olduğunu ifade eder (Crableve Vibbert, 1986, s.6).

Grunig ve Hunt, Halkla İlişkiler’i “örgüt ve kamuları arasındaki iletişimin yönetimi” olarak tanımlamaktadır.(Grunig ve Hunt, 1984)

Aranoff ve Baskin ise Halkla İlişkiler’i “organizasyonun felsefesini oluşturmasına, amaçlarına ulaşmasına, değişen çevreye uyum sağlamasına ve bugünün piyasasında başarı ile rekabet etmesine yardımcı olan bir yönetim fonksiyonu” olarak tanımlar. (Aranoff, C. E. ve Baskin, O.W. , 1992 sf. 5)

Seitel, Halkla İlişkiler’in organizasyonun halkla olan

ilişkilerini düzenleyen bir yönetim fonksiyonu olduğunu savunur. (Seitel,1992, sf. 9)

Bir başka tanıma göre Halkla İlişkiler, “özel veya kamusal kuruluşların veya kamuoyu önüne çıkmış bireylerin, ilişkide olduğu ve olabileceği çevrelerin sevgi, anlayış, güven ve desteğini elde etmek ve bunu sürdürmek için sürekli olarak yerine getirilmesi gereken bir yönetim işlevidir”. (Aktaran: Onal, 1997, sf.16) Bu tanım da daha önce Harlow’un tanımlamasında olduğu gibi Halkla İlişkiler’in özelliklerini ortaya koymaktadır.

Halkla İlişkiler’in değişik tanımları incelediğinde, “bir kişi yada kuruluşun çevresi ile olan ilişkilerini geliştirme ve düzenleme amacıyla yapılan çalışmaların tümüne , Halkla İlişkiler” denir. (Aktaran: Onal, 1997, sf. 15)

Halkla İlişkiler’in iki yönlü bir iletişim olduğunu gösteren diğer tanımlar ise: “Halkla İlişkiler, bir birey yada kurumun politikalarını, hizmetlerini ve eylemlerini, bu bireyin yada kurumun güvenine ve iyi niyetine ihtiyacı olduğu bireylerin ve grupların ihtiyaçlarına uydurmak için girişilen sürekli bir süreçtir”. Tam bir anlayış ve takdir kazanmak için bu politikaların, hizmetlerin ve eylemlerin yorumlanmasıdır”. (Aktaran: Onal,1997, sf. 15)

Halkla İlişkiler’in değerlendirme işlevi gözönünde bulundurulduğunda şu tanıma ulaşılmaktadır: “Halkla İlişkiler, halkın tutumlarını değerlendiren, bir bireyin yada örgütün politikalarını ve usullerini halkın çıkarlarıyla birleştirebilen ve halkın anlayış ve kabulünü kazanmak için bir eylem programı yürüten bir faaliyettir”.

1.1.6.2. HALKLA İLİŞKİLERİN İŞLEVİ VE PARAMETRELERİ

Halkla ilişkiler yaşamın her alanında uygulanır.

- Devlet yönetiminde- ulusal, bölgesel, yerel ve uluslararası,
- Ticaret ve sanayide- küçük, orta ve çokuluslu,
- Topluluklarla ilişkilerde ve toplumsal ilişkilerde, - Eğitim kurumları, üniversiteler, yüksekokullar vb.’de,
- Hastaneler ve sağlık hizmetlerinde,
- Hayır kurumları ve yardım hizmetlerinde,
- Uluslararası ilişkilerde. (IPRA Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği Yayını, 1998, sf.14)

Halkla İlişkiler Çalışmaları,

- İnsan davranışlarını anlayarak danışmanlık yapmaktır.

- Gelecekteki eğilimleri çözümlmek ve sonuçlarını tahmin etmektir.
- Kamuoyu, tutumlar ve beklentiler konularında araştırma yapmak ve gerekli faaliyetler için önerilerde bulunmaktır.
- Tam ve doğru bilgilere dayanarak iki yönlü iletişim kurmak ve bu iletişimi sürdürmektir.
- Anlaşmazlıkları ve yanlış anlamaları engellemektir.
- Karşılıklı saygıyı ve sosyal sorumluluğu geliştirmektir.
- Bireysel özel yararlarla kamu yararları arasında uyum sağlamaktır.
- Çalışanlar, tedarikçiler ve müşteriler arasında iyi niyeti korumaktır.
- Endüstri ilişkilerini -işçi- işveren ilişkilerini- geliştirmektir.
- İyi personeli çekmek ve emek devir hızını azaltmaktır.
- Ürünleri ve hizmetleri geliştirmektir.
- Kurum kimliğini oluşturmaktır.
- uluslararası ilişkilere teşvik etmektir.
- Demokrasi anlayışını teşvik etmektir. (IPRA Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği Yayını, 1998, sf. 15)

1.1.6.3. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLAR VE BU KURULUŞLARDA HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ

Geleneksel olarak bakıldığında bazı kuruluş türleri ticari olmayan ya da kar amacı olmayan kuruluşlar olarak düşünülebilir. İşleyiş olarak bakıldığında ise bu kuruluşların faaliyetlerinin kar amacına yönelik organizasyonlardaki faaliyetlerden pek de farklı olmadığı gözlenmektedir. Kar amacı gütmeyen kuruluşların temel amacı, bireylere, üyelerine ya da genel olarak kamuya hizmet vermektir.

Ülkemizde Kar Amacı Gütmeyen Bazı Kuruluşlar,

Sağlıkla ilgili kuruluşların bir kısmı, hayır kurumları (Kızılay, Türk Hava Kurumu, Vakıflar gibi durumları Bakanlar Kurulu Kararı ile belirtilmiş kuruluşlar) , sosyal refah ve sosyal hizmet kurumları(Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu vb), eğitim kurumlarının bazıları, güzel sanatlarla ilgili kuruluşlar, müzeler, kütüphaneler, sivil toplum örgütleri, meslek örgütleri, tüketici koruma kuruluşları, sendikalar, dini örgütler gibi grupların hepsi kar amacı gütmeyen kuruluşlardır.

Bu kuruluşların bir kısmı, gelirlerinin tümünü ya da

önemli bir kısmını mal ya da hizmet satışından elde ederken, önemli bir kısmı da gelirlerini bunların dışında kalan diğer yollarla temin etmek durumundadırlar.

Günümüzde tüm kurum ve kuruluşlarda olduğu gibi kar amacı gütmeyen kurumların varlıklarını sürdürmeleri de, sağlıklı insan ilişkilerine ve insanlardan gördükleri saygınlığa bağlıdır. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, gönüllülerin üyelikleri ve sermaye ile ilgilidirler.(Seitel, 1992, sf. 453) Gönüllü hizmetler ve finansal yardımlar için halka dayanmak zorunluluğundadırlar. Bu kuruluşlar, organizasyonlarını desteklemek için, kamuoyunda olumlu görüşler uyandırmak ve bunu canlı tutmak için sürekli kamu güvenini geliştirmek durumundadırlar. Kar amacı gütmeyen kuruluşların politikaları ve bunların uygulanmasında kamuoyunun sağlanması önemli bir gerek olarak kabul edilmelidir. Halkla ilişkiler, kar amacı gütmeyen kurumlar için de önemli bir fonksiyon olmak durumundadır. Hatta bu kuruluşların yönetiminde ve başarısında yaşamsal öneme sahiptir.(Lesly, 1983, sf. 291)

Kar amacı gütmeyen kurumlar, hedef kitlelerinin sosyal, ekonomik ve kültürel sorunlarını çözecek bir organizasyon içindedirler. Kar amacı gütmeyen bir kuruluş, hizmet vermek amacıyla var olduğundan, çoğunlukla yaşaması ya da ayakta kalması bireylerin yaptıkları bağışlara ya da gönüllü katılımlara bağlıdır. Bu nedenle gönüllü katkıya, desteğe diğer kuruluşlardan daha fazla gereksinimleri bulunmaktadır. Kar amacı gütmeyen bir kurum, geniş kitlelerin desteği ve ilgisini kazanmak, öte yandan istenmeyen yanlış izlenimlerin ortaya çıkmamasını ya da giderilmesini sağlamak için iyi bir halkla ilişkiler programının yürütülmesine gereksinim duyar.

Kar amacı gütmeyen organizasyonlarda halkla ilişkiler, kurumun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği ve böylece kurum ile çevresi arasında olabilecek uyum ve denge sağlanmasına yönelik sürekli ve sistemli çabalarıdır. (Seçim ve Ark., 1997, sf. 111)

Farklı alanlardaki kar amacı gütmeyen kuruluşlar, farklı halkla ilişkiler programları geliştirerek çalışmalarını yürütürler. Buna karşılık, halkla ilgili hizmetlere katkıda bulunurken ya da kamunun güvenini kazanmaya çalışırken genellikle aynı yaklaşımı kullanırlar.

Bunların hepsi kamu desteğini yanına almak durumundadırlar. Ne kamunun ötesinde birşeyler öne sürme ne de kamu yükünden kurtulma eğilimi olamaz.

Kar amacı gütmeyen kurumların halkla ilişkiler çalışmaları, iç ilişkileri geliştirmeyi, organizasyonun aktiviteleri hakkında üyeleri bilgilendirmeyi, olayla ve organizasyonla ilgilenen partileri veya örgütleri organizasyonun bugüne kadar varolan planları ve hedefleri hakkında bilgilendirmeyi ve organizasyonun sponsoru için yasalarca desteklenmiş ve yasalarca öngörülen sağlam, güvenilir ölçüleri içermektedir.(Seitel, 1992, sf.453-454)

1.1.7. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLARDA HALKLA İLİŞKİLER PLANLAMASI

1.1.7.1. SORUNUN BELİRLENMESİ VE DURUM ANALİZİ

Her halkla ilişkiler çalışmasında olduğu gibi, kar amacı gütmeyen kuruluşlar için de halkla ilişkiler planlaması sürecinde ilk aşama, gerekli araştırmanın yapılması ve böylelikle üzerinde çalışılacak sorunların belirlenmesi olmaktadır.

Halkla ilişkilerde sorun gerçekten bir krizin aşılmasıyla ilgili olabileceği gibi, kuruluşun düzenli bir şekilde çevresiyle iletişimini sağlamaya yönelik dolayısıyla olumlu imaj yaratmaya yönelik de olabilir. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 94)

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, gönüllülerin üyelikleri ve sermaye ile ilgilidirler. Gönüllü hizmetler ve finansal yardımlar için halka dayanmak zorunluluğundadırlar. Bu kuruluşlar, organizasyonlarını desteklemek için, kamuoyunda olumlu görüşler uyandırmak ve bunu canı tutmak için sürekli kamu güvenini ve desteğini geliştirmek durumundadırlar. İstenmeyen yanlış izlenimlerin ortaya çıkmasını ya da giderilmesini sağlamak için de halkla ilişkiler planlamasına gereksinim vardır.

Halkla ilişkilerin kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından ilgilenmesi ve yanıtlaması gereken bazı sorular vardır: (Lesly, 1983, 291)

- Kuruluş nasıl fonlanmalıdır?
- Paralarını nasıl harcamalıdır?
- Söylediklerini yapıyorlar mı?
- Gerçekten yardım ediyorlar mı?
- Neden daha fazlasını yapmıyorlar?
- Biz onlara nasıl yardım etmeliyiz?
- Gerçeği söylüyorlar mı?
- Kendi aralarında diğer organizasyonlarla güçbirliği yapıyorlar mı?
- Ne kadar iyi yönetiliyorlar?
- Büyülerinde ne kadar gönüllü barındırıyorlar?
- Fon artırım standartlarına uyuyorlar mı?

Bütün bu soruların yanıtı iyi veya kötü halkla ilişkileri ayırt edici olacaktır.

Kar amacı gütmeyen organizasyonlarda halkla ilişkiler faaliyetlerine gereksinim duyulan bazı konular şunlar olabilir:

- Organizasyon misyonunun kabulünü kazanmak.
- Herhangi bir kar amacı gütmeyen kuruluşun hedef kitlesinin (çalışanlar, gönüllüler, yönetim kurulu vb.), kuruluş misyon ve amaçlarını desteklemeleri, verimli bir biçimde çalışmalarını ve bu işe kendilerini adanmaları için konu hakkında bilgi vermesi ve motive etmesi.
- Kuruluşun hizmet verdiği birimlere ulaşabilmek için kitle iletişim araçları ile iyi ilişkileri sürdürmek,
- Paranın düzenli bir biçimde toplanmasını sağlayıcı uygun bir ortam yaratmak ve bunu korumak.
- Kuruluşun misyonuna uygun olan kamu politikasının gelişimini ve sağlamlığını desteklemek.
- Kuruluşa karşı kamuoyunda oluşmuş yanlış tutum ve kanıları değiştirmek, düzeltmek. (Cutlip, Center ve Broom, 1994, sf. 497)

Tüm kar amacı gütmeyen kuruluşların konuları ve problemleri tipik olmakla beraber, kendine özgü boyutları da vardır. Sorunun saptanması ve sorunla ilgili olarak kuruluşun zayıf ve kuvvetli yönlerinin ortaya konması, planlama çalışmalarının ve dolayısıyla halkla ilişkiler uygulamasının amacına ulaşmasında belirleyici bir etken olmuştur.

1998 yılında, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu'na bağlı bir Yetiştirme Yurdu'nda bir olay yaşanmış ve medyaya "Yetiştirme Yurdu'nda öğretmen kız öğrenciyi dövdü." şeklinde yansımıştır. Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu, insanların refahını, gereksinimlerinin ve sorunlarının çözülmesini, sosyal refah hizmetlerinin gerçekleşmesini amaçlayan bir kamu kuruluşudur. Hizmetlerin aksamaması, insanların yanlış bir kanıya kapılmamaları için medya'da yer alan haberler düzeltilerek, kuruma güvenin sağlanması gerekmektedir. Sorun bu şekilde belirlendikten sonra gerekli bilgiler toplanarak etkin bir halkla ilişkiler planlamasının yapılması mümkün olabilecektir.

Halkla ilişkiler uygulamalarının planlanabilmesi için gerekli bilgilerin toplanması için yapılacak hazırlık çalışmaları,

- Kar amacı gütmeyen kuruluşların (sağlık kurumları, eğitim

kurumları, sivil toplum örgütleri vb.) kendi alanlarına giren konularda gerekli araştırmaları yaparak, anket çalışmaları düzenleyerek kamuoyundaki mevcut durumlarını belirlemeleri gerekir. Araştırmalar, kuruluşun üzerinde çalışacağı konu ya da sorunların boyutlarını ve niteliklerini ortaya koymada önemlidir.

- Kar amacı gütmeyen kuruluşların, kanuni açıdan sorumlulukları ve mevcut durumları incelenerek (dernekler kanunu, kurumun tüzük ya da yönetmelikleri, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu vb.) yapılacak çalışmaların yasal getirileri ortaya konmalıdır. Yasal literatürdeki gelişmeler sürekli takip edilmeli ve arzu edilen yasal değişiklikler her yönüyle ortaya konmalıdır.

Kadın dernekleri, Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri, sivil toplum örgütleri, kadınların bir takım haklarını elde edebilmeleri, kadın erkek eşitliğinin sağlanabilmesi için Medeni Kanunun belli bazı maddelerinde değişiklik yapılması yolunda bir takım çalışmalar yapmışlar ve kazanımlar elde etmişlerdir. Bu kazanımların elde edilmesi mevcut medeni kanundaki maddelerin bilinmesi ile mümkün olabilmektedir.

- Sorunun tüm yönleri ile saptanması açısından önemli konulardan biri, akademik çevreler, hükümet, kamuoyu önderleri, sivil toplum örgütleri, dernekler, aynı statüdeki diğer kurumların, sorun ve kuruluş hakkında neler düşündüğünü öğrenmektir. Kuruluş açısından birer baskı grubu olabilecek bu gruplarla iletişime geçmek, sorun ya da kuruluşun bu gruplar tarafından nasıl görüldüğünü anlamak, belirlenen sorunun kuruluşla nasıl ilişkilendirildiğini belirlemek açısından önemli ipuçları verebilir. Gerekli iletişimin sağlanması ise “yüzyüze görüşmeler”, “mektup”, “telefon görüşmeleri”, “anket çalışmaları” ile belirlenebilir.

- Kar amacı gütmeyen bir kuruluşun kamu güvenini sağlama ve toplum gündemine yerleşmesinde, herhangi bir sorunun kamuoyuna yansımada etkili unsurlardan biri medyadır. Sorunun ortaya konması noktasında medyanın takip edilmesi önemlidir. Medyanın sorunu hangi öncelikte verdiği, hangi büyüklükte verdiği, kuruluşa yaklaşımı, sorunun boyutları üzerinde belirleyicidir. Küpür derleme, video bantlar, filmler ile medya takip edilebilir, sorunun medya tarafından nasıl değerlendirildiği öğrenilebilir.

- Kuruluşun çalışma konusunun kamuoyu tarafından hangi öncelik ve önemle anlaşıldığının öğrenilmesi, kuruluşun gündemden sorumlu tutulup tutulmadığı, kar amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler uygulamaları açısından önemlidir. Bu noktada yapılacak “anketler” kuruluşun çalışma konusunun kamuoyu tarafından nasıl algılandığını gösteren ipuçları verecektir.

- Kuruluşun, işlem çerçevesinde (çalışanlar, gönüllüler, mütevelliler vb.) ve dış çevrede (hükümet yetkilileri, akademik çevreler, çevreci gruplar, kamuoyu vb.) iyi- kötü, yeterli- yetersiz nasıl değerlendirildiği ve çalışma alanları ile ilgili sorunların kaynağı olarak görülüp görülmediğine ilişkin bilgiler anketler yolu ile öğrenilebilir.

Sendikaların ilişki içinde bulunduğu gruplar kendi üyeleri, halk ve işverenlerdir. Sendikanın organize ettiği bir 'maaş zammı protestosunda' başarı ya da başarısızlık kendi üyeleri (işçiler, memurlar) ve işverenler tarafından farklı farklı değerlendirilecektir.

Sorunların daha iyi incelenmesi açısından, kuruluşun kendi bünyesi ve çevresinin incelemesi yani "durum analizi" gereklidir.

Halkla ilişkiler planlama çalışmasının başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi, yeterli düzeyde araştırmaların yapılmasına ve bunların sonuçlarının değerlendirilerek sağlıklı bilgilerin elde edilmesine bağlıdır.

Durum analizi, araştırmaların sağladığı bilgilerden, saptanan sorunun çözümüne yönelik stratejilerin belirlenebilmesi amacıyla yapılır ve sorunun çözüm yöntemlerinin geliştirilmesinde kuruluşun üstün ve zayıf yönleri saptanır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 95)

Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşun Halkla İlişkilerini Etkileyen İçsel Faktörler:

- Kuruluşun, çalışma alanıyla ve sorunla ilgili olarak bugüne kadar yaptığı çalışmalar.
- Karşılaşılan sorunlarla ilgili sicili.
- Kuruluşun sorun ya da durumdan sorumlu tutulup tutulmadığı, soruna olan duyarlılığıdır.

Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşun Halkla İlişkilerini Etkileyen Dışsal Faktörler:

- Diğer grupların kuruluşa karşı yaklaşımı (dernekler, sivil toplum örgütleri)
- Kamuoyu önderlerinin kuruluşa karşı tutumu.
- Medyanın kuruluşa ve soruna yaklaşımı,
- Kamuoyunun tutumu gibi unsurlardır. Böylece, kuruluş çeşitli hedef kitleler tarafından nasıl görüldüğü, güvenilir bulunup bulunmadığı, bulunduğu çevreye ve ülkeye toplumsal, ekonomik ve kültürel açılarından yararlı görülüp görülmediği gibi pek çok sorunun

yanıtları doğru şekilde saptanmalıdır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 96)

kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında yer alan, hayır kurumu niteliğindeki Kızılay, “sel, deprem vb. doğa olaylarında zor durumdaki insanlara yardım eden bir kuruluş” olarak bilinirken, bu konuda güvenilir bir imaja sahipken, ülkemizde 17 Ağustos ve 12 Kasım 1999’da yaşanan depremlerden sonraki yardım kampanyalarındaki başarısızlıkları, yardım malzemelerinin eski ve kalitesiz oluşuyla bir anda hedef noktası haline geldi ve toplumsal endişelerin kaynağı oldu. Hükümetin tavrı, medyanın sürekli konuyu gündemde tutması, bir takım grupların baskısıyla, “kara gün dostu” olarak bilinen Kızılay’ın imaj ve itibarı tehlike altına girmiştir.

Kızılay Genel Başkanı istifa etmiş, hükümet Derneğin çalışmalarına elkoymuştur.

Bu noktada, Kızılay’ın sorumluluklarının bilincinde bir kuruluş olarak, sorunun çözümüne yönelik yoğun çaba içerisinde olduğunu kamuoyuna anlatmak için harekete geçmesi zorunludur.

1.1.7.2. PLANLAMA

Kar amacı gütmeyen bir kuruluşun çözmeyi amaçladığı sorunla ilgili olarak, halkla ilişkiler amaçları doğrultusunda, nelerin, hangi sırayla yapılacağı belirlenmesi gerekmektedir.

kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından bakıldığında, planlama da araştırma gibi, halkla ilişkilerin, insanların ve kamuoyunun aklındaki yanlışları ayırt etmesinde ve başarısında önemli bir işleve sahiptir. (Lesly, 1983, sf.291)

Bir program içerisinde gerçekleştirilen her faaliyetin bir nedeni, bir amacı olması gerekir. Gerçekleştirilen faaliyetler, halkla ilişkiler amaçlarını gerçekleştirecek nitelikte olmalıdır. Bu doğrultuda kar amacı gütmeyen kuruluşun alanına giren konulara ilişkin bir iletişim programının hazırlanması, hedef kitlelere nasıl ve hangi araçlarla ulaşabileceğinin belirlenmesi çalışmalarını kapsar. Uygulanacak faaliyetler, halkla ilişkiler amaçlarını gerçekleştirecek nitelikte olmalıdır. Bu doğrultuda, kar amacı gütmeyen kuruluşun alanına giren konulara ilişkin bir iletişim programının hazırlanması, hedef kitlelere nasıl ve hangi araçlarla ulaşabileceğinin belirlenmesi çalışmalarını kapsar. Bu bir anlamda, gerçekleştirilecek halkla ilişkiler doğrultusunda oluşturulacak mesajların hangi yollarla hedef kitlelere ulaştırılacağı belirlenmesidir.

1.1.7.2.1. AMAÇ VE HEDEF KİTLELERİ BELİRLEME

Bir halkla ilişkiler kampanya planlaması esas olarak sorunun çözümü için saptanan hedeflerinin gerçekleşmesine yönelik faaliyetlerin belirlenmesi ile ilgili çalışmalardır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 99)

Kar amacı gütmeyen kuruluşun, sorunun çözümü için saptanan hedeflerin gerçekleşmesine yönelik faaliyetleri şunlar olabilir:

- Kuruluşun güvenilirliğini anlatmak.
- Kuruluşun ekonomik, sosyal ve kültürel olaylara duyarlı olduğunu anlatmak.
- Kuruluşun, benzer bir olayda gerçekleştirdiği faaliyetleri anlatmak
- Kuruluşun, organizasyonu ile ilgili faaliyetleri hakkında kendi üyelerini, çalışanlarını bilgilendirmesi.
- Kamuoyuna, konuyla ilgilenen diğer gruplara organizasyonla ilgili bilgi aktarmak ve yararları konusunda onları ikna etmek.
- Yapılacak faaliyetler konusunda yönetimin desteğini almak.
- Organizasyonla ilgilenen siyasi partileri ve hükümet organlarını planlar ve hedefler hakkında bilgilendirmek ve desteğini kazanmak.
- Organizasyonun sponsoru için yasalarca desteklenmiş, sağlam ve güvenilir ölçütler geliştirmektir. (Seitel, 1992, sf. 453-454)

Bu amaçlar doğrultusunda hedef kitlelerin belirlenmesi gerekmektedir.

Hedef kitle, "kuruluşun yakın ve uzak çevresini oluşturan ve ilişki içinde olduğu halk grupları" olarak tanımlanabilir. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 98)

Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşların Hedef Kitleleri:

Tüketiciler: Kuruluşun sunduğu hizmetten doğrudan yararlananlardır.

Destekleyenler: Kuruluşa bağış yapan, faaliyetlerini destekleyen kişilerdir.

Genel Halk: Sunulan hizmetten yararlanan ya da yararlanmayanlar bu grubun içerisinde yer alır.

Kuruluşta Çalışanlar: Kuruluş, çalışanlarının hizmet ve yetenekleriyle değerlendirilir. Kuruluşun, çalışanlarına gösterdiği saygı oranında, çalışanlar da kuruluşun hizmet verdiği kitleye saygı duyarlar.

Hükümet: Tüm kar amacı gütmeyen kuruluşlar hükümetin desteğini almak durumundadır.

Özel Grup ve Kurumlar: Bunlar hükümet ve kuruluşun verdiği hizmetleri veren kuruluşlar dışındaki, özel ve kamu grup ve kurumlarıdır.

Kitle İletişim Araçları: Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, maddi kaynakları sınırlı olduğundan, kitle iletişim araçları ile sürekli iyi ilişkiler içinde bulunmak durumundadır. (Seçim ve Ark., 1997, sf.112)

Her halkla ilişkiler çalışmasında olduğu gibi kar amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler çalışmalarında da başarıyı etkileyen önemli bir faktör hedef kitlelerin doğru olarak belirlenmesidir. Hedef olarak belirlenen kitlelerin özellikleri, eğilimleri ve düşüncelerinin çok iyi bilinmesi gerekir. Aksi halde, bu kitlelere yönelik mesajların ve bunları onlara iletecek iletişim araçlarının doğru bir şekilde saptanması mümkün olamaz. Hedef kitleler, sosyo- demografik yönden; (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, meslek, coğrafi yerleşim) psikolojik yönden; (öğrenme, güdülenme, algılama, alışkanlık) sosyolojik yönden; (kültür, toplumsal sınıf, referans grupları) açılarından analiz edilerek tanımlanmalıdır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 99)

Bulunduğu il ya da bölgede, 'aile planlaması ve korunma yöntemlerini' benimsetmek amacıyla çalışmalar yapacak olan Üniversiteye bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin halkla ilişkiler amaçları şunlar olabilir.

- Merkezi, kadın sorunları ile ilgili her alanda araştırmalar yapan, eğitim veren, projeler üreten bir kuruluş olarak tanıtmak.
- Hükümetin ve sağlık kuruluşlarının bu konuya dikkatini çekerek destek ve yardımlarını sağlamak,
- Bölgedeki kadınları ve eşlerini, aile planlaması ve korunmanın önemi ve gerekliliği konusunda ikna etmek.
- Bu konuda "baskı grubu" olabilecek dini otoriteler ve geleneksel görüşe sahip etkili kişileri ikna etmek ve desteğini kazanmaktır.

Kadın sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri tarafından belirlenen hedef kitleler şunlardır:

- Özellikle kadınlar olmak üzere genel halk.
- Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı,
- İldeki Sağlık Müdürlüğü ve Belediye,
- Merkez çalışanları,
- Üniversite,
- Yerel ve ulusal medya mensupları,
- Sivil toplum örgütleri ile kadın dernekleri.

- Baskı grupları oluşturabilecek kişiler.
- Sosyal sorumluluk çerçevesinde, çalışmada sponsor olabilecek şirketlerdir.

Bunlar kamuoyunun kanaatini etkileyen önemli kitlelerdir.

1.1.7.2.2. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLARDA İÇ HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler açısından kuruluşların hedef kitlesini kuruluş içi ve kuruluş dışı olmak üzere iki ana gruba ayırmak mümkündür. Bu durumda kuruluşta çalışanlar, kuruluş içi hedef kitleyi oluştururken, genel halk, tüketiciler, hükümet, destekleyenler, özel grup ve kurumlar, kitle iletişim araçları ise kuruluş dışı hedef kitleyi oluşturmaktadır.

Kurum içi halkla ilişkiler , kurumun çalıştırdığı kişilerin anlayış, güven ve desteğini kazanmaya yönelik çabalardır. Bu çabaların sonuca ulaşması kurum içinde etkin bir iletişim sisteminin varlığı ile mümkündür. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 69)

Halkla ilişkiler her şeyden önce kurumun yakın çevresinden başlar. Kuruluşun dışı dönük halkla ilişkiler faaliyetlerindeki başarısı, kurum içi halkla ilişkiler çalışmasındaki başarısına bağlıdır.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda iç halkla ilişkiler diğer kuruluş türlerinden farklıdır. Bu tür kuruluşlar da işlerini yürütmek için profesyonel yöneticileri ücret karşılığı görevlendirebilmektedirler.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda yönetici, günlük işleri yürüten kişi olarak değil, fon yükseltici, halkla ilişkiler müdürü, sanat yöneticisi, bağışları kaydeden ve yöneten kişi olarak değerlendirilmelidir. Çünkü kurum içinde kurumun sahipleri ve üyelerinin temsilcisi durumundadır. (Seçim ve Ark., 1997, sf. 112)

Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda yönetim kurulu da yönetici kadar önemli bir göreve sahiptir. Yönetim kurulu, yönetim ve organizasyon konularında üyelerini bilgilendirmek durumundadır.

Kurum üyeleri ve gönüllülerin, görüş ayrılıklarına bakmaksızın birbirlerine saygılı olmaları ve ekip ruhu içerisinde iş ilişkilerini sürdürmeleri iç halkla ilişkiler uygulamalarının başarısına bağlıdır.

Gönüllü çalışanların her biri, kar amacı gütmeyen kuruluşlar için birer halkla ilişkiler elemanı durumundadır. Yeni gönüllü kaydı ve kurumun geniş kitlelerce desteklenmesinin sağlanmasında

gönüllülerin rolü önemlidir. Yetenekli, tecrübeli, akıcı konuşan insanlar, iletişim komitelerinde motive edilip, üzerlerine belirli sorumluluklar verilerek, bağış kampanyaları, yeni üye kaydı, medya ile ilişkiler ve kamuoyunun desteğini kazanmada etkili olmaları sağlanabilir. Böylece bu insanlar iletişim programının bir parçası olurlar. (Lesly, 1983, sf. 293)

Yönetim, kuruluşun faaliyetleri hakkında gönüllüleri sürekli bilgilendirmek zorundadır. Bu durumda gönüllüler, başlıbaşına halkla ilişkiler faaliyet alanıdır.

1.1.7.2.3. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLARA İLİŞKİN FAALİYET VE İLETİŞİM PROGRAMI

Faaliyet ve iletişim programı, planlama çalışmasının önemli aşamalarından birini oluşturur.

Faaliyet programının hazırlanması önceden belirlenen amaçları gerçekleştirebilmek için -- nelerin, hangi sırayla yapılacağı belirlenmesidir. Her faaliyetin de bir nedeni bir amacı olması gerekir. Faaliyetlerin hangi sırayla yapılacağı da önemli unsurlardan biridir. Halkla ilişkilerde tasarlanabilecek faaliyetlerin seçimi, varılması düşünülen nihai hedeflere ulaşmayı sağlayacak amaçları gerçekleştirecek nitelikte olmalıdır. Faaliyetlerin seçiminde, kar amacı gütmeyen kuruluşun ayırdığı halkla ilişkiler bütçesi de önemlidir. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 100)

İletişim programının hazırlanması, hedef kitlelerle iletişimin nasıl ve hangi araçlarla sağlanacağını saptanması ile ilgili çalışmaları kapsar. Halkla ilişkilerde medya, mesajları hedef kitlelere ulaştıran iletişim araç ve ortamlarıdır. Medyanın seçimi, iletilmek istenen mesaja göre belirlenir.

Kar Amacı Gütmeyen Bir Kuruluşun İletişim Programı Şunları İçerebilir;

- Kuruluşun mevcut iletişim programları analiz edilerek, planlanan yeni çalışmanın iletişim programının nasıl yürütüleceği bulunabilir.
- program sırasında medyada yer alan güncel haberler ve kar amacı gütmeyen kuruluşla ilişkin eleştiriler takip edilerek, kuruluş gelişmelerden haberdar edilebilir.
- Başkalarının kar amacı gütmeyen kuruluşla ilgili yapılan yanlış bilgilendirmeleri ortadan kaldırıp, anında cevap verebilme olanağı sağlayan tekniklerin geliştirilmesi gereklidir.

- Kuruluş çalışanları ve özel nitelikteki kitlelerle iletişim için, çalışmalarını anlatan kitap, kitapçık, broşür ya da dosyalar hazırlanmalıdır.

- Kar amacı gütmeyen kuruluşun alanına giren ve çalışma yürüttüğü konu ile ilgili olarak seminer, konferans vb. düzenleyerek çalışanlarını duyurması gereklidir.

- Olası bir kriz durumu için, basın, hükümet ve çalışanlara ilişkilerin koordineli ve dengeli yapılabilmesi için acil durum planının hazırlanması önemlidir. Böylece gerekli enformasyonun planlı biçimde aktarılmasını sağlanabilir.

Kriz: kuruluşun üst düzey hedeflerini tehdit eden, yaşamını tehlikeye sokan ve hızla tepki göstermesinin zorunlu olduğu özel durumlardır. (Budak, 1995, sf. 201) Kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından kriz, mali yanlış yönetim iddiaları, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı, vergi muafiyetinin kötüye kullanımı, kampanyaların kötü yönetimi ve politik hile iddiaları olabilir. Gazete veya dergilerde yer alan fon artırımı ile ilgili haberlerin çoğu bunun yanlış uygulamaları ve ilgili yasalarla çelişen ve genel ahlaka ters düşen uygulamalarla ilgili haberlerdir. Fakat kayda değer bir bölümü de geçmişte yaşanan ve üstü kapatılan tartışmalar, anlaşmazlıklar ve krizlerle ilgilidir. (Lesly, 1983, sf.291)

1.1.7.2.4. MESAJLARIN HAZIRLANMASI

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, hedef kitlelerine ulaştıracakları mesajlarını belli özellikler doğrultusunda hazırlamak durumundadırlar. Her halkla ilişkiler çalışmasında dikkat edilmesi gereken konular, kar amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler programı için de geçerlidir.

"İletişim etkinliğinin" sağlanması için mesajların hazırlanması konusunda şu noktalara dikkat edilmelidir. (Gürgen, 1994, sf. 19)

- Mesaj, hedef kitlelerin dikkatini çekecek şekilde düzenlenmelidir. Hedef kitlelerin dikkatini çekmeyen, yani algılanmayan bir mesaj hiçbir etkiye yol açamaz.

- Mesajın kodlanmasında kullanılan simgelerin, hedef kitleler tarafından da bilinen simgeler olması gerekmektedir. Simgeler kaynak ve hedef kitlenin ortak yaşam deneyimlerinden kaynaklanmalıdır.

- Mesaj, insanların beklentileriyle uyumlu olmalıdır. (Kazancı, 1996, sf. 228)

Bu nedenle hedef kitlelerin temel değerleri, tutum ve

inançları iyi bilinmelidir.

- Mesaj, kısa ve anlaşılır olmalıdır.

- Mesajın hedef kitlelere ulaşabilmesi için en uygun iletişim aracı seçilmelidir. Bu nedenle hedef kitlelerin araç ve ortam türlerine ilişkin tercihleri iyi saptanmalıdır.

- Kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından düşünüldüğünde, konuyla ilgili bilimsel veri ve rakamları halkın anlayabileceği basitlikte kısa ve çarpıcı mesajlara dönüştürmek önemlidir.

1.1.7.2.5. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLARIN HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA ARAÇLAR

Halkla ilişkiler uygulamasında kullanılan araçlar, temel özellikleri ve en yaygın kullanımları doğrultusunda değişik sınıflandırmalara sokulabilir.

Halkla ilişkilerin, hayırsever kuruluşların yönetiminde ve başarısındaki yaşamsal önemi yazılı basında yer alan problemlerle ortaya çıkmıştır.

Gittikçe artarak, gerek yazılı basın gerekse radyo ve T.V., yardımsever kuruluşların mevcudiyeti ve işlevi konusuna önem vermektedir. (Lesly, 1983, sf. 291)

Gazete ve TV. larda, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla ilgili yer alan haberlerin çoğu, fon artırımının yanlış uygulamaları ve yasalara uymayan, genel ahlaka ters düşen uygulamalarla ilgilidir. Kayda değer bir bölümü de yine, geçmişte yaşanan ve üstü kapatılan tartışmalar, anlaşmazlıklar ve krizlerle ilgilidir. (Lesly, 1983, sf. 291)

Ülkemizde de bu durum benzeri bir şekilde yaşanmaktadır. Medya'da genellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlar (Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu, Kızılay, vakıflar vb.), yanlış uygulamalar, kötüye kullanımlar vb. daha fazla gündeme gelmektedir. Uygun halkla ilişkiler faaliyetleri ve medya ile kurulan iyi ilişkilerle kuruluşun, bu olumsuzluk veya krizle ilgili olarak kendi yanıtını verebilmesi, organizasyonu kendi açısından anlatması mümkün olabilmektedir.

BASILI ARAÇLAR

Gazeteler: Geniş halk kitlelerine, kurumların faaliyetleri ile ilgili haberlerin gönderilmesinde yararlanılan araçların başında, günlük olarak yayınlanan gazeteler gelmektedir. (Gürgen, 1994,

sf.53) Gazeteler, kar amacı gütmeyen kuruluşların organizasyonlarının kamuoyu gündemine yerleşmesi açısından etkili bir unsurdur. Gazeteler, kuruluşla ilgili bir olayın gündeme yerleşmesini sağladığı gibi, kuruluşun bu olay ve orgnizasyonu kendi açısından anlatmasına ve kamuoyunu etkileyebilmesine olanak sağlayan bir araçtır.

Gazete düzenlemesini halkla ilişkiler birimi yapamayacağına ve içeriğini düzenleyemeyeceğine göre amaç, gazete sütunlarında kuruluşun kendi yanıtını verebileceği bir yer tahsis etmek olacaktır. Gazetelerde en önemli unsur, halkla ilişkiler biriminin gazetenin geleneksel tutumuna uymak zorunda olmasıdır. (Kazancı, 1996, sf. 251)

Gazetelerin belli konulara öncelik verdikleri ve bu önceliği kendi yapılarından aldığı unutulmamalıdır. Örneğin, fikir gazeteleri aydınlara, spor gazeteleri gençlere ve spor kamuoyuna hitap eder. Yani gazetelerin sayfalarında ağırlık verdikleri haber türlerine göre okuyucu profili değişir. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 134)

Kar amacı gütmeyen kuruluşlarla ilgili haberlerin de, ülkenin büyük ve saygın gazetelerinde yer alması, kuruluşun çalışmalarının ve yaklaşımının yansıtılmasında önemlidir.

Hizmet götürülecek bölge ve yörenin halkına ulaşmak açısından bölgesel ve yerel yayın yapan gazeteler etkili bir araç olmaktadır.

Yaşanan herhangi bir krizle ilgili bilgiler açıklanıyorsa bunun bir gün sonraki baskıya yetişmesi sağlanmalıdır.

Üretilecek mesajın haber niteliği taşımaları önemlidir. Bu nitelik, kuruluş ve kamuoyu için bir anlam ifade etmelidir. Buna doğru zamanlamanın eklenmesi sorunu büyük ölçüde çözecektir. (Kazancı, 1996, sf. 252)

Basında yer alan bir haberi düzeltebilmek amacıyla, gerçeği yansıtan ağırbaşlı bir yazıya cevap verilebileceği gibi, doğru bilgiler bizzat yazıyı yazana iletilerek düzeltmeyi onun yapması istenebilir. Yargı yoluyla yapılan düzeltme ve yalanlamalar en son düşünülen yöntemler olmalıdır.

Dergiler: Gazetelerin halkla ilişkiler aracı olarak sahip oldukları nitelikler dergiler için de geçerlidir. Dergilerin de niteliklerine göre okuyucu kitleleri vardır.

Kadın kuruluşlarının çalışmaları ile ilgili haberlerin, ciddi ve güvenilir kadın dergilerinde yer alması, çalışmanın hedef kitlesinin önemli bir bölümünü oluşturan kadınlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

Medeni Kanunda ve Türk Ceza Kanunda kadın haklarına ve kadın erkek eşitliğine ilişkin maddelerde yapılması istenen

değişikliklerin sağlanması, kadın dergilerinde yayınlanacak ciddi yazılar, tartışma ve makalelerle etkili bir bilgilendirme ile daha da kolaylaşacaktır.

Diğer Basılı Araçlar

Broşürler: Küçük dergi boyutlarında, az sayfalı ve bol resimli olarak hazırlanan bir araçtır. (Gürgen, 1994, sf.58) Kuruluşun kendisi tarafından hazırlandığı için denetim kendisine aittir. Broşürü istenen biçimde hazırlamak ve süreci baştan sona denetim atında tutmak mümkündür.

Bir broşürün en önemli sayfaları ön, arka ve orta sayfalarıdır. Okuyanın dikkati ilk olarak bu sayfalara yönelir. Kapak sayfaları çekici, konuyu etkin bir şekilde sunacak tarzda hazırlanmalıdır. (Gürgen, 1994, sf.59)

Broşürler, kar amacı gütmeyen kuruluşla ilgili bilgilerin, kendi hedef kitlesine(üyeler, gönüllüler, hükümet yetkilileri, fikir önderleri vb.) ulaştırılmasına imkan verir. Kuruluşun kendi hedef kitlesine ya da o anki yaşanan sorununa ilişkin çalışmaları, kuruluşun tutumu, kuruluşun anlayışı doğrultusunda hedef kitlelere ulaştırılabilir.

Broşürler ayrıca kuruluş içi iletişimde de etkili olarak kullanılabilir. Kuruluşun program süresince ortaya koyacağı tarzın çalışanlara aktarılması, kuruluşun bütünlük içinde sorunların üstesinden gelmeye çalışması açısından etkilidir.

El Kitapları: El kitapları, broşüre benzemekle birlikte ondan daha fazla sayfaya sahiptir. Kuruluşun yaşadığı sorun ya da kriz durumlarına ilişkin çalışmaların aktarılmasında bazen broşürün sayfa sayısı yetersiz kalabilir. (Kazancı, 1996, sf.258)

El kitapları karşılaşılan soruna ilişkin bilgilerin yer aldığı ve resimden çok yazıya ağırlık verilerek düzenlenen yayınlardır. El kitapları her an başvurulacak bir kaynak olması yüzünden, öz ve anlaşılır bir dille yazılmalıdır. (Gürgen, 1994, sf.58)

Kitaplar: Kurumların bilgi toplama ve bilgi yayma amaçlı çalışmaları için yararlandıkları kitaplar, yazılı halkla ilişkiler araçları arasında önemli yer tutmaktadır. (Seçim, ve Ark. , 1998, sf. 136)

Kuruluş hakkında doğru ve güvenilir bilgiler içermesi gereken kitaplar, örgüt tarafından hazırlanacağı gibi, bir profesyonel yazar tarafından da yazılabilir. Kitabın konusunun ilgi çekici ve iyi

seçilmiş olması, kitabın okunma şansını yükseltir.

Kitaplar kuruluşun yıldönümlerinde ya da sunduğu mal ve hizmetin tanıtımı amacıyla hazırlanabileceği gibi tarihçeyi ya da kurucuların hayatını anlatan türde de olabilir.

İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin kuruluşunun onuncu yıldönümünde yayınladığı 'Kadınlarımızla Birlikte On Yıl' adlı kitap tamamıyla bu amaca yönelik bir kitaptır. Kitapta, Merkez'in kuruluş amacı, hedefleri, bu güne kadar gerçekleştirdikleri çalışmalar yer almaktadır.

Afişler: Bazen geniş yığnlara, kısa ve öz anlatımla belirli mesajların gönderilmesi gerekmektedir. Bu durumda geniş halk kitlelerine ulaşmanın yolu afiş kullanmaktır. Afişlerde resimle anlatım ön plandadır. Kullanılan sözcüklerde resimleri tamamlar nitelikte olmalıdır. Kullanılan cümleler kısa ve çarpıcı olmalıdır.

Kriz dönemlerinde önemli noktalara dikkat çekmek için kullanılacak bir araç olan afişlerin kullanımının etkili olması için, etkin bir düşünsel ön hazırlık gerekmektedir.

Kadın Kuruluşları Birliği, 18 Nisan 1999 seçimlerinde kadınları oy kullanmaya yöneltmek amacıyla çeşitli sloganlarla afişler hazırlamışlardır.

Bültenler: Konuyla ilgili olarak kişilerin dikkatine sunulan çalışmalardır. Hacim bakımından az sayfalı olup, konuyla ilgili değişik bilgilere önem verir. (Kazancı, 1996, sf. 258) Kar amacı gütmeyen kuruluşun halkla ilişkiler programı çerçevesinde bilgilerinin ve çalışmalarının gönüllüler, üyeler gibi ilgili kişi ve gruplara aktarılmasında etkin bir araç olarak kullanılabilir. Bültenler ayrıca kuruluşun iç halkla ilişkileri doğrultusunda çoğaltılarak duyuru panolarına asılabilir. Böylece, yönetim tarafından alınan kararların işgörenlere aktarılması ve kuruluş içinde gerekli bilgilendirmenin yapılması sağlanabilir.

GÖRSEL İŞİTSEL ARAÇLAR

Yayın araçları denildiğinde ilk akla gelen araçlar radyo ve televizyon olmaktadır. Her kesime yönelen bu araçların halkla ilişkiler çalışmalarında etkisi, basılı araçlara göre daha yaygın olmaktadır. (Gürgen, 1994, sf. 70)

Radyo: Radyo çok geniş alanlara yayılabilen işitsel bir kitle iletişim aracıdır. Radyo yayıncılığı dinleyicilerin algısına dayanır.

Dinleyicinin tepkisi, müzik, söz ve efektin etkisiyle ortaya çıkar. Dinleyicinin düşünme gücüne dayanır ve dinleyicilerin yaşam deneyimlerine göre algılanarak yorumlanabilirler.

Radyo kolay ulaşılabilirlik özelliği yüzünden halkla ilişkiler çalışmalarında önemli bir işleve sahiptir. Halkla ilişkiler çalışmalarında öncelikle radyo haberlerinden yararlanır. Radyo haber kuşaklarının süreleri oldukça kısıtlı olduğundan, haber metinleri kısa ve çarpıcı olarak yazılmalıdır. Haberin konusu güncel olmalı ve haber değeri taşımalıdır. Röportaj, radyo programları arasında ilgi gören bir program türüdür. Bu nedenle halkla ilişkiler çalışmalarında sıkça yararlanır.

Kar amacı gütmeyen kuruluşların amaçlarını ve gerçekleştirdikleri çalışmalarını ifade etme olanağı buldukları en iyi yollardan biri radyo röportajlarıdır. Röportajdaki doğallık, kamuoyunun kar amacı gütmeyen kuruluş hakkında olumlu yönde etkilenmesini kolaylaştıran bir unsurdur.

Halkla ilişkiler çalışmalarında radyo spotlarından da yararlanılmaktadır. En fazla on saniyede mesajı iletecek şekilde hazırlanır. Daha çok toplumsal yarar amacını ön planda tutan konularda halkın istenilen yönde tutum ve davranış geliştirmesini hedefleyen bu spotlar, radyo programlarının aralarında yayınlanırlar.

Radyo programlarından yararlanırken yayın saatleri göz önünde bulundurulmalıdır. Yapılan araştırmalara göre, sürücüler, ev kadınları, öğrenciler ve göz emeği yoğun alanlarda çalışanlar önemli birer radyo dinleyicisidirler. (Kazancı, 1996, sf. 262) Bu doğrultuda eğer kar amacı gütmeyen bir kuruluş genel halk kitlelerini bilgilendirmek ve kamuoyunu etkilemek istiyorsa, radyo programlarına önem vermeli ve radyonun en çok dinlendiği saatleri tercih etmelidir.

Kızılay vb. gibi bağışlarla ayakta durabilen kuruluşların, kamuoyunun güvenini sağlamada ve bağış oranını yükseltmede kullanabileceği en önemli yollardan biri de radyo programları ve radyo spotlarıdır.

Televizyon: Kitle iletişim araçları arasında insanın gözü ve kulağına aynı anda hitab eden tek kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyonda ses, görüntüyü destekleyen bir yardımcı öge işlevini üstlenir.

Bir kuruluşun televizyon haber programlarında haberlerinin yayınlanması sanıldığından da önemli bir olaydır. Televizyonda, halkla ilişkiler çalışmalarında kullanabileceğimiz, haberler, belgeseller, açikoturumlar, eğlence gibi çok değişik program türleri söz konusu olabilir. Her programın kendine özgü özellikleri dikkate

alınarak, tüm program şekillerinden en iyi şekilde yararlanılmalıdır.

Televizyon görüntü ağırlıklı bir kitle iletişim aracı olduğundan, kuruluşu temsil eden her tür görüntünün görsel açıdan son derece çekici ve etkili biçimde çekilmesi gerekir.

Kuruluş, medya ve organizasyon bağlantısını sağlarken güven ve anlayışın hakim olduğu etkin bir koordinasyona önem vermelidir. Televizyona çıkacak kuruluş temsilcisi, medya ve kamuoyuna karşı güvenilir insan rolünü üstlenen kişi olmaktadır. Kuruluşun organizasyona ilişkin görüşlerini açıklaması ve eleştirileri yanıtlaması için ağırlıklı olarak, ve tartışma programları gibi ciddi ve saygın olarak bilinen programlarda yer almaları gerekmektedir.

Video Film: Kar amacı gütmeyen kuruluşların çalışmalarında sıkça kullandıkları araçlardan biri de video filmlerdir. Kuruluşun genel yapı ve görünüşü, amaçların ve yeni çalışmaların tanıtımı konularında gerçekleştirilen video filmleri etkili olmaktadır.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar video filmlerini gerçekleştirdikleri eğitim vb. amaçlı projelerde de sıkça kullanabilmektedirler.

ORGANİZASYON FAALİYETLERİ

Sergiler: Kuruluşun ürün ve hizmetlerini ya da belirli bir konuda ki düşüncelerini çarpıcı, akılda kalıcı teknikler kullanarak anlatması amacıyla düzenlenen organizasyonlardan biridir. Beğenilen ve ilgi gören sergiler, kuruluşun imajını olumlu yönde etkiler.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar da alanlarına giren konulara ilişkin görüş ve düşüncelerini , faaliyetlerini tanıtmak açısından sergileri kullanabilirler.

Sergilerin düzenlenmesinde belirli noktalara dikkat edilmelidir. (Kazancı, 1996, sf.266)

- Öncelikle sergi, anlatılmak istenen kolayca anlatılmalıdır.

- Görüntüler olabildiğince açık olmalıdır.

- Görüntülerin verilmesinde mantıksal bir sıra izlenmelidir.

- Sergi, resimler- çizimler ayrıca tamamlayıcı nitelikteki maket ve panolarla desteklenmelidir.

- Sergiyi izleyenlerin eleştiri ve önerilerini alabilmek için mutlaka izleyicilerin düşünceleri yazılı ve sözlü olarak alınmalıdır. İster gezici ister sürekli olsun serginin sürekli izlenmesi ve elde edilen bilgilerin kuruluşun belleğine aktarılması gereklidir.

1999 yılında, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu

İstanbul İl Müdürlüğü'ne bağlı Huzur Evlerinde kalan yaşlıların tüm yaşamlarına ait fotoğraflarından oluşan belgesel nitelikli gezici sergi, uzunca bir süre kendinden söz ettirmiş ve Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu adına olumlu bir imaj geliştirilmesini bir ölçüde sağlamıştır.

Yüzyüze ve Telefonla Görüşme: Yüzyüze ve telefonla görüşme, iki yönlü iletişimdir. Anlaşma sağlamak daha çabuk ve kolaydır. Hedef kitleyi oluşturan insanların, kuruluş hakkındaki düşünce ve isteklerini daha çabuk ve doğru algılamasını sağlayabilen bir yöntemdir. Karşıdaki kişilere güven ve rahatlık vermeye özen gösterilmelidir.

Telefon görüşmelerinde, nereden arandığı ve kimin aradığı mutlaka belirtilmeli ve konuşma uzatılmamalıdır. Telefonla görüşmede iletişimin başarısı, görüşmecinin anlatım yeteneğine bağlıdır. Etkin bir görüşme, amacın iyi saptanması, planlama ve yönlendirme gerektirir. Görüşme fazla uzatılmamalı ve denetim yitirilmemelidir.

Bu tür görüşmeler, geniş bir kitleye ulaşma açısından oldukça sınırlıdır. Ancak kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından düşünüldüğünde hedef kitlesine ulaşmada (üyeler,gönüllüler, yönetim kurulu vb.) etkili bir yol olabilir.

Seminerler: Genellikle birkaç oturum devam eden, çeşitli konuların bilimsel bir eksen üzerinde tartışıldığı toplantılardır. Birden fazla konuşmacı, hazırladıkları bildirileri sunarak, ele alınan konuları çeşitli yönleriyle incelerler. (Seçim ve Ark., 1998, sf142)

Bu tür toplantılar bilimsel bir nitelik taşıdığından, dinleyicileri sınırlıdır. Ancak sorulara, tartışmalara ve eleştirilere olanak sağladığı için konunun etkin bir şekilde değerlendirilmesine imkan verir. (Gürgen, 1994, sf. 92)

Medya yanında, üniversitelerin ve diğer bilim kurumlarının da ilgisini çekeceğinden, düzenleyenlere olumlu bir imaj kazandırır.

Kadın kuruluşları ve özellikle Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerin oldukça sık kullandıkları organizasyon faaliyetlerinden biridir. Kadın kuruluşlarının amacını ve seminerin konusunu idrak ederek çevresindekileri etkileyebilecek, bilinç düzeyi yüksek insanlar ve özellikle kadınların toplantıya katılımı çok önemlidir.

Seminerler, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde organize edilebilir.

Konferanslar: Belirli bir konuda uzmanlaşmış kişilerin bilgi

ve deneyimlerini başkalarına aktarmaları amacıyla düzenlenir. Seminerlerden daha geniş bir dinleyici kitlesine hitab eder. Söylenenler gerçekten ilginç ve yeni ise, medyanın da ilgisini çekerek, haber olarak medyada yer alabilir.

Medya böylece hem seminer ve koneranstaki bilgilendirmeden yararlanır hem de yanlış bilgilendirmeden dolayı oluşmuş yanlış anlama ve eleştirilerini düzeltme olanağı bulur.

Konferanstan da seminerler gibi yararlanmak mümkündür.

İNTERNET

Dünya halkla ilişkiler endüstrisinin önemli bir bölümü, bugün iletişim teknolojileri alanında uzmanlaşmaktadır. Hızla gelişen iletişim teknolojisinin bir ürünü olan internet sunduğu çeşitli imkanlarla etkin bir halkla ilişkiler aracı konumuna gelmiştir. (Kadıbeşegil, 1998, sf. 120) Bir halkla ilişkiler aracı olarak internet, “etkileşimli” olarak iletişim kurmak olanağı sağladığı için kar amacı gütmeyen kuruluşların da kullanabileceği etkin bir araç durumundadır.

Kuruluşların kendilerine ait ‘home page’ leri yapılabilir. Bu sayfaları ilgilenen herkes inceleyip bilgi sahibi olabildiği gibi, basın mensupları için özel bölümler de hazırlanabilir. Böylelikle basın mensupları günün istedikleri saatinde istedikleri bilgilere ulaşabilirler. Home page’ler de yer verilecek elektronik posta olanağı ile kuruluş sayfasını ziyaret edenlerin, kuruluşun hizmetleri ile ilgili olarak neler düşündüklerini öğrenmek mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda, kar amacı gütmeyen kuruluşların da kullanması gereken bir iletişim ortamı durumundadır. Home page’leri belirli zaman aralıkları ile güncelleştirme olanağı bulunduğundan sürekli taze bilgiyi ve dökümanı sunma olanağı vardır. (Kadıbeşegil, 1998, sf 121)

Medya İle İlişkilerde Önemli Noktalar

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından bakıldığında medya önemli bir hedef kitle durumundadır.

- Medya, organizasyon hakkında, diğer hedef kitlelerin bilgi almalarında çok etkilidir.

- Medya, kuruluşun olay ya da organizasyonu kendi açısından anlatması için önemli bir araçtır.

Bir kuruluşun kendi adını koruması, herhangi bir olay ya da kriz durumunda medya ile olan ilişkilerini ne kadar sağlıklı

yürüttüğüne bağlıdır. Eğer kuruluş, medyada oluşturduğu görünümde, oluşturduğu problemleri sorumluluk içinde çözmeye çalışıyorsa medyanın reaksiyonu olumlu olacaktır.

Medya ile kurulan ilişkilerde, her zaman gerçeği söylemeli, bilgi eksiği ve boşluğu bırakmamalı, yeni gelen bilgilerin değerlendirilip cevap için gerekli mekanizmalar yerleştirilmeli, kuruluş haber için önemli bir kaynak haline gelmelidir. Mümkün olduğunca tüm röportajlar birebir ve direkt yapılmalı, eğer anlatacak çok olumlu şeyler yoksa basın toplantısı yapmaktan kaçınılmalıdır. Unutulmaması gereken, medyanın kuruluşun düşmanı değil, kendi mesajlarının halka aktarılabilmesi için bir araç olduğudur.

1.1.7.2.6. BÜTÇE

Her halkla ilişkiler çalışmasında olduğu gibi, kar amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler çalışmalarında da, önemli bir nokta bütçenin belirlenmesidir. Burada önemli olan, bütçe belirlenirken olabildiğince gerçekçi rakamların kullanılmasıdır. Kriz durumlarında meydana gelebilecek sürpriz etkiler ve olağanüstü durumlarda hesap edilmelidir. Bütçe hazırlanırken iyi düşünülmeli ve gereksiz harcamalardan kaçınılmalıdır. Minimum para ile kar amacı gütmeyen bir kuruluşun halkla ilişkiler çalışmaları gerçekleştirilmelidir.

Bir kuruluşun halkla ilişkiler faaliyetleri bir takım masrafları da beraberinde getirir. Bu masraflar (Seçim e Ark., 1994, sf. 90)

- Maaş ve ücretler
- Genel giderler.
- Amortisman giderleri.
- Ağırlama, konaklama ve ulaşım giderleri.
- Basım ve yayım giderleri.
- Kurumsal reklam ve sponsorluk giderleri.
- Kırtasiye, posta ve telefon giderleri.
- Araştırma giderleri.
- Olağanüstü giderler.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar için de bu giderler hemen hemen aynıdır. Önemli noktalardan biri, kuruluşun bu giderleri mümkün olduğunca gönüllüler, bağışta bulunanlar ve sponsorlarca karşılanmasının sağlanmasıdır.

1.1.7.3. UYGULAMA

Halkla ilişkiler uygulamaları planlanan faaliyetlerin yaşama geçirilmesi ile ilgili çalışmaları kapsar. Uygulama olarak tanımlanan tüm işler daha önce da belirtildiği gibi iletişime dayalıdır. Planlama çalışmaları sırasında belirlenen iletişim araçlarını ve ortamlarını kuruluş amaçları doğrultusunda düzenlemek ve kullanılabilir kılmak, hazırlanan mesajların yine bu araç ve ortamlar aracılığıyla, önceden belirlenen hedef kitlelere ulaştırılması, yapılacak faaliyetlerin uygulamasıdır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 106)

Planlanan seminer, konferans, sergi gibi organizasyonların gerçekleştirilmesi, gazete ve dergiler için kurumsal ilanların hazırlanması, basın bültenlerinin medyaya dağıtılması broşür, kitap vb. yayınların hazırlanıp dağıtılması vb. faaliyetleri kapsar.

Eskişehir Çevre Koruma Vakfı'nın yürüttüğü, 'Eskişehir'i yeşillendirme ve güzelleştirme' kampanyası, kar amacı gütmeyen kuruluşlarda halkla ilişkiler uygulamalarını değerlendirmek açısından yararlı olacaktır. (Seçim ve Ark., 1997, sf.117)

Kampanyada öncelikle amaçlanan faaliyetler için bir fon oluşturulması yoluna gidilmiştir. Anadolu Üniversitesi ve bazı ressamlar tarafından hediye edilen yedi bin yeni yıl kartı, beş bin ağaç sertifikası, derneklerin hazırladığı bez torbalar, beş bin adet çevre konulu bayram kartlarının satışı ile sağlanmıştır.

Oluşturulan bu fonla alınan ağaç fidanları, Büyükşehir Belediyesi ile işbirliği içinde şehrin bütün caddelerine dikilmiştir. Bu kampanyada öncelikle kadın dernekleri, Belediye, Üniversite ve Valiliğin ortak çalışması dikkate değerdir. Dikilen fidan sayısının oniki bine ulaşması, kampanyanın başarılı olmasının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

1.1.7.4. SONUÇLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Halkla ilişkiler amaçları doğrultusunda planlanan faaliyetlerin uygulanmasından sonra, bu dönem içerisinde alınan sonuçların değerlendirilmesi gerekir. Bu tüm halkla ilişkiler çalışmalarında olduğu gibi kar amacı gütmeyen kuruluşların halkla ilişkiler çalışmaları için de geçerlidir. Bu değerlendirme sonuçları, uygulanmış olan kampanyanın başarı derecesinin saptanmasına yardımcı olur. Kampanyada meydana gelen aksilikler, iletişim kanalları ve araçları, mesajlardaki yanlışlıklar ayrıntılarıyla incelenmelidir. Bu daha sonraki çalışmalar için de örnek teşkil

edecektir. (Onal, 1997, sf. 58) Sonuçların değerlendirilmesi hedef kitlelere ulaştırılan mesajlara gösterilen geri beslemenin (feedback) ölçülmesini sağlar. Bilgisayarlarla büyük ölçüde kolaylaştırılan değerlendirme işlemi, sonuçların yorumlanması için uzmanların titizlikle çalışmasını gerektirir. (Asna, 1997, sf. 245) Bu yorumlama için belirli değerlendirme ölçütleri gereklidir.

Değerlemeyi, halkla ilişkilerde planlama aşamasında belirlenmiş hedeflere göre uygulamada elde edilen sonuçların ölçülmesi şeklinde tanımlamak mümkündür. (Seçim ve Coşkun, 1994, sf. 102)

Bu tanımdan hareketle gerçekleştirilen faaliyetlerin (kar amacı gütmeyen kuruluşlarda halkla ilişkiler uygulamaları dahil) değerlendirilmesi için gerekli unsurlar şunlardır:

-Önceden belirlenmiş bir amacın varlığı.

-Günlük faaliyetleri ölçmek için bir araç.

-Günlük faaliyetleri önceden belirlenmiş kriterlerle karşılaştırma.

-Daha önceden belirlenmiş hedeflere göre, uygulamada ortaya çıkan sapmaları düzeltmek için bir araçtır. (Seçim ve Ark., 1998, sf. 127)

Değerlendirme yapılırken cevaplandırılması gereken sorular şunlardır:

- Halkla ilişkiler faaliyeti ya da programı gerektiği gibi planlanmış mıdır?

- Hedef kitleler gönderilen mesajları algılamışlar mıdır?

- Takip edilen strateji daha etkin olarak nasıl kullanılabilir?

- En önemli hedef kitlelere ulaşılmış mıdır?

- Örgütsel amaçlara ulaşılmış mıdır?

- Kampanyanın başarısını etkileyen beklenmedik faktörler nelerdir?

- Faaliyetler öngörülen bütçe içerisinde gerçekleşmiş midir?

- Daha etkin sonuç elde etmek için neler yapılabilir? (Seçim ve Ark., 1998, sf. 128)

Değerlendirmenin yapılması sırasında gerçekleştirilen ölçümler şunlardır: (Seçim ve Ark., 1998, sf. 128-130)

-Üretkenliğin Ölçümü: Kampanya dönemini kapsayan süre içerisinde kar amacı gütmeyen kuruluşun konusu ile ilgili kaç tane basın bülteni, broşür, fotoğraf, slayt, video film gibi yazılı ve

görsel materyal hazırlanmış ya da kurumsal özelliklere göre ne tür organizasyonlar gerçekleştirilmiştir. Bu tür bir değerlendirme halkla ilişkiler çalışanlarının üretkenliklerinin ölçümünü amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, faaliyetlerin kalitesinden çok sayısal değerlendirilmesine önem verdiği için yeterli bir ölçüt olarak kabul edilmemektedir. Önemli olan etkinliklerin sayısı değil, hedef kitlede amaçlanan etkiyi uyandırıp uyandırmadığıdır.

Üniversiteye bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin bulunduğu ilde düzenlediği 'Aile Planlaması' kampanyasının kabulü ve yaygınlaştırılmasına yönelik düzenlediği halkla ilişkiler faaliyetlerinin sayısından çok bu kampanyaya katılanların sayısı, halkla ilişkiler çalışmasının başarısını değerlendirmede bir ölçüttür.

- **Haber Dağıtımının Ölçümü:** Haber dağıtımının ölçümünde duyurumla ilgili olarak hazırlanan materyallerin, halkla ilişkiler çalışması sırasında basın kuruluşları da dahil olmak üzere kaç kişi veya kuruma gönderildiğinin tespit edilmesidir. Bu tür ölçüm haber dağıtımının etkinliğini belirlemede yararlıdır. Ancak bunların gönderilen kişi ve kurumlarca okunurluğu açısından fikir vermemektedir. Yukarıda örnek olarak verilen kampanya ile ilgili olarak, hazırlanan basın bültenlerinin bu konu ile ilgili kaç basın kuruluşuna, günlük gazete ve dergilere gönderildiğinin hesaplanması bu türden bir ölçümdür.

- **Haber Dağılımının Ölçümü:** Haber dağılımının ölçümü, kar amacı gütmeyen bir kuruluşun halkla ilişkiler uygulamaları süresince basım- yayım organlarının takip edilerek yayımlanan haberlerin derlenmesi şeklindedir. Bu derleme basılı medya için kúpür dereme, görsel- işitsel medya için bantlarla arşivleme yapma suretiyle gerçekleşir.

- **Yayımlanan Haberlerin Doğruluğunun Ölçümü:** Bu ölçüm, kar amacı gütmeyen kuruluşun halkla ilişkiler uygulamaları sırasında, kuruluşla ilgili olarak medyada yer alan haberlerin doğru olarak yayınlanıp yayınlanmadığını, okuyucu/ izleyici tarafından doğru olarak algılanıp algılanmadığını saptamak amacıyla yapılmaktadır. Bu ise kurumsal amaçlara ne derece ulaşıldığını gösteren bir unsur olmaktadır.

- **Önce ve Sonra Araştırması:** Bu metod, yapılan çalışmaların ölçümünde oldukça etkilidir. Bu araştırma, halkla

ilişkiler programı o yörede uygulanmadan ve uygulandıktan sonra o yöre insanlarına kuruluş hakkında ne düşündüklerini sormaktan ibarettir. (Onal, 1997, sf. 60) Herhangi bir konuda halkla ilişkiler çalışması planlayan kar amacı gütmeyen bir kuruluşun, halkla ilişkiler uygulamaları yapılmadan önce ve yapıldıktan sonra kendileri ile ilgili düşünceleri öğrenmesi, hem halkla ilişkiler çalışmalarının etkinliğini ölçmeye, hem de kuruluşun nasıl algılandığını belirlemeye yarar. Bu araştırma için anket ve gözlem teknikleri uygulanmaktadır.

Halkla ilişkiler programının başarısı, hedef kitlelerin ve başlangıçtaki köklü araştırmalara dayanan iletişim etkinliklerinin dikkatlice seçilmesine bağlıdır. Kar amacı gütmeyen bir kuruluşun kendi alanına giren karmaşık ve daha bilimsel bir konuyu iletirken, verilen mesajların değişik kitlelerin özel gereksinimlerine cevap verecek şekilde düzenlenmesidir. Karmaşık, bilimsel ya da mali konuların halkın anlayacağı bir şekilde basitleştirilmesi önemlidir.

Medya ile ilişkilerde açıklık, kuruluş yöneticilerine ve belirlenen sözcülere ulaşmada kolaylık, konunun kuruluş lehine haberlere yansıtılmasını sağlamaktadır. Bu ise kuruluşun, kendisine yöneltmiş iddialarla mücadele edebileceği bir medya platformunun oluşmasını sağlar.

1.1.8. KAR AMACI GÜTMİYEN KURULUŞLAR OLARAK KADIN KURULUŞLARI VE HALKLA İLİŞKİLER

Türkiye’de varlığı bilinen ve tartışılan kadın sorunlarının gündem maddesi haline getirilmesi uygun halkla ilişkiler programları ile mümkün olabilecektir.

Türkiye’de kadın hakları ve kadın- eşitliği adına kısıtlayıcı koşullar söz konusu olduğundan, kadın hareketleri de, kadının Türkiye gündemindeki yeri de yeterince yükselememektedir. Kadın sorununu gündem maddesi haline getirme gerekliliği ortadadır. Bu ise, bireysel sorun ve istemleri toplu istemlere dönüştürecek örgütlenmelere gitmek, bu kuruluşlar aracılığı ile önce kamuoyunda, sonra siyasal alanda kadın sorunlarını öne çıkarmakla mümkün olabilecektir.

Düşünen, üreten kadınlar ve kadın hareketleri kadar, yalnız siyasal yaşamda değil çeşitli kuruluşların karar verme organlarında yer alan her kadına büyük görevler düşmektedir. Onlar kadın olma bilinci ve duyarlılığını öne çıkardıklarında önce kendi yaşamlarında ve buldukları kuruluşlarda bir kadın politikasının oluşmasına ve sonra da tüm toplumdaki kadın- erkek eşitliği çabalarına katkıda bulunmuş olacaklardır. (Koray, M., TODAİE yay.

1990, sf. 80)

Türkiye'deki kadının koşulları, eğitim ve bilinç düzeyi, toplumsal değerler gibi birçok olumsuz koşulun varlığı ve kadın hareketlerinin sınırlı bir kapsam ve etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Bu durumda kadını, kadın hakları ve kadın-erkek eşitliği adına kamuoyunda ve siyasal alanda gündem konusu yapmak hem gerekli, hem de kaçınılmazdır.

Her kurumdaki ve her düzeydeki kadına, her çizgideki kadın hareketine bu konuda büyük görevler düşmektedir. Kadınlar, her tür karar organında temsil edilme hakkını elde etmek durumundadır.

Kadın haklarını savunma ve sorunlarını çözme amacını taşıyan kuruluşların başlıca hedef kitlesi kadınlar ve diğer ilgili kuruluş ve kişilerdir. Kadın hareketi, kadınların bir birey ve insan olarak sorunlarına sahip çıkmasını vurgular. Amaçlarına ulaşmak için kadınların eğitilmesini ve durumlarının iyileştirilmesini başlıca araç olarak görmek durumunda olan bu kuruluşların, hizmet ve araştırmalarını tüm yurda yayması ve duyurması, kamuoyunun inanç ve desteğini kazanabilmesi bir gerekliliktir. (Asna, 1969, sf.77)

Arkalarında inanç ve kitle olan kadın kuruluşları, savundukları hakları daha kolay elde edebilir, kadın sorunlarını daha kolay çözebilir. Güçlü bir şekilde kamu kuruluşlarının, yasama ve yürütme organlarının karşısına çıkacak kadın kuruluşları, amaçlarını ve sorunlarını daha kolay anlatabilir, istedikleri sonuçları daha kolay ve ivedilikle alabilirler.

Kadın kuruluşlarının ilk hedefleri, ülkedeki kadınları eğitmek ve sonra onların desteğini kazanmaktır. Bunu gerçekleştirebilmek için kamuoyu oluşturmak durumundadır. Kamuoyu oluşturmak, kadınları bilinçlendirmek ve toplum gündemine gelmelerini sağlamak kadar, organizasyona maddi destek sağlamak için de gerekli koşuldur. Bu kuruluşlar mümkün olduğunca çok kadının desteğini arkalarına alabilirlerse ilgili kuruluşlarla ilişkiye geçebilirler ve yaptırımları da o ölçüde fazla olabilir. Kadınların desteğine sahip olmadıkça kadın kuruluşlarının etkili olabilmeleri kolay değildir ve bu destek uyanık ve eğitilmiş kadınlardan geldiği sürece bir anlam taşır. (Asna, 1969, sf 77)

Kadın hareketlerinin tarih içindeki gelişimine bakıldığında, kadın hakları açısından büyük kazanımların elde edildiği görülür. Elde edilen tüm kazanımlar sonsuz mücadelelerin sonucudur.

1900'lü yıllarda gelişme göstererek bilimsel temellerini oluşturmuş olan halkla ilişkilerin doğru ve etkili kullanıldığında bu mücadeleyi olumlu etkileyeceği, elde edilen kazanımlarda payının

büyük olacağı ortadadır.

Halkla ilişkiler çalışmaları, kadın kuruluşlarında, yönetimin sosyal felsefesi olarak görülür ve bu felsefe politik kararlara dönüştürülürse çalışmaların planlı bir şekilde uygulanması daha kolay olacaktır.

Kadın Kuruluşlarının, Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Amacı,

- Kadın sorunlarına çözümler üretebilmek, kadın- erkek eşitliğini sağlamak vb. edindiği misyonun kamuoyunda kabulünü kazanmak.
- Hizmet vermeyi planladıkları tüm birimlerle (kadınlar, genel anlamda halk, yasama ve yürütme organları, örgüt çalışanları, destekleyenler, diğer kadın örgütleri, kitle iletişim araçları gibi) iletişim sağlamak.
- Düzenli bir gelir elde etmek ve devamlılığını sağlamak.
- Amaçlarına ulaşmayı sağlayacak kamu politikasının, gerekli yasa değişikliklerinin, toplumsal değişmelerin oluşturulmasını ve geliştirilmesini desteklemek.
- Amaçları uğruna kendileriyle birlikte çalışacak olan kişi ve kuruluşların verimli çalışmalarını sağlamak için, onların bilgilennemelerini ve motive olmalarını sağlamaktır.

Bütün bu amaçların gerçekleştirilebilmesi, halkla ilişkiler planlaması ile mümkün olabilir. Kuruluş bir çalışmayı planlarken, bu çalışma ile ilgili sorunu belirleyip durum analizi yaptıktan sonra, uygun faaliyet ve iletişim programını belirlemeli daha sonra bunları uygulamalıdır. Her sorun ya da projede hedef kitle ve kullanılacak kitle iletişim araçları farklı farklıdır.

Kitle iletişim araçları iyi belirlenip, medyanın kadın kuruluşlarının yanında yer alması, çalışmaların sadece küçük bir toplum kesiminden çok toplumun büyük bir bölümündeki kadınlara ulaşmasını sağlar. Böylece hem bu kadınların hizmetlerden yararlanması sağlanacak, hem de harekete bilinçli destek vermeleri mümkün olabilecektir.

Kadın kuruluşlarının, kamu kurum ve kuruluşları ile iyi bir iletişim ve işbirliği içinde olmaları, kadınları ilgilendiren konularda belli yasaların çıkarılması, varolanların değiştirilerek günün koşullarına uyarlanması, etkili halkla ilişkiler çalışmaları ile daha kısa zamanda gerçekleşebilir.

1.1.8.1. ÜNİVERSİTELERE BAĞLI KADIN SORUNLARI ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZLERİ VE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI

Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri'nin genel olarak amacı, yurt içinde ve yurtdışında kadın sorunları ile ilgili bilimsel araştırmalar ve projeler yapmak ve eğitime yönelik faaliyetlerde bulunmak şeklinde tanımlanabilir.

Merkezler, yapılanmalarını yönetmelik, tüzük veya yönergelerle oluşturmuşlardır. Merkez statüsünü belirledikleri bu oluşumlarla, amaçlarını, amaçlara ulaşmayı sağlayan faaliyetlerini, Merkezin organlarını ve bu organların görevlerini, gelir kaynaklarını hükme bağlamışlardır.

Ülkemizde ilk defa 4 Ekim 1989 tarihinde kurulan İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, diğer üniversitelerde Kadın Araştırmaları Merkezleri'nin kurulmasına örnek oluşturmuştur. Merkezin kurucusu ve müdürü Prof. Dr. Necla Arat'ın başkanlığında Türkiye'de ilk kez 1990-1991 öğretim yılında disiplinlerarası bir bilim dalı olarak eğitime başlayan Kadın Araştırmaları Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Programı yürütülmektedir. Geçen on yıl içerisinde on üniversitede daha Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri kurulmuştur.

Merkezlerin amaçlarına uygun faaliyetleri,

- Yurt içinde e yurt dışında kadın sorunlarıyla ilgili her konuda araştırma, inceleme, proje yapmak ve yaptırmak, bu gibi çalışmalara katılmak ve desteklemek.
- Atatürk ilke ve derimleri ile kazanılmış hakları ve kadınların çağdaş toplum bireyi olmasını temel alarak, kadın sorunları konusunda ulusal ve uluslararası düzeyde kurslar, seminerler, konferanslar, kongreler, sempozyumlar ve benzeri faaliyetler düzenlemek.
- Lisansüstü ve doktora öğrencilerinin Merkezin konusu ile ilgili eğitim ve öğretimlerine yardımcı olmak, öğrencilerin bu konulara yönelmelerini özendirmek, toplumsal sorunların çözümünde katkısı olacak uygulamalı çalışmalara olanak sağlamak.
- Amaçlar doğrultusunda yayınlar yapmak e yaptırmak.
- Kadın sorunları ve araştırmaları konusunda kitaplık ve arşiv oluşturmak.
- İşbirliği yapılan bilim alanlarında, kamu kurum ve kuruluşlarının çalışmalarına katkıda bulunmak; danışmanlık yapmak, veri sağlamak.
- Yurt dışındaki benzer Merkezlerle işbirliği yapmak ve bu amaçla

bilimsel toplantılar düzenlemek, öğrenci ve öğretim üyesi alışverişinde bulunmak.

- Kadın sorunları ve eğitim konusunda, diğer akademik kurumlar, ilgili bakanlıklar, gönüllü kuruluşlar ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği yapmak.

- Kadın sorunları konusunda kamuoyunun oluşmasına yardımcı olmak. Her türlü araçtan yararlanarak toplumda 'Kadın'a ilişkin yerleşmiş yanlış bilgi ve kanıları silmeye, düzeltmeye çalışmak.

- Bağışları kabul etmek.

- Sosyal yardımlar sağlamaktır. (İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Tüzüğü ve Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yönetmeliği incelenmiştir.)

Görüldüğü gibi Merkezlerin faaliyet programında kadın sorunları konusunda kamuoyu oluşmasına yardımcı olunacağı belirtilmiştir. Yine İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Tüzüğü'nde, "her türlü araçtan yararlanılarak toplumda kadına ilişkin yerleşmiş yanlış bilgi ve kanıları silmeye ve düzeltmeye çalışmak" ibaresi bulunmaktadır.

İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, kuruluşundan bu yana on yıllık bir dönemde çalışmalarını geniş bir yelpazede diğer kadın kuruluşlarıyla işbirliği içerisinde sürdürmüştür.

Gerçekleştirilen yüksek lisans düzeyindeki araştırmalarla kadın sorunu tüm yönleriyle ortaya konulmaya çalışılmış, çözümüne yönelik çeşitli projeler ve etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Bu etkinlikler, medya ile kurulan işbirliği sayesinde kamuoyuna yansıtılmıştır.

Çeşitli konferanslar, paneller, uluslararası kuruluşların da katıldığı sempozyumlar düzenlenmiştir. Merkez'in kurucusu ve müdürü Prof. Dr. Necla Arat tarafından yayına hazırlanan kitaplar, konuyla ilgili alan ve kişiler için başvuru niteliğindedir. Konferanslar dizisinin ve sempozyumlarda sunulan bildirilerin derlenerek kitap halinde bastırılmış olması, Kadın Araştırmaları alanında var olan bilgi birikiminin giderek gelişmesine yardımcı olmuştur. (Moroğlu, 1999, sf. 37) Ayrıca Kadın Araştırmaları Dergisi yıllık), Merkezin tanıtımı için Türkçe ve İngilizce broşür merkezin rutin yayınları arasındadır. Her yapılan etkinliğin, afiş, poster, sticker vb.lerle tanıtımı yapılmıştır.

"Ailede Demokrasi- Toplumda Demokrasi", "Eşit Hak Eşit Katılım" "Anne Baba Oyunu Kullan Geleceğim Aydınlik Olsun" gibi mesajların verildiği stickerler diğer kadın kuruluşlarının desteği ile

dağıtılmış ve toplumun geniş kesimlerine ulaştırılmıştır. (Moroğlu,1999, sf. 38)

Kadınların kalkınma sürecine katılımını sağlamak amacıyla yürütülen eğitim ve uygulama projeleri, anket çalışmaları ile belirlenerek planlanmıştır.

1990-1993 yılları arasında yoğun bir şekilde sürdürülen Kadın Lobisi Çalışmalarına her meslekten kadınlar çağrılarak, kadın sorunlarına duyarlığın artırılmasına çalışılmıştır.

“İstanbul Kadın Kuruluşları Birliği ile işbirliği içerisinde “imza” ve “yardım” kampanyaları, yürüyüş, miting vb. geniş katımlı etkinlikler organize edilmiştir.

Çeşitli tarihlerde “kadınlar”ı konu alan fotoğraf sergileri düzenlenmiştir. 1993 yılından beri Merkez, TÜYAP İstanbul Kitap Fuarına stand açarak katılmaktadır. Merkez, çalışmaları nedeniyle muhtelif defalarda onur ödülleri aldığı gibi, Merkez’in organize ettiği ve Başarılı Kadınları ödüllendirmeye yönelik ‘ödü Törenleri’ düzenlenmiştir.

Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri, kuruluş amaçlarına uygun eğitim ve uygulama projelerini, Halkla İlişkiler Kampanya Planlaması ile destekleyerek yürütürlerse, projelerin amaçlarına ulaşmasını sağladıkları gibi Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar olarak Merkezlerin kamuoyunda kabulünü de sağlamış olacaktırlar. İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, kuruluşuyla diğer Merkezlerin kurulmasına öncülük etmiştir. Uygulamalarının da diğer Merkezlere öncülük etmesi, ‘Kadın Sorununun’ Türkiye gündemine yerleşmesi ve siyasal- toplumsal yapıda değişikliklerin hızla gerçekleşmesini sağlayacaktır.

Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri’nin Halkla İlişkiler Uygulamaları araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Kadın hakları ve kadın sorunları konusunda çalışmalar yapan, çözüm üretmeye çalışan araştırma ve uygulama merkezlerinin belirledikleri hedef kitlelerine yönelik Halkla İlişkiler çalışmaları yapmaları gereklidir. Bu doğrultuda Üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin olup olmadığı, varsa bu faaliyetlerin neler olduğunun incelenmesi araştırmanın genel amacını oluşturmaktadır.

Bu genel amaç çerçevesinde, üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin kamuoyu oluşturma, tanıma ve tanıtma adına yaptıkları çalışmalar, aşağıdaki araştırma soruları ile incelenmiştir.

1. Araştırma merkezleri, halkla ilişkiler etkinliklerini bir yönetim işlevi olarak planlayıp , politik kararlara dönüştürme, tanıma ve tanıtma faaliyetlerini yürütebilecekleri bir bütçe oluşturma konusunda çaba harcıyorlar mı?
2. Araştırma merkezleri, siyasaları, kural ve eylemlerinin hedef kitle üzerindeki etkilerini değerlendiriyorlar mı?
3. Araştırma merkezleri, hedef kitleleri ile aralarında iki yönlü iletişim kurma , sürdürme ve bunun için gerekli iletişim araçlarını seçme konusunda çaba harcıyorlar mı?

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Araştırma, kadın sorunları konusunda araştırma ve uygulama yapan üniversitelere bağlı merkez veya birimlerin kendilerini ve uygulamalarını tanıtıcı herhangi bir çalışma yapıp yapmadıklarının saptanması, bu konuda istek ve projeleri olup olmadığı hakkında bir izlenim elde edilmesi, yoksa bu konuda teşvik edici olması açısından önemlidir.

Kadın sorunları konusunda araştırma ve uygulamalar yapan merkez veya birimlerle ilgili herhangi bir araştırmaya rastlanmamış olması, araştırma sonuçlarının karşılaştırılmasına olanak vermemektedir. Araştırma, sonuçlarının, bundan sonra bu konuda yapılacak araştırmaların değerlendirilmesinde dikkate alınacağı düşüncesiyle bir öneme sahiptir.

1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

- Kadın sorunları konusunda araştırma ve uygulama yapan merkez veya birimler halkla ilişkiler uygulamaları konusunda sorun yaşamaktadır.

- Araştırmada veri toplama aracı olarak hazırlanan anket adı geçen merkez veya birimlerin halkla ilişkiler çalışmalarının olup olmadığı, varsa bu faaliyetlerin neler olduğunu ölçmede yeterlidir.

-Anketin uygulandığı merkez veya birimlerin sorulara doğru cevap verdiği varsayılmıştır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

- Araştırma onbir ildeki kadın sorunları ile ilgili araştırma ve uygulamalar yapan merkez veya birimlerle sınırlandırılmıştır.

- Toplanan verilerin güvenilirliği veri toplama araçlarının özellikleri ile sınırlandırılmıştır.

- Araştırmanın uygulanması ve araştırma raporunun yazımı Ekim 1998- Ocak 2000 tarihleri ile sınırlıdır.

- Sözü edilen onbir kurumdan elde edilen verilere dayanan bulgular, bu zaman dilimi ile sınırlıdır.

- Araştırmanın bulguları ancak, uygulamanın yapıldığı tarihler içinde uygulama kapsamına alınan kurumlara genelleştirilebilir.

1.6. TANIMLAR

Halkla İlişkiler: Bir örgüt le onun sosyal çevresi arasındaki karşılıklı yarara dayanan ilişkileri kuran ve sürdüren bir yönetim işlevidir. (Cutlip, Center, Broom, 1985, sf. 8)

2. YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırma, genel tarama modellerinden “Tekil Tarama” modeline dayalıdır. Bilindiği gibi tekil tarama modeli, Değişkenlerin, tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının saptanması amacıyla yapılan araştırma modelidir. (Karasar, 1984, sf. 82-83) Bu tür bir yaklaşımda, ilgilenilen olay, madde, birey, grup, kurum, konu vb. birim ve duruma ait değişkenler, ayrı ayrı betimlenmeye çalışılır.

Bu araştırmada da bağımsız değişkenler olan, Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin halkla ilişkiler faaliyetleri ayrı ayrı betimlenmeye çalışılmıştır. Araştırma evreninin onbir merkezden oluşması nedeniyle “İlişkisel Tarama” modeli kullanılamamıştır.

2.2. EVREN

Araştırmanın evrenini, Ankara Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Çankaya Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi’nde bulunan Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri ile Orta Doğu teknik Üniversitesi Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı ve Marmara Üniversitesi Kadın İşgücü ve İstihdamı Araştırma ve Uygulama Merkezi oluşturmaktadır. Kadın Sorunları Araştırma Merkezi Bulunan tüm üniversitelere ulaşılmıştır.

2.3. VERİLER VE TOPLANMASI

Araştırmanın amacına yönelik olarak verilerin toplanması için “Anket Formu” kullanılmıştır.

Bu formda, üniversitelere bağlı kadın sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin halkla ilişkiler çalışmaları yapıp yapmadıkları, yapıyorlarsa bunların neler olduğunu belirlemeye yönelik 22 soru bulunmaktadır.

Araştırma verileri, ölçme teknikleri kullanılarak bir aylık bir sürede toplanmıştır. Öncelikle Araştırma ve Uygulama Merkezleri’nin telefon numaraları elde edilerek, Merkez Yöneticileri ile telefonla görüşülerek, Araştırmanın amacı ve kapsamı kısaca belirtilerek, yardımları istendi. Bazı merkezlere posta ile bazı merkezlere ise fax yolu ile ulaştırıldı. Gönderilen zarflarda, adres ve telefon numaralarının da bulunduğu kimlik sayfası, araştırmanın amacını belirten ön bilgi sayfası ve anket formu bulunmaktaydı.

2.4. VERİLERİN ÇÖZÜMÜ VE YORUMLANMASI

Anket formları araştırmacının eline ulaştırıldıktan sonra, açık uçlu soruların dökümü yapılarak, uygun seçenekler altında sınıflandırılmıştır. Daha sonra tüm veriler, kodlama yönergesi ışığında, araştırmacı tarafından elde çözümlenmiştir. Tablolarda merkez sayısı 'n' ile ifade edilmiştir.

Araştırma merkezlerinin, halkla ilişkiler çalışmalarının olup olmadığı, varsa ne gibi çalışmalar yaptıkları, oluşturulan basit tablolarda açıklanmış, frekans dağılımı ve yüzde hesaplamaları yapılmıştır.

2.5. SÜRE VE OLANAKLAR

Araştırma Ekim 1998'de başlayıp Ocak 2000'de sona ermiştir. Araştırmada elde edilen veriler teknik araç kullanılmadan değerlendirilmiştir.

Araştırmanın tüm maliyeti araştırmacı tarafından karşılanmıştır.

2. BULGULAR VE YORUM

Tablo 1. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Merkez Yönetiminin Temel İşlevleri Arasında Olup Olmamasına Göre Dağılımı

Halkla ilişkiler faa. Merkezin temel işlevi olması	n	%
Evet	5	45.45
Hayır	6	54.55
Toplam	11	100

Halkla ilişkiler faaliyetleri % 54.55 gibi bir oranla merkezin yönetiminin temel işlevleri arasındayken, merkezlerin % 45.45'i bu soruya olumsuz yanıt vermiştir.

Tablo 2. Merkezlerin Kurulma Aşamasında Hedef Kitlelerini Belirleme Çalışmaları Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımları

Hedef kitle belirleme çalışmaları yapma	n	%
Evet	9	90
Hayır	1	10
Toplam	10	100

Merkezlerin 9'u merkez kurulduğunda üniversite içinde ve dışında hedef kitlelerini belirleme çalışmaları yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu ise % 90 gibi bir orandır. Bu soruya bir merkez olumsuz yanıt vermiştir. (% 10) Merkezlerden biri ise 'Anabilim Dalı Yüksek Yisans Programı' olduğundan

bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır.

Tablo 3. Merkezlerin Uluslararası Kadın Kuruluşları Tarafından Bilinip Bilinmediklerine Göre Dağılımı

Uluslararası kadın kuruluşları tarafından tanınma	n	%
Evet	6	54.55
Hayır	5	45.45
Toplam	14	100

Merkezlerin % 54.55'i uluslararası kadın kuruluşları tarafından bilinmektedir. % 45.45'i ise uluslararası kadın kuruluşları tarafından bilinmediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4. Uluslararası Kadın Kuruluşları Tarafından Bilinmeyen Merkezlerin Bu Konuda Yaptıkları Çalışmalara Göre Dağılımı

Merkezlerin uluslararası kuruluşlara yönelik çalışmaları	n	%
İnternet'te web sayfası hazırlama çalışmaları	1	20
Bazı kuruluşlarla temasa geçme	1	20
Henüz bir çalışma yapılmamaktadır	3	60
Toplam	5	100

Uluslararası kadın kuruluşları tarafından bilinmediğini belirten 5 Merkeze bu konuda ne gibi çalışmalar yaptıkları sorulduğunda, merkezlerden 1'i (% 20) internet'te web sayfası hazırlama çalışmalarını

başlattıklarını; Merkezlerden 1'i (% 20) bazı kuruluşlarla temasa geçtiklerini ve bir yabancı heyetin merkezi ziyaret edeceğini belirtmiş; üç Merkez (% 60) ise henüz hiçbir çalışma başlatmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5. Merkezlerin Yeni Bir Çalışma Başlatırken Hedef Kitlelerini Belirlemeye Yönelik Çalışma Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımı

Hedef kitle belirleme çalışmaları yapma	n	%
Evet	11	100
Hayır	--	--
Toplam	11	100

Tüm merkezler yeni bir çalışma başlatırken hedef kitlelerini belirlemeye yönelik çalışmalar yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6. Merkezlerin Yapılan Halkla İlişkiler Çalışmalarının Amacına Ulaşım Ulaşmadığını Değerlendirmeye Yönelik Çalışmalar Yapıp Yapmadıklarına Göre Dağılımı

Halkla ilişkiler çalışmalarını değerlendirme	n	%
Evet	1	9.09
Hayır	10	90.91
Toplam	11	100

Merkezlerin % 90.91'i yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının amacına ulaşım ulaşmadığını değerlendirmeye yönelik araştırmalar yapmadıklarını

belirtmişlerdir. Bunun nedeni merkezlerin, yaptıkları tanıtım çalışmalarını 'Halkla İlişkiler çalışması' adı altında değerlendirmeyişleri olabilir.

Tablo 7. Merkezlerin Değerlendirme Araştırmalarını Ne Sıklıkta Yaptıklarına Göre Dağılımları

Araştırmaları ne sıklıkta yaptıkları	n	%
Gereken sıklıkta	1	100
Toplam	1	100

Halkla ilişkiler çalışmalarını değerlendirme araştırmaları yaptığını belirten bir merkez, bu araştırmaları ne sıklıkta yaptıkları sorulduğunda gereken sıklıkta yanıtını vermiş, herhangi bir süre belirtmemiştir.

Tablo 8. Merkezlerin Değerlendirme Araştırmalarını Yayınlayıp Yayınlamadıklarına Göre Dağılımları

Değerlendirme sonuçlarını yayınlama	n	%
Evet	1	100
Hayır	-	-
Toplam	1	100

Halkla ilişkiler çalışmalarının amacına ulaşmış ve ulaşmadığını değerlendirme araştırmaları yaptıklarını belirten bir merkez sonuçlarını

da yayınladıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 9. Merkezlerin Çalışmalar Sonunda Hedef Kitlelerinden Geri Bildirim Almak İçin Çaba Harcayıp Harcamadıklarına Göre Dağılımları

Geri bildirim alma çalışmaları yapma	n	%
Evet	6	54.55
Hayır	5	45.45
Toplam	11	100

Merkezlerin % 45.45'i hedef kitlelerinden geri bildirim (feed- back) almaya yönelik çalışmalar yapmadıklarını belirtmişlerdir. % 54.55 gibi bir oran ise geri bildirim alma yönünde çaba harcamaktadır.

Tablo 10. Merkezlerin Hedef Kitlelerinden Geri Bildirim Almak Amacıyla Yaptıkları Çalışmalara Göre Dağılımları

Yapılan çalışmalar	n	%
Değerlendirme Toplantıları	3	50
Proje Değerlendirme	1	16.67
Anket Çalışmaları	2	33.33
Toplam	6	100

Geri bildirim alma yönünde çaba harcadıklarını belirten altı merkeze, bu konuda ne gibi çalışmalar yaptıkları sorulduğunda; bu merkezlerin % 50'sinin değerlendirme toplantıları yaptıkları, % 16.67'sinin projeleri değerlendirdikleri, % 33.33'ünün anket çalışmaları

düzenledikleri belirlenmiştir. Merkezlerin % 90.91'inin hedef kitleden geri bildirim almanın en iyi yolu olan halkla ilişkiler faaliyetlerini değerlendirme araştırmaları yapmadıklarını belirtmelerine rağmen, Merkezlerin yarısından fazlasının hedef kitlelerinden geri bildirim almaya yönelik çaba harcadıklarını belirtmeleri dikkate değerdir.

Tablo 11. Merkezlerin Uygun Sözlü İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına Göre Dağılımları

Kullanılan sözlü ilet. Araçları	Yüzyüze görüşme		Panel		Konferans		Seminer		Telefon	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Evet	9	81.82	7	63.64	8	72.72	2	18.18	1	9.09
Hayır	2	18.18	4	36.36	3	27.28	9	81.82	10	90.91
Toplam	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

Merkezlerin % 81.82'si uygun sözlü iletişim araçlarından yüzyüze görüşmeyi, % 63.64'ü panelleri, % 72.72'si konferansları, % 18.18'i seminer düzenlemeyi, % 9.09'u da telefon görüşmelerini kullandıklarını belirttiler.

Tablo 12. Merkezlerin Uygun Basılı İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına Göre Dağılımları

Kullanılan basılı ilet. araçları	gazete		Dergi		Broşür		Bülten		Mektup		Kitap	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Evet	6	54.55	3	27.28	3	27.28	3	27.28	2	18.18	1	9.09
Hayır	5	45.45	8	72.72	8	72.72	8	72.72	9	81.82	10	90.91
Toplam	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

Merkezlerin, % 54.55'i uygun basılı iletişim araçlarından gazeteyi, % 27.28'i broşür, % 27.28'i bülten, % 18.18'i mektup, % 9.09'u kitap kullanmaktadır.

Tablo 13. Merkezlerin Uygun Görsel İşitsel İletişim Araçlarından Hangilerini Kullandıklarına göre Dağılımları

görsel işitsel ilet araçları	Radyo prog.		TV Prog		İnternet		Video Kaset	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Evet	3	27.28	6	54.55	4	36.36	1	9.09
Hayır	8	72.72	5	45.45	7	63.64	10	90.91
Toplam	11	100	11	100	11	100	11	100

Merkezlerin, % 27.28' i uygun görsel işitsel iletişim araçlarından, radyo programlarını, % 54.55'i televizyon programlarını, % 36.36'sı İnterneti (web sayfası), % 9.09'u da video kasetlerini kullandıklarını

belirttiler. Görsel işitsel iletişim araçları kullanımının sözlü ve basılı iletişim araçlarına oranla daha az kullanıldığı gözlenmektedir.

Tablo 14. Merkezlerin Yeni Projeler Planladıklarında Hedef Kitleye Tanıtımı Konusunda Üniversite Yönetiminden Maddi Destek Sağlayıp Sağlamadıklarına Göre Dağılımları

Maddi destek sağlama	n	%
Evet	5	45.45
Hayır	6	54.55
Toplam	11	100

Merkezlerin % 45.45'i yeni projeler planladıklarında hedef kitleye tanıtımı konusunda bağlı oldukları Üniversitelerden maddi destek sağlayabildiklerini belirtmişlerdir. % 54.55'i ise maddi destek sağlayamamaktadır.

Tablo 15. Merkezlerin Yeni Projeler Planladıklarında Hedef Kitleye Tanıtımı Konusunda Teknik Destek Sağlayıp Sağlamadıklarına Göre Dağılımları

teknik destek sağlama	n	%
Evet	8	72.72
Hayır	3	27.28
Toplam	11	100

Merkezlerin % 72.72'sinin yeni projelerin hedef kitleye tanıtımı konusunda, bağlı buldukları üniversitelerden teknik (donanım) destek sağlayabildikleri gözlenmiştir. Parasal destek sağlayabilenlerin oranı % 45.45 iken, teknik destek konusunda bu oran yükselmiştir. Üniversite yönetiminden teknik destek sağlayamayanların oranı ise % 27.28'dir.

Tablo 16. Merkezlerin Yeni Bir Proje Başlattıklarında Üniversite Yönetiminden Maddi ve Teknik Destek Sağlayıp Sağlamadıklarına Göre Dağılımları

	Evet		Hayır		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Maddi destek sağlama	5	45.45	6	54.55	11	100
Teknik destek sağlama	8	72.72	3	27.28	11	100

Görüldüğü gibi, merkezlerin % 72.72'si üniversite yönetiminden teknik destek sağlayabildiklerini belirtirken, merkezlerin ancak % 45.45'i üniversite yönetiminden maddi destek sağlayabilmektedir.

Tablo 17. Merkezlerin Projelerini Destekleyecek Sponsor Bulup Bulamadıklarına Göre Dağılımları

Sponsor bulabilme	n	%
Evet	8	72.72
Hayır	3	27.28
Toplam	11	100

Merkezlerin % 72.72'si, projelerini destekleyebilecek sponsorlar bulabildiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 18. Merkezlerin Yeni Projeler Geliştirme ve Uygulama Konusunda Gerekli Personeli Temin Edip Edememelerine Göre Dağılımları

Uygun personel temini	n	%
Evet	3	27.28
Hayır	8	72.72
Toplam	11	100

Merkezlerin % 72.72 'si yeni projeler başlatıp bunları uygulamaya koyma konusunda gerekli personeli temin edemediklerini belirtmişlerdir. Gerekli personeli temin edebilenlerin oranı ise % 27.28'dir.

**Tablo 19. Merkezlerin Başlattıkları Çalışmaların Sürekliliği
Konusunda Çaba Harcayıp Harcamadıklarına Göre Dağılımları**

Çalışmaların sürekliliğine çaba harcama	n	%
Evet	11	100
Hayır	–	–
Toplam	11	100

Merkezlerin tümü (% 100), Başlattıkları çalışmaların sürekliliği konusunda çaba harcadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 20. Merkezlerin İşlevlerine Uygun Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Göre Dağılımları

Merkezlerin Uygun Halkla İlişkiler Faaliyetlerin	Evet		Hayır		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Panel, konferans,sempozyum, seminer vb. sözlü İlet. araçları	7	63.64	4	36.36	11	100
Basılı iletişim araçları	2	18.18	9	81.82	11	100
Görsel işitsel İlet. araçları	2	18.18	9	81.82	11	100
Sivil Toplum Örgütleri ile işbirliği	3	27.28	8	72.72	11	100
Eğitimli Personelin toplumla görüşmelerle hedef kitleye ulaşması	2	18.18	9	81.82	11	100
Kamuoyu önderlerini tespit etme ve birlikte çalışma	3	27.28	8	72.72	11	100
Eğitici, bilgilendirici, bilgi almaya yönelik Toplantılar	3	27.28	8	72.72	11	100
Kadını üretime katmaya yönelik Halk Eğitim çalışmaları planlama	2	18.18	9	81.82	11	100
Kadının kadına düşmanlığı ile mücadele	1	9.09	10	90.91	11	100
Kadın Sığınma Evlerinin kurulması ve bilimsel olarak desteklenmesi	2	18.18	9	81.82	11	100

Merkezlerin % 63.64'ü sözlü iletişim araçları kullanmak; % 18.18'i basılı iletişim araçlarını kullanmak; % 18.18'i görsel işitsel iletişim araçlarını kullanmak; % 27.28'i kamuoyu önderlerini tespit ve birlikte çalışmak; % 27.28' eğitici, bilgilendirici ve bilgi almaya yönelik toplantılar yapmak; % 18.18' kadını üretime katmaya yönelik halkla ilişkiler çalışmaları planlamak; % 9.09'u kadının kadına düşmanlığı ile mücadele etmek; % 18.18'i kadın sığınma evlerinin kurulması ve bilimsel olarak desteklenmesi yanıtını vermiştir.

Ancak, tek tek değerlendirildiklerinde bu oranların çok düşük oldukları gözlenmektedir. En yüksek orana sahip (% 63.64) sözlü iletişim araçları, diğerlerine oranla daha küçük bir kitleye hitab edebilmektedir.

Kaldı ki, gelen yanıtlara bakıldığında kimisi başlı başına halkla ilişkiler çalışması başlatmayı gerektirecek konular iken, kimisi de bu

çalışmaları yürütürken kullanılacak kitle iletişim araçlarıdır.

Tablo 21. Merkezlerin Yayınlarının Olup Olmadıklarına Göre Dağılımları

Merkezlerin yayınlarının olması	n	%
Evet	6	54.55
Hayır	5	45.45
Toplam	11	100

Merkezlerin % 45.45'i henüz yayınlarının olmadığını belirtmişlerdir. % 54.55'inin ise yayınları vardır. Bu yayınlar daha çok merkez broşürleri, tezler, bilimsel makaleler ve kitaplardır.

İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezinin ise Kadın Araştırmaları Dergisi (periyodik), çok sayıda kitabı ve merkezde yapılan yüksek lisans tezleri bulunmaktadır.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

3.1. SONUÇ

- Merkezlerin ancak yarısına yakın bir kısmında, halkla ilişkiler çalışmaları merkez yönetiminin temel işlevleri arasındadır.

Bu da göstermektedir ki, merkezlerin geriye kalan kısmı, başka bir deyişle % 45.45'i halkla ilişkiler faaliyetlerini bir yönetim işlevi olarak planlayıp, politik kararlara dönüştürememektedir.

- Merkezlerin büyük bir çoğunluğu, merkez kurulduğunda üniversite içinde ve dışında hedef kitle belirleme çalışmaları yaptıklarını belirtmişlerdir. Hedef kitlelerini belirlemediğini belirten bir merkez olmuştur. Bu ise düşündürücüdür.

- Yine merkezlerin tümü Türkiye'deki sivil toplum örgütleri ile işbirliği içinde çalıştıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin ancak yarıya yakın kısmı uluslararası kadın kuruluşları tarafından bilinmektedir.

- Uluslararası kadın kuruluşları tarafından tanınmadığını belirten merkezlerin büyük bir çoğunluğu henüz bu konuda herhangi bir çalışma başlatmadıklarını belirtmişlerdir. Bazıları, internette web sayfası hazırlayacaklarını, bazıları ise bazı kuruluşlarla temasa geçtiklerini ve Merkez'in yabancı bir heyet tarafından ziyaret edileceğini belirtmişlerdir.

- Tüm merkezler yeni bir çalışma planladıklarında hedef kitlelerini belirleme çalışmaları yapmaktadırlar.

- Merkezlerin çok büyük bir çoğunluğu yaptıkları halkla ilişkiler çalışmalarının amacına ulaşp ulaşmadığını değerlendirme amaçlı araştırmalar yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bunun nedeni, halkla ilişkiler çalışmalarının yönetim işlevi olarak planlanmayıp, sistemli bir şekilde politik kararlara dönüştürülerek uygulanmayışından kaynaklanıyor olabilir.

- Değerlendirme araştırması yaptığını belirten merkeze, bu araştırmaları ne sıklıkta yaptığı sorulduğunda, gereken sıklıkta gibi yuvarlak bir cevap vermeyi tercih etmiştir.

- çok küçük bir oran değerlendirme araştırmalarının sonuçlarını yayınladıklarını belirtmiştir. Ancak değerlendirme araştırmaları yapmadıklarını belirten bir merkezin, bu araştırmaları yayınladıklarını belirtmesi de dikkate değer bir sonuçtur.

- Merkezlerin yarıya yakın kısmı, çalışmalar sonunda hedef kitlelerinden geri bildirim alma çalışmaları yaptıklarını belirtmişlerdir. Merkezlerin çok büyük bir çoğunluğu değerlendirme araştırmaları yapmadıklarını belirtmişken böyle bir oranın geri bildirim alma yönünde çaba harcamış olması dikkate değerdir. Çünkü halkla ilişkiler çalışmalarında geri bildirim alma en iyi yolu değerlendirme

araştırmaları yapmaktır.

- Geri bildirim alma çalışmaları yapan merkezlerin yarısı değerlendirme toplantıları yaptıklarını, bir kısmı proje değerlendirme çalışmaları yaptıklarını, yine bir kısmı ise anket çalışmaları yaptıklarını belirtmişlerdir.

Halkla ilişkiler çalışmalarını değerlendirme araştırmaları yapıp yapmadıkları sorusuna olumsuz yanıt veren merkezlerin bu tür değerlendirmeler yapıyor olmalarından, bu çalışmaları genel anlamda bir projeyi değerlendirmek için yaptıkları, halkla ilişkiler çalışması olarak dūřünmedikleri ortaya çıkmaktadır.

- Merkezlerin tümü kurulma amaçlarını oluşturan kadınlara yönelik yeni çalışmalar planladıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin büyük bir çoğunluğu planladıkları çalışmalarını, hedef kitlelerine tanıtma yönünde halkla ilişkiler çalışmalarını hızlandırdıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin büyük bir çoęunluęu uygun sözlü iletiřim araçlarından yüzyüze görüřme, panel ve konferansları kullanmaktadırlar. Dūřük bir oran seminer düzenlerken, telefon görüřmeleri yapan merkezlerin oranı da çok dūřüktür.

- Basılı iletişim araçlarını kullanmaya gelince oranlar oldukça dūřmüřtür. Merkezlerin yarıya yakın bir kısmı ancak basılı iletişim araçlarından gazeteyi kullandıklarını belirtmişlerdir. Bülten, broşur, mektup gibi araçları kullananların oranı gazeteye oranla daha dūřüktür.

- Merkezlerin yarıya yakın bir kısmı görsel işitsel iletişim araçlarından televizyonu kullanmaktadır. Televizyon hem göze hem kulağa hitap etmesi açısından hedef kitleye ulaşabilmede çok kolay bir yöntemdir. Radyonun kullanılma oranının dūřük olmasının nedeni, büyük kitlelere ulaşma açısından ne denli büyük bir imkana sahip olduğunun kavranamayışından olabilir.

- Merkezlerin büyük bir çoğunluğu yeni projeler planladıklarında bunların hedef kitleye tanıtımı konusunda, üniversite yönetiminden maddi destek sağlayamadıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin büyük bir çoğunluğu, yeni projelerin hedef kitleye tanıtımı konusunda üniversite yönetiminden teknik (donanım) destek sağlayabildiklerini belirtmişlerdir.

- Merkezlerin çoğunluğu sponsor bulabildiklerini belirtirken, azımsanmayacak bir bölümü ise bulamadıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin tümü çalışmalarının sürekliliği konusunda çaba harcadıklarını belirtmişlerdir.

- Merkezlerin, işlevlerine uygun halkla ilişkiler faaliyeti olarak, çoğunlukta başta sözlü iletişim araçları olmak üzere iletişim araçlarını kullanmak olarak belirttikleri görülmüştür. Ancak, kitle iletişim araçları, planlanmış halkla ilişkiler çalışmalarını uygularken kullanılan araçlardır.

Merkezlerin çok az bir bölümü 'daha büyük bir kitleye ulaşmak', 'kadının kadına düşmanlığı ile mücadele etmek' gibi halkla ilişkiler çalışması yapmayı gerektiren konuları belirtmişlerdir. Yine merkezlerin bazıları ise merkezin halkla ilişkiler faaliyetleri yerine, merkez çalışmalarını konu etmişlerdir.

3.2. ÖNERİLER

1- Halkla ilişkiler bir örgütün yönetimince planlanıp desteklenmelidir. Örgüt yönetiminin sosyal felsefesi olmalı ve bu felsefeden hareketle politik kararlara dönüştürülmelidir. Halkla ilişkiler çalışmaları bir plan/program kapsamında yürütülebildikleri oranda başarı kazanabilirler.

Araştırmada elde edilen bulgular, üniversitelere bağlı Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri'nin yarıya yakın bir kısmının, halkla ilişkiler çalışmalarını yönetimin temel işlevleri arasında görmedikleri yönündedir.

Halkla ilişkiler çalışmaları yönetimin temel işlevi olarak planlandığı sürece daha başarılı çalışmalar yürütülebilir. Merkezlerin kuruluş amaçlarının, bir başka deyişle kadınlara yönelik projelerinin daha etkili ve kapsamlı yürütülmesi ancak bu yolla sağlanabilir.

2- Halkla ilişkiler çalışmalarında adı, kimliği, eğilimleri, toplumsal kesit içindeki yerleri belirlenebilmiş kitleler var olduğu sürece başarı sağlanabilir.

Araştırma ve Uygulama Merkezleri ve Kadınlara yönelik çalışmalar yapan tüm örgütler, hedef kitlelerini çok iyi belirleyip onları tanıyabildikleri sürece yararlı hizmetler götürebilirler, istek ve beklentilerini karşılayabilirler.

Bulgular, Merkezlerin çoğunluğunun kuruluş aşamasında hedef kitle belirleme çalışmaları yaptıklarını göstermektedir. Bu çalışmaların uzman kişilerce ve sistemli bir şekilde yürütülmesi iyi sonuçlar verecektir.

3- Globalleşen dünya düzeninde sorunların sadece ulusal düzeyde ele alınarak çözümler üretilmeye çalışılması, başarıyı sınırlayıcı bir durumdur.

Bulgular, Merkezlerin yarıya yakın kısmının uluslararası kadın kuruluşları tarafından tanınmadığını göstermektedir.

Uluslararası çalışmalar, sözleşmeler, etkinlikler ancak karşılıklı etkileşimlerle söz konusu olabilir. Uluslararası kadın kuruluşları ile iletişim ve işbirliği ivedilikle gerçekleştirilmesi gereken bir konudur.

4- Halkla ilişkiler özünde iletişimin yattığı bir olgudur. Bu iletişim iki

yönlü olduğu sürece halkla ilişkiler için bir anlamı vardır. Eğer bir halkla ilişkiler çalışması uygulanmışsa, elde edilen çalışmaları değerlendirme çalışmaları da mutlaka yapılmalıdır. Bunun en iyi yolu ise araştırmalardır. Bulgular, Merkezlerin çok büyük bir bölümünün yapılan çalışmaları değerlendirmeye yönelik araştırmalar yapmadıklarını göstermektedir. Değerlendirme, uygulanmış olan çalışmanın başarı derecesinin saptanmasında yardımcı olur. Uygulamada çıkan aksaklıkların, iletişim araçları ve mesajlardaki yanlışlıkların incelenmesi sağlanır. Daha sonraki çalışmaları planlarken göz önünde bulundurmak açısından da yardımcı olur.

Merkezlerin, genelde halkla ilişkiler çalışmalarını bir yönetim işlevi olarak planlayıp, politik kararlara dönüştüremeyişleri ve sistemli bir biçimde, uygun personelle uygulayamayışlarından kaynaklanmaktadır. Merkezlerin tüm bunları gerçekleştirerek, yapacakları çalışmaları planlayıp, uygulamaları değerlendirmeleri, çalışmaların başarı yüzdesini büyük oranda artıracaktır.

5- Halkla ilişkiler bir iletişim sürecidir. Halkla ilişkilerde kullanılan araçların tümü görüntü yaratma ve kanaat değiştirme amacına yöneliktir. Araçlar, halkla ilişkiler mesajlarını hedef kitleye taşırlar. hedef kitlenin yararına olabilecek en iyi projeler bile uygun kitle iletişim araçları ile hedef kitlelere duyurulmadığı sürece başarılı olamazlar.

Bulgular, Merkezlerin çoğunlukla sözlü iletişim araçlarını kullandıklarını göstermektedir. Sözlü iletişim araçlarının mesajı hedef kitleye ulaştırmada olumlu sonuçlar verdiği bilinen bir gerçektir. Ancak, basılı iletişim araçları ve görsel -işitsel araçlarla karşılaştırıldıklarında daha az bir kitleye hitab edebilmektedir. Basılı iletişim araçları kitle iletişim araçları içerisinde en etkili olanlarından biridir. Basınla kurulacak iyi ilişkiler, Merkez çalışmalarının hedef kitleye duyurumunu kolaylaştıracak ve projelerin daha kapsamlı düşünülerek büyük kitleleri hedef almaları mümkün olabilecektir.

Radyo, görsel işitsel iletişim araçları arasında önemli bir yere sahiptir. Merkezlerin ulaşmaya çalıştıkları hedef kitlelerin büyük bir bölümünü okur yazarlığı bile olmayan kırsal kesim kadınları oluşturmaktadır. Bu kitlelere ulaşmada radyonun çok etkili olacağı kesindir. Merkezlerin çalışmalarının radyoda haber olarak yayınlanması, duyuruların spot halinde geçmesi ya da yayınlanacak röportajlar hedef kitleye duyurumu kolaylaştıracığından çalışmaların başarıya ulaşmasını olumlu yönde etkileyebilecektir.

Kitle iletişim araçları arasında insanın gözü ve kulağına hitap edebilen tek kitle iletişim aracı televizyondur. Herhangi bir olayın ya da çalışmanın televizyonda yayınlanması ise önemli bir olaydır. Televizyonda yayınlanan değişik program türleri iyi bilinerek, halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılabilirse etkili sonuçlar doğurabilir. Merkezlerin

çalışmaları her zaman ulusal televizyonlara konu olamayabilir. Ancak yerel televizyon kanalları ile iyi bir iletişim kurulabilirse, çalışmaların duyurumunda çok etkili olacak ve çalışmaların başarısını olumlu yönde etkileyecektir.

6- Halkla ilişkiler çalışmalarının gerçekleştirilmesi kadar, doğru çalışmaların yapılması da önemlidir. Her kuruluş değişik biçim ve uygulamalarla toplumun değişik kesimleriyle sürekli ilişki içindedir. Bu onların her zaman halkla ilişkiler faaliyetleri içinde bulunduğu anlamına gelmez.

Bulgular, Merkezlerin halkla ilişkiler çalışmalarını sistemli ve çok da bilinçli bir şekilde yürütmediklerini göstermiştir. Her kurumda bir halkla ilişkiler departmanının bulunması ya da halkla ilişkiler uzmanının çalışıyor olması beklenemez. Ancak bu konuda uzman kişilerin yardımına başvurulması mümkündür. Merkezler de, üniversitelerde bulunan Halkla İlişkiler Müdürlüğü/ Birimi'nin yardımına başvurabilirler. Ayrıca, Halkla İlişkiler Uzmanlarının gönüllü çalışmaları da sağlanabilir. Böylece sistemli çabalarla etkili halkla ilişkiler çalışmaları yapmak mümkün olabilecektir.

ANKET FORMU

Ben, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Sanatları Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Öğrencisi olarak; Kadın Hareketlerinin Halkla İlişkileri üzerine bir araştırma yapmaktayım.

Araştırmamın temel amacı, Üniversitelerdeki Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler çalışmalarının olup olmadığı, varsa bunların neler olduğunun belirlenmesidir.

Kurumunuzun adı ve aldığım bilgiler tamamıyla araştırmamda kullanılmak amacıyla. Verdiğiniz bilgiler isim altında değerlendirilmeyecek ve tümüyle gizli tutulacaktır.

Bu konuyu anlayışla karşılayacağınıza ve sorularıma içten yanıtlar vereceğinize inanıyorum, yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Ayşe KIZILTAŞ

Lütfen size uygun cevabı daire içine alınız.

1- Merkez adı:

2- Merkezin bağlı olduğu Üniversite adı:

3- Halkla İlişkiler Faaliyetleri Merkez yönetiminin temel işlevleri arasında mıdır?

- a) Evet
- b) Hayır

4- Merkez kurulduğunda Üniversite içinde ve dışında hedef kitlenizi (merkez çalışmalarına yardımı ve katkısı olacak, çalışmalarınızdan etkilenmesi beklenen) belirleme çalışmalarınızı yaptınız mı?

- a) Evet
- b) Hayır

5- Merkeziniz Uluslararası Kadın Kuruluşları tarafından biliniyor mu?

- a) Evet
- b) Hayır

6- (5. soruya yanıtınız hayır ise) Merkezinizi yurtdışındaki kadın kuruluşlarına

tanıtmak amacıyla ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

.....

7- Yeni bir çalışma başlatırken bu çalışmada etkili olacak hedef kitlenizi belirleme ve tanımaya yönelik araştırmaları yapıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

8- Yapılan Halkla İlişkiler çalışmalarının amacına ulaşp ulaşmadığını değerlendirme amaçlı araştırmalar yapıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

9- (8. Soruya yanıtınız evet ise) Bu araştırmaları ne sıklıkla yapıyorsunuz?

.....

10- Değerlendirme sonuçlarını yayınlıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

11- Uyguladığınız çalışmalar sonunda hedef kitlenizden geri bildirim (feed- back) alabilmek için çaba harcıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

12- (11. soruya yanıtınız evet ise) ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

.....

13- Hedef kitleniz ile aranızda iki yönlü iletişim kurma ve bunu sürekli kılma konusunda uygun Sözlü iletişim araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz? (Yüzyüze görüşme, panel, konferans vb.)

.....

14- Hedef kitleniz ile aranızda iletişim kurma ve bunu sürekli kılma konusunda uygun basılı iletişim araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz? (Broşür, bülten, mektup, gazete, dergi vb)

.....

15- Hedef kitleniz ile aranızda iletişim kurma ve sürdürme konusunda uygun görsel-ışitsel iletişim araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz? (radyo programları, TV programları, kasetler, internet vb.)

.....

16- Merkez olarak yeni projeler planladığınızda, bunların hedef kitleye tanıtımı konusunda üniversite yönetiminden maddi destek sağlayabiliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

17- Merkez olarak yeni projeler planladığınızda, bunların hedef kitleye tanıtımı konusunda üniversite yönetiminden teknik (donanım) destek sağlayabiliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

18- Projelerinizi destekleyebilecek sponsor bulabiliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

19- Yeni projeler geliştirme ve bunları uygulama konusunda gerekli personeli temin edebiliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

20- Başlattığınız çalışmaların srekliğiği konusunda çaba harcıyor musunuz?

- a) evet
- b) Hayır

21- Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin işlevine uygun halkla ilişkiler faaliyetleri neler olabilir , belirtiniz.

.....

.....

.....

22- Merkez olarak yayınlarınız nelerdir, belirtiniz.

.....

.....

.....

Açık uçlu sorular için arka boşluk kullanılabilir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Alkan, Türker. **Kadın Erkek Eşitsizliği Sorunu**. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 475, 1981.
- Altındal, Meral. **Osmanlı'da Kadın**. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1994.
- Altındal, Tunç. **Türkiye'de Kadın**. Beşinci Basım. İstanbul: Anahtar Kitaplar, 1991.
- Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu. **Yıllık**. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1991.
- Arat, Necla. **Kadın Sorunu**. İkinci basım. İstanbul: Say Yayınları, 1986.
- Arat, Necla. **Feminizmin ABC'si**. Birinci Basım. İstanbul: Simavi Yayınları, 1991.
- Arsel, İlhan. **Şeriat ve Kadın**. İstanbul: Kaynak Yayınları, 1997.
- Asna, Alaeddin. **Halkla İlişkiler**. TODAİE Yayınları, Ankara: Sevinç Matbaası, 1969.
- Asna, Alaeddin. **Public Relations (Temel Bilgiler)**. Birinci Basım. İstanbul: Der Yayınevi, 1993.
- Asna, Alaeddin. **Halkla İlişkiler**. Birinci Basım. İstanbul: Sabah Yayınları Türkiye'den, 1997.
- Baskin, O.W. ve Aranoff, C.E. **Public Relations**. The Profession and the Practice (3). Dubuque, IA: William C. Brown, 1992.
- Bebel, August. **Kadın ve Sosyalizm**. Ankara: Toplum Yayınları, 1975.
- Bendason, Ney. **Kadın Hakları**. Çeviren: Şirin Tekeli. İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.

- Budak, Gönül. , Budak, Gülay. **Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım.** İzmir: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1995.
- Caporal, Bernard. **Kemalizm'de ve Kemalizm Sonrasında Türk Kadını.** Çev: Ercan Eyüboğlu. Birinci Baskı. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1982.
- Crable, R.E. ve Vibbert, S. L. **Public Relations as Communication Management.** Edina, MN: Bellweather Press, 1986.
- Cutlip, Scott., Center, Allen H. ve Broom Glen M. **Effective Public Relations** (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice- Hall, 1994.
- Çaha, Ömer. **Sivil Kadın.** İngilizce'den çeviren: Ertan Özensel. Konya: Vadi Yayınları, 1996.
- Çakır, Serpil. **Osmanlı Kadın Hareketi.** İstanbul: Metis Yayınları, 1996.
- Kur'an-ı Hakim ve Meal-i Kerim. Çeviren: Hasan Basri Çantay. İstanbul: 1957.
- Darga, Muhibbe. **Eski Anadolu'da Kadın.** Birinci Basım. İstanbul: Edebiyat Fakültesi Yayınları , 1976.
- Donovan, Josephine. **Feminist Teori.** Çeviren: Aksu Bora ve arkadaşları. Birinci Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 1997.
- Ediz, Zerrin. **Kadınların Tarihine Giriş.** İstanbul: Adım Yayıncılık, 1995.
- Engels, Friedrich. **Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni.** Çev: Kenan Somer. Ankara: Sol Yayınları, 1971.
- Ertekin, Yücel. **Halkla İlişkiler.** Ankara: TODAİE Yayını No: 215, 1986.
- Geçtan, Engin. **Psikodinamik Psikiyatri ve Normal Dışı Davranışlar.** Onuncu Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1994.
- Gökalp, Ziya. **Türkçülüğün Esasları.** Hazırlayan: Prof Dr. Mehmet Kaplan. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları No: 692, 1990.

- Göksel, Ahmet Bülent. **Halkla İlişkiler**. İzmir: Bilgehan Basımevi, 1988.
- Gürgen, Haluk. **Örgütlerde İletişim Kalitesi**. İstanbul: Der Yayınları, 1997.
- Gürgen, Haluk. **Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 1994.
- Grunig, J. ve Hunt, T. **Managing Public Relations**. New York: Holt, Rinehart, 1984.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem. **İnsan ve İnsanlar**. İkinci Baskı. İstanbul: Duran Ofset Matbaacılık Sanayii A.Ş. ,1977.
- Kadıbeşegil, Salim. **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**. İzmir: Tükemat A.Ş. Yayını, 1986.
- Kadıbeşegil, Salim. **Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?** İkinci Baskı. Ankara: Media Cat Yayınları, 1998.
- Kalan, İlknur. **Kadın ve Adalet**. İstanbul: Kaynak Yayınları, 1998.
- Karalar, Rıdvan. **Halkla İlişkiler**. Eskişehir: Ant Matbaacılık ve Yayıncılık, 1996.
- Karasar, Niyazi. **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Üçüncü Baskı. Ankara: Bilim Yayınları, 1984.
- Karasar, Niyazi. **Araştırmalarda Rapor Hazırlama**. Sekizinci Basım. Ankara: Sim Matbaası, 1995.
- Kazancı, Metin. **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**. 1. Baskı. Ankara: Turhan Kitabevi, 1996.
- Kılıç, Hüseyin. **Kölelikten Derebeyliğe Tarih ve Kadın**. Birinci Basım. Ankara: Art Yayınları, 1998.
- Lesly, Philip. **Lesly's Public Relation Handbook**. Contributors, Richard A. Armstrong. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice- Hall, 1983.
- Maviş, Fermani. **Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)**. Eskişehir: Anadolu

Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları No: 66, 1986.

Michel, Andree. **Feminizm**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.

Mitchell, J. ve Oakley, A. **Kadın ve Eşitlik**. Çev: Fatmagül Berktaş. İstanbul: Pencere Yayınları, 1992.

Millett, Kate. **Cinsel Politika**. Çev: Seçkin Selvi. Birinci Baskı. İstanbul: Payel Yayınları, 1973.

Montaigne, Michel de. **Denemeler**. Çev: Sebahattin Eyüboğlu. İstanbul: Cem Yayınevi, 1974.

Moroğlu, Nazan. **Kadınlarımızla Birlikte On yıl**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi ve Kadın Araştırmaları Derneği, 1999.

Onal, Güngör. **Halkla İlişkiler**. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1997.

Ögel, Bahaeddin. **Türk Mitolojisi**. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1971.

Peltekoğlu, Filiz Balta. **Halkla İlişkiler Giriş**. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No: 1, 1993.

Phillips, Anne. **Demokrasinin Cinsiyeti**. Çev: Alev Türker. Birinci Basım. İstanbul: Metis Yayıncılık Ltd. Şti., 1995.

Platon. **Devlet**. Çev: S.Eyüboğlu ve M.A. Cimcoz. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1971.

Popova, Nina. **Sosyalizm Deyarında Kadın**. Çev: Murat Güneşdoğdu ve İsmail Yarkın. İstanbul: İnter Yayınları, 1999.

Ramazanoğlu, Caroline. **Feminizm ve Ezilmenin Çelişkileri**. Çev: Mefkure Bayatlı. Birinci Baskı. İstanbul: Pencere Yayınları, 1998.

Reed, Evelyn. **Kadının Evrimi Anaerkil Klandan Ataerkil Aileye Cilt I-II**. Çev: Şemsa Yeğın. Birinci Basım. İstanbul: Payel Yayınevi, 1983.

Say, Gürgün. **Siyasal Değişimde Kadın Boyutu**. İkinci Basım. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık, 1998.

- Say, Gürgün. **Görünmeyen Kırmızı Işık**. Birinci Basım. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık, 1999.
- Seçim, Hikmet ve Arkadaşları. **Halkla İlişkiler**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:483, 1998.
- Seçim, Hikmet ve Arkadaşları. **Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek olaylar**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:431, 1997.
- Seçim Hikmet., Coşkun Selma. **Halkla İlişkiler**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 1994.
- Seitel, F.P. **The Practice of Public Relations**. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall International, 1995.
- Tayanç, Füsün ve Tunç Tayanç. **Dünya'da ve Türkiye'de Tarih Boyunca Kadın**. İstanbul: Tan Kitap Yayın Ltd. Şti., 1981.
- Tekeli, Şirin. **Kadınlar ve Siyasal Toplumsal Hayat**. İstanbul: Birikim Yayınları, 1982.
- Tekeli, Şirin. **Kadınlar İçin**. İstanbul: Alan Yayıncılık, 1988.
- Tekeli, Şirin. **1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar**. İkinci Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.
- Tortop, Nuri. **Halkla İlişkiler**. Ankara: Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası, 1990.
- Türkiye'de Kadın Olmak**. Yayına Hazırlayan: Necla Arat. Birinci Basım. İstanbul: Say Dağıtım Ltd. Şti., 1994.
- Türkiye'de Kadın Olgusu**. Yayına Hazırlayan: Necla Arat. İkinci Basım. İstanbul: Say Dağıtım Ltd. Şti., 1995.
- Türköne, Mualla. **Eski Türk Toplumunun Cinsiyet Kültürü**. Birinci Basım. Ankara: Ark Yayınevi, 1995.
- Varol, Muharrem. **Halkla İlişkiler ve Siyaset**. Ankara: İmaj Yayınları, 1994.

IPRA- Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği. Halkla İlişkiler Eğitimi Öneriler Standartlar. Çev: Nur Nirven ve Ahmet Ünver. Altın Kitap Sayı7. İstanbul: Rota Yayınları, 1998

Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı. Kadın Hareketinin Kurumlaşması (Fırsatlar ve Rizikolar) Çev: Meral Akkent. Birinci Basım. İstanbul: Metis Yayınları, 1994.

Kitabı Mukaddes. Eski ve Yeni Ahit('Tevrat ve 'İncil'). İstanbul: Kitabı Mukaddes Şirketi, 1972.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. CEDAW'a Sunulan 2. ve 3. Birleştirilmiş Dönemsel Ülke Raporu. Ankara: TAKAV Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş., 1997.

Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı. Yetmişbeşinci Yılda Kadınlar ve Erkekler. İstanbul: Türkiye Ekonomik Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, 1998.

MAKALELER

Cevat Geray, "Sosyal Hizmetler Alanında Halk Katılışlarının Sağlanması ve Gönüllü Dernekler", TODAİE Dergisi, Cilt 2, Sayı 4, sf. 21.1969.

Dilek Doltaş, "Batıdaki Feminist Kuramlar ve 1980 Sonrası Türk Feminizmi", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olgusu, sf. 51, 1995.

Eser Köker, "Klasik Ütopyalarda Kadınların Yaşayış Biçimleri", Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı, sf. 333, 1991.

Feride Açar, "Türkiye'de Kadınların Yüksek Öğrenim Deneyimi", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olmak, sf.195, 1994.

Gül Aykor, "Uluslararası Düzeyde Kadın Sorunu ve Türkiye", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olmak, sf. 135, 1994.

- Günsel Koptagel-İlal, "Toplumsal Değişim İçinde Türk Kadınının Psikososyal Kimliği", Derleyen: Türkiye'e Kadın Olgusu, sf.97, 1995.
- J. Grunig ve L. Grunig, "Conceptual Differences in Public Relations and Marketing: The Case Of Health-Care Organizations", Public Relations Riview, 17(3), sf. 257-278, 1994.
- J. Everett, "Organizational Culture and Ethnoecology in Public Relations Theory and Practice", Public Relation Research Annual, V 2: 235-251. Englewood Cliffs, NJ: Lawrance Erlbaum, 1990.
- M. Ali Galip Alçitepe, "Türk Kadını ve Kadın Hakları Üzerine T.C. Akdeniz Üniversitesi Öğrencileri Arasında Düzenlenen Bir Anket Çalışması", İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi, sayı 5, sf. 13, 1999.
- Mayra Marx Ferree and Patricia Yancey Martin, "Feminist Organizations: Harvest of the New Women's Movement", Administrative Science Quarterly, Vol. 42, P. 838, December 1997.
- Meryem Koray, "Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri", TODAİE Dergisi, cit 25, Sayı 1, sf. 93. 1992.
- Meryem Koray, "Kadın Adına Gündem Oluşturmak", TODAİE Dergisi, Cilt 23, Salı 3, sf. 79. 1990.
- Necla Arat, " Kadınların İnsan Hakları", İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi, sayı 5, sf.5, 1999.
- Suna Kili, "Modernleşme ve Kadın", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olmak, sf. 9, 1999.
- Şirin Tekeli, "Bilimlerde Metodolojinin Kadın Bakış Açısından İrdelenmesi", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olgusu, sf. 29, 1995.
- Tennur Koyuncuoğlu, "Medeni Kanun ve Kadın Hakları", Derleyen : 75.

Yıldı Erkekler ve Kadınlar, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını, sf. 58, 1998.

Tuna Erdem. "Postmodern Feminizm", İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi, Sayı 2, sf. 66, 1994.

Yeşim Arat, "1980'ler Türkiye'sinde Kadın Hareketi: Liberal Kemalizm'in Radikal Uzantısı", Derleyen: Türkiye'de Kadın Olgusu, sf. 75, 1994.

Yıldız Sertel, "Meşrutiyet Devrimi ve Kadın Sorunu", İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi, Sayı 4 sf. 23. 1998.