



# düşbed

DİCLE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ  
ISSN: 1308-6219 Nisan 2020 YIL-12 Sayı 24


Araştırma Makalesi / Research Article


Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date

29.01.2020

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

28.04.2020

**Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ**   
Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü  
fgecikli@atauni.edu.tr

**Öğr. Gör. Dr. Abdullah YILDIRMAZ**   
Batman Üniversitesi, SBMY  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı  
abdullah.yildirmaz@batman.edu.tr

## STRATEJİK HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİMİ PERSPEKTİFİNDEN EYLEMCİLİK

### Öz

Son yıllarda hedef örgütlere karşı gerçekleştirilen kolektif hareketlerde büyük bir artış meydana gelmiştir. Bu durumun birçok sebebi olabilir. Fakat eylemci örgütler tarafından bakıldığında, hedef örgütler etik olmayan ve sadece kendini düşünen uygulamalarıyla kamu refahına zarar vermektedir. Hedef örgütlerin bu tip davranışları, onların dışardan kontrol edilmeleri için dağılmış durumda bulunan kamu kesiminin eylemcilik hareketleriyle bir araya gelmelerine yol açar. Hedef örgütün eylemleri ile paydaşların beklentileri arasındaki uçurum ne kadar büyükse, sorun o kadar büyür ve eylemci örgütler hedef örgüte aynı oranda baskı uygulamaya çalışırlar. Fakat buradaki ilişki, kompleks ve sürekli değişen bir ilişkidir. Stratejik halkla ilişkiler, eylemcilik hareketlerine sorun veya konu yönetimi, ilişki yönetimi gibi stratejik yaklaşımlarla karşılık vermektedir. Eylemci örgütler ise hedef örgütleri sivil itaatsizlik, gösteri, boykot, miting, dijital aktivizm gibi araçlarla baskı altına almaya çalışırlar. Bu anlamda hem hedef örgüt, hem de eylemci örgüt açısından halkla ilişkilerin önemi büyüktür. Bu çalışmanın amacı, eylemciliği inceleyerek stratejik halkla ilişkilerin her iki taraf için de önemli olduğunu vurgulamaktır.

**Anahtar Sözcükler:** Eylemcilik, Halkla İlişkiler, Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi.

## ACTIVISM FROM THE STRATEGIC PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT PERSPECTIVE

### Abstract

In recent years there has been a great increase in the collective movements against target organizations. There may be many reasons of this situation. However, from the point of view of activist organizations, target organizations harm public welfare with their unethical and self-reflective practices. The larger the gap between the actions of the target organization and the expectations of the stakeholders, the larger the problem and activist organizations try to exert pressure on the target organization at the same rate. But the relationship here is a complex and constantly changing relationship. Strategic public relations responds to activism movements through strategic approaches such as problem or subject management and relationship management. On the other hand, activist organizations try to suppress the target organizations by means of civil disobedience, demonstration, boycott, rally and digital activism. Public relations are of great importance for both the target organization and the activist organization. The purpose of this study is to examine activism and emphasize that strategic public relations are important for both parties.

**Keywords:** Activism, Public Relations, Strategic Public Relations Management.

## Giriş

Eylemcilikle ilgili kaynaklara bakıldığında, adına ister baskı grubu, ister toplumsal çıkar grubu ya da gündem grubu densin, bu gruplarla ilgili bir dizi temel varsayımlarla karşılaşırız. Bu terimlerden her biri beraberinde ince anlam farklılıkları getirir de hepsi aynı şeyi ifade eder: Bir amaç uğruna bir örgüte baskı uygulamak üzere kurulan insan toplulukları. Halkla ilişkiler uygulayıcıları temel çatışmaların çözümünde önemli rol oynayabilir. Halkla ilişkiler yaklaşımlarına bağlı olarak, dış unsurların baskısında olan örgütlerin karşı kaşıya kaldığı sorunları hafifletebilir ya da daha da alevlendirebilirler (Grunig, 2005: 528).

Çoğulculuğun giderek arttığı toplumlarda, ahlaki çatışmalar da giderek artmaktadır. Bunların barışçıl bir şekilde çözüme kavuşturulması sorumluluğu kısmen halkla ilişkiler uygulayıcılarının da omuzlarındadır. Belki örgütlerle eylemci gruplar arasında tatmin edici bir çözüm bulunamayabilir. Fakat en azından ortak bir iyilik oluşturmanın değeri büyüktür. Halkla ilişkiler, örgütlere eylemcilerle başa çıkmak için yardımda bulunur. Bu da iletişime olan ihtiyacı ve dolayısıyla halkla ilişkilerin gücünü artırır. Fakat günümüzde, örgütlerin eylemcilerden daha güçlü olduğu görüşü, son yıllarda meydana gelen eylemcilik hareketlerinin başarılarıyla beraber, geçerliliğini yitirmektedir. Nitekim eylemciler, kitle iletişim araçlarının etkin kullanımıyla birlikte kamuoyu desteğini yanlarına çekmekte başarılı olmaktadır. Bu bağlamda, eylemcilerle doğru ve dürüst iletişim kurup; onları yanlarına çekebilen örgütler varlıklarını sürdürme anlamında diğerlerine göre daha şanslıdır.

Bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılarak eylemciliğin ne olduğu boyutları ve türleri ile birlikte açıklanıp; halkla ilişkilerin simetrik bir iletişim yöntemi kullanarak, bu eylemci gruplara karşı örgütün savunma mekanizmalarını nasıl oluşturduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Ayrıca bölümde, eylemcilik hareketlerinin doğuşunda önemli rol oynayan teoriler, eylemcilikle ilgili kavramlar, eylemciliğin halkla ilişkileri nasıl kullandığı ve eylemciliğin gerek hedef örgütler, kamu kesimi ve gerekse eylemci örgütlerin kendi aralarında seslerini duyurabilmek veya dikkat çekmek için hangi iletişim araçlarından nasıl yararlandıklarına da değinilecektir.

### 1. Eylemcilik Kavramı ve Oluşum Süreci

İngilizce ‘activism’ kelimesinden dilimize eylemcilik, aktivizm veya etkinlik olarak tercüme edilen eylemcilik kavramı, toplumsal değişim ya da siyasal bir değişiklik meydana getirmek için amaçlı bir biçimde yapılan eylem olarak tanımlanabilir. Bu eylem, örgütlerin karşı karşıya geldiği durumlarda taraflardan birini desteklemek ya da muhalefet etmek şeklinde olabilir.

İnsanlar, durumlar gerektirdikçe daha fazla aktif olur. Kendi fırsatlarını artırıp; güç kazanmak için kendilerini yakın buldukları gruplara kanalize olurlar. Toplumda bu tip davranışlar meydana geldiğinde, tercih edilen iletişim şekli eylemci olarak adlandırılabilir (McCown, 2007: 52). Eylemcilik, statükoda sosyal, politik, ekonomik ve diğer bazı değişiklikler meydana getirmek amacıyla bireylerin oluşturduğu grupların uygulamaları olarak da tanımlanır (Jordan, 2002’den akt. Jahng v.d. 2014: 119).

Eylemcilik, halkla ilişkiler teorisyenleri tarafından “örgütlerin politikalarını, uygulamalarını ve eylemcilerin problemleri gördükleri durumları değiştirmek ve örgütlere baskı uygulamak amacıyla bir araya gelen insan gruplarının eylem süreci” olarak tanımlanmaktadır (Smith, 2005: 5).

Anderson (1992)’a göre eylemciler, stratejik kamulardır. Çünkü onlar, amaçlarını gerçekleştirmek için hedef örgütün kabiliyetlerini kısıtlar. Mintzberg (1983)’e göre, eylemci gruplarla başa çıkmak, düzensizlikleri ve uyguladıkları kampanyaların doğasından dolayı zordur.

1980’lerde eylemcilik hareketleri çok yönlü olarak gelişmeye başladı. Bununla birlikte eylemciliğin etkilerinin de gelişmeye başlamasıyla bu hareketler, global ölçekte bir trend oldu. Nestle’nin bebek maması pazarlamasının az gelişmiş ülkelerde eylemciler tarafından geniş ölçekli kampanyaların eş zamanlı olarak birkaç ülkede başlatılması ve daha sonra da dünya genelinde bir boykot haline dönüşmesi, bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Anderson, 1992: 152).

Jones ve Chase (1979)’e göre eylemci gruplar çoğunlukla bir gündem etrafında oluşturulur. Eylemciler, hedef örgütlerin işleyişlerinde çıkarları doğrudan doğruya değişiklik yapmayı arzular.

Bunun için kitle iletişim araçlarını da kullanarak, kamuda reform ihtiyacı olduğu algısını yaratırlar. Bu fikirlerini yaymak için ise, ulusal ve uluslararası düzeyde teknikler geliştirirler. Eylemcilerden gelen bu tehditler karşısında örgütler, beklemeden harekete geçmeli ya da eylemcilerin sahasında kendilerini savunmaları gerekir.

Eylemci örgütler, kendi kimliklerinin farklı yönlerini gösterirler. Aldoory ve Sha (2007) bu süreci ikili bir rolü bulunan eylemci gruplar olarak izah etmiştir. Birincisi, hedef örgütlerin etkileyicisi 'kamular', ikincisi ise kendi kamularıyla ilişki kuran 'kamu iletişimcileri' olarak ikili bir rolden bahsetmişlerdir. Bu ikili rol kavramını daha iyi anlamak için, Roma mitolojisindeki iki yüzlü kapılar tanrısı olarak bilinen 'Janus' a bakılabilir. Janus, bir yüzü bir tarafa, diğer yüzü de öbür tarafa bakan bir tanrıdır. Hatta eski Roma paralarında da bu tanrının resmine rastlanır. Yüzlerden biri kentten içeri girenlere, diğeri ise kentin dışına çıkanlara bakmaktadır. Böylece kentin güven içerisinde yaşamını sürdürebildiğine inanılır.



Kaynak: Cognitive Somputing Research Group (2019)

Tıpkı Janus'ta olduğu gibi bir eylemci örgütün, örgüt içi ve örgüt dışı kuralları gerçekte birlikteliği temsil eder (Jiang ve Ni, 2009: 288).

Bu alanda Heath (1997), eylemciliğin oluşum sürecini belirleyen aşamaların yer aldığı bir model sunmuştur. Bunlar:

**1) Gerilme:** ilk aşamada kamular konuları tanımlayıp onlara meşruluk kazandırmaya çalışırlar.

**2) Harekete Geçme (Seferberlik):** Bu aşamada eylemciler, bir örgüt ya da gruba dahil olup; kendi iletişim ağlarını kurarak kullanmaya başlarlar. Ayrıca amaçlarını gerçekleştirebilmek adına kendi kaynaklarını da kullanırlar.

**3) Yüzleşme:** Hedef örgütle karşı karşıya gelindiğinde, eylemci grup hedef örgüte sorunları çözmesi için baskı uygulamaya başlar.

**4) Müzakere:** Bu aşamada, tartışma ya da çatışma içerisinde giren taraflar uzlaşmaya varmak için görüşme yaparlar.

**5) Çözüm:** Son aşamada ise yapılan müzakereler sonucunda tartışma ya da çatışma çözülmüş olur.

Bahsedilen her bir aşamada eylemciler farklı iletişim taktikleri gerektiren zorluklarla karşı karşıya kalırlar (Smith ve Ferguson'dan akt. Demir, 2011: 90). Bir eylemci örgüt bu modelin bütün aşamalarını tecrübe edemez. Yani bir örgütün misyonu ile seçimi, aşamaların tecrübesini belirleyebilir.

## 2. Eylemcilikle İlgili Kavramlar

Eylemciliğe kavramsal düzeyde bakıldığında, kavrama katkıda bulunan ve kendi aralarında da birbirlerini etkileyen birçok kavram bulunmaktadır. Burada en çok birbirini etkileyen ve hatta bazen de birbirilerinin yerine kullanılabilen kavramlar olan, sivil toplum ve sivil toplum örgütleri, çıkar ve baskı grupları ile toplumsal hareketler kavramlarına genel hatları ile değinilecektir.

### 2.1.Sivil Toplum ve Sivil Toplum Örgütleri

Sivil toplum kavramı ayrıca, devlet dışı ve merkezi devlet organları tarafından yönlendirilmeyen, siyasal partiler ve sendikaların da içinde bulunduğu özerk kurumların hareket alanı olarak da tanımlanabilir. Bu manada bakıldığında sivil toplum, devlet alanının dışında kalan toplum kesitini ifade eden bir terimdir. Daha geniş anlamda ise, merkezi kontrole ve hiyerarşiye tabi tutulmayan toplumsal ilişkiler ağı olarak da görülebilir (Doğan, 2002: 266). Bir toplumda sivil toplum kavramının yerleşebilmesi için, devletten ayrışabilen bir sivil alanın, sivil referansın ve sivil kimliğin de oluşması gerekir (Çaha, 2003: 9).

Sivil toplum örgütleri ise, toplum faydasına çalışan, demokrasinin gelişmesine katkıda bulunan, kar amacı gütmeyen, devletten bağımsız hareket edebilen, bireylerin ortak amaç ve hedefleri açısından değerlendirildiğinde ise yönetimi kamuoyu oluşturarak etkileyebilen bir örgütlenme türü şeklinde de tanımlanabilir (Akatay ve Yelkikalan, 2007: 8).

Sivil toplum temelde yedi paydaş üzerinde şekillenir (Taylor, 2009: 84-86): Sivil toplumun temelini **Halk** oluşturur. Sivil toplum, bilinçli ve yetkilendirilmiş bir halk üzerinde şekillenir. Bir sivil toplumda halkın hakları vardır ve daha da önemlisi halk, yerel, bölgesel ve ulusal kararlara katılmak için isteklidir. **Sosyal Kuruluşlar**, örneğin dini cemaatler, meslek grupları (doktorlar, hukukçular ve eğitimciler birlikleri), üniversiteler, sendikalar ve siyasal partiler, sivil toplumun kurumsal yapısını oluşturur. **Medya**, kamusal alan sağlayan bir diğer paydaştır. Bazı medya organları devletin elindedir ve burada hükümetin politika ve öncelikleri yansıtılır. Bazı medya organları da siyasal partilerin sahipliğindedir. Diğer bazı medya organları da zengin oligarşi veya birliklerin elindedir burada da onların önceliklerine yer verilir. Kimi devletlerde de farklı fikirlerin, anlayışların vitrinini oluşturan medya organları mevcuttur. **STK'lar (NGOs) ve Sosyal Çıkar Grupları**, fikirlerini savunmak için retoriği ve halkla ilişkileri kullanmaktadır. Amerika'da bu organizasyonel gruplar, daha çok kar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak bilinirler. **Ticari Topluluklar**, sivil toplumun gelişiminde önemli bir rol oynar. Bu organizasyonların örneğin düzenleme, ruhsat verme ve doğal kaynaklara ulaşım, ücret kontrolleri, göçmenlik yasaları ve hukuki reform gibi konular hakkında fikirleri vardır. Sivil toplumun diğer bir paydaşı, politika oluşturmaya katılan yerel, bölgesel ve ulusal liderlerin dahil olduğu **Yönetim**'dir. Bu grup ayrıca yönetimlerin günlük işlerini yürüten sivil memurları da kapsar. Son olarak **Uluslararası kuruluşlar**, sivil toplumu teşvik etmede önemli bir rolü vardır. Bu kuruluşların iki türü vardır: Bağış kurumları ve düzenleyici kurumlar. Kriz sonrası gelişmekte olan ülkelerde kurulan, Birleşmiş Milletler (UN), Birleşik Devletler Uluslararası Kalkınma Dairesi (USAID) ve George Soros Açık Toplum Enstitüsü (OSI) gelişimin tesisine yardım etmek için finansal ve insan kaynakları desteği sağlar. Bu uluslararası bağış kurumları, sosyal amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için yerel kuruluşlara fon desteği sağlarlar.

Bu yedi Paydaş, (Halk, Sosyal Kuruluşlar, Medya, STK'lar, Ticari Topluluklar, Yönetim ve Uluslararası Kuruluşlar), sivil toplumun temelini oluşturur. Her bir paydaşın kendi sorunları, ihtiyaçları ve farklı çıkarları olmasına rağmen, sivil toplumun amacı, farklı grupların ilişkili hedefleri arasında bağlantı kurmaktır.

## 2.2. Çıkar ve Baskı Grupları

Siyasal yaşamdaki önemi büyük olan çıkar ve baskı grupları, genellikle sınıf kökenli olan yapılardır. Siyasal amaçla örgütlendikleri için, hemen hiçbirini açıkça dile getirmiyor olsa da, meslek gruplarının hepsi bu çerçevede içerisinde ele alınır. Çünkü bu gruplar toplumun belirli kesiminden olan bireylerin çıkar ve eğilimlerini savunmak için oluşturulmuşlardır (Özer, 2012: 216).

Siyasal otoriteleri etkilemeye çalışma niteliği, baskı gruplarını çıkar gruplarından ayıran en önemli fark olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bir çıkar grubu ne zaman siyasi karar alma sürecini doğrudan veya dolaylı olarak etkileme ve menfaat elde etme çabası içine girerse o zaman o grup baskı grubu olarak adlandırılmaktadır. Onaran'a göre, çıkar grupları yasa koyucuya ve idareye tesir etmek; bazı yasaları geçirmek ya da kaldırmak, istedikleri kimseleri devlet memuriyetlerine tayin ettirmek gibi maksatlarla örgüt kurmaya, sistematik propaganda gayretlerine girişmeye başladıkları anda, birer baskı grubu haline gelirler. Bu noktada özellikle belirtmek gerekir ki; ne çıkar grupları ne de baskı grupları iktidarı elde etme ve kullanma amacı gütmeyiz (Sert, 2012: 87).

Çıkar ve baskı grupları siyasileri bazı yöntemlerle etkilemeye çalışır. Bunlardan en çok kullanılanı, kararları doğrudan etkileme amacına yönelik olan lobicilik faaliyetleridir. Bir eylem biçimi olarak lobicilik, "herhangi bir yasanın değiştirilip yeni bir yasa veya durum ortaya konulmasında hükümeti ikna etmeye yönelik girişimdir" şeklinde tanımlanmaktadır (Geçikli, 2013: 183). Kurumlar açısından bir karar alma aşamasında, alınacak olan kararlar için o an elde edebilecekleri bilgi önemlidir. İşte burada lobiciler devreye girerek alınacak olan kararların kendi örgütleri lehine olması için çalışmalar yürütür. İlişki anlamında bakıldığında her iki tarafında memnuniyeti söz konusudur. Çünkü bu şekilde hem yasa koyucu bilgilenmekte, hem de lobici kendi çıkarları doğrultusunda karar alınmasını sağlamaktadır (Okay ve Okay, 2011: 408).

## 2.3. Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketler, küreselleşme sürecini kontrol etmeyi amaçlayan sivil toplum aktörlerinden bir tanesidir. Küresel güçlerin şekillendirilmesi girişimlerinde, bu hareketler küresel bir adalet sağlamak ve küresel bir eylemi teşvik etmek amacıyla hareketlerle örgüt arasında bağlantı kurarlar (Castells, 2008: 85). Ayrıca toplumsal hareketler, insanların ortak amaçlar dâhilinde elitler, muhalifler ve otoritelerle etkileşerek sürekli olarak dayanışma halinde gerçekleştirdikleri, kolektif meydan okumalarıdır. Toplumsal hareketlerin kaynakları, modernizmin yükselişiyle paralellik gösterir. Kapitalizm, devlet inşası, şehirleşme, proleterleşme ve savaş halinin kesişme noktası, toplumsal hareketler için ağlar, kaynaklar, kimlikler ve mağduriyetler sunmuştur (Deniz, 2015: 1). Diani (1992), "Toplumsal Hareket Kavramı" başlıklı makalesinde toplumsal hareketlerle ilgili yaklaşımların ortak noktalarından hareketle tanımını yapmıştır. Buna göre toplumsal hareketler (Kavada, 2010: 102):

- Bireyler, kuruluşlar veya belli grupları da içine alan çeşitli aktörler arasındaki etkileşimler sonucu geliştirilen iletişim ağları vasıtasıyla meydana gelir.
- Katılımcılarını spesifik olaylara ortak bir anlam yüklemek için inanç paylaşımı ve dayanışma güdüsü ile oluştururlar.
- Toplumsal bir değişimin sonucu olarak ortaya çıkan siyasal veya kültürel çekişmelerle ilişkilidirler.

Toplumsal hareketler, ilk olarak halkın devlet ve diğer otoritelere karşı hak taleplerinde bulunmasıyla birlikte ortaya çıktığı söylenebilir. Batıda yapılan araştırmaların gösterdiğine göre toplumsal hareketlerin başlangıç noktasını 18. yy Fransa ve İngiltere'de meydana gelen işçi sınıfı hareketleri oluşturmaktadır. Devlete karşı birleşerek kolektif eylemin de gücünden faydalanarak bir araya gelen proleterya, devletle müzakere sürecini başlatarak toplumsal hareketlerin ilk sistematik örneklerini sergilemiştir. Tilly (2004)'e göre Fransız Devrimi ve Çartist hareketi toplumsal hareketlerin ilk örnekleri olarak kabul etmiştir. Özellikle Fransız Devrimi bütün bir Avrupa'da geniş etki uyandırmış, yeni bir sınıf ve halk bilincinin oluşması bakımından büyük etkileri olmuştur.

### 3.Eylemcilik Türleri

Eylemci örgütler arasındaki farklılıkları tanımak, eylemcilik teorileri açısından önemli bir konudur. Eylemci örgütler, temelde ortak unsurları paylaşmalarına rağmen, her birinin farklı amaçları bulunmakla birlikte, her biri diğerlerinden farklı yaklaşım sergiler. Eylemci örgütler arasındaki ilk ayrım, değişim arayışının derecesiyle ilgili olan ana akım ve radikal ayrımıdır. Radikal eylemci örgütler, ana akım eylemci örgütlerden daha tutucudur. Bu örgütler kötü gidişi önlemeye çalışırken; statükoya da meydan okurlar. Radikal bir örgüt ne kadar fazla radikalleşirse muhtemelen ekonomik, politik veya sosyal alanlarda o kadar fazla değişim ister. Gerçekleştirmeye çalıştıkları değişim, insanların yaşamında da köklü değişiklikler öngörür. Bütün vergilerin yürürlükten kaldırılması veya tüm silah türlerinin yasaklanması gibi istekler bu beklentilere örnek olarak gösterilebilir.

Ayrıca radikal eylemci örgütler, ana akım örgütlerden örgütsel stratejilerin kullanımını bakımından da farklılık gösterir. Radikal olan örgütler, hedeflerine ulaşmak için küçük düşürme, terörizm ve boykot gibi eylemlerle hedef örgüte baskı uygularlar. Kamuya mal olan tartışmalarda ana akım örgütleri davranış ve tutumları suçlarken, radikaller genelde insanları ve örgütleri suçlar (Derville, 2005: 528).

Eylemci örgütler arasındaki ayrımlardan bir tanesi de hareketlerin kendi kendine veya başkaları tarafından idare edilip edilmemesiyle ilgilidir. Bağımsız olarak idare edilen örgütlere katılan kişiler, ırk, cinsiyet veya cinsel yönelim gibi kendi kimliklerine odaklanırlar. Fakat dış odaklı örgütlerde bulunan insanlar, kürtaj karşıtlığı, erkek ve kadın hakları savunuculuğu ve hayvan hakları savunuculuğu hareketlerinde olduğu gibi diğerlerinin haklarını savunmaya çalışırlar (Stewart 1999 dan akt. Derville 2005: 529).

Diğer bir sınıflandırmada ise, eylemci grupların tanımlanabileceği beş tip bulunmaktadır (Okay ve Okay, 2011: 211). Bunlardan ilki, gerçek gruplardır. Bu grup haklarını ve isteklerini dürüstçe ortaya koymaktadır. İkinci tip ise, genellikle rahat ve zengin kişilerin oluşturduğu gruptur. Bunlar yaptıkları yardım karşılığında kendi amaçları için bir pay elde etmeye çalışırlar ve yaşam biçimlerine uygun faaliyetlerde bulunurlar. Üçüncü grup, sosyal mühendislerdir. Bu gruptakiler, zeka ve ahlaki bakımdan kendilerini toplumun üzerinde görürler ve bütün insanlara daha yüksek değerleri aşılama gayreti içerisindeyler. Dördüncü tip eylemciler ise, tepeden bakan kimselerin oluşturduğu gruptur. Son gruptakiler ise, yaşamları ve dünyalarından memnun olmayan, hemen her şeye muhalefet eden kişilerin oluşturduğu bireylerdir.

Karagianni ve Cornelissen (2006), eylemcilik hareketlerinin iki farklı boyutundan hareketle sınıflandırmasını yapmışlardır. İlk boyuta göre eylemcilik, sosyal grupların ideoloji ve amaçlarının belirlendiği genel faaliyet alanıdır. Bu boyutun sınıflandırmasına göre eylemcilik üç şekilde karşımıza çıkar. Bunlar:

**1. Reform:** Reform hareketleri, genellikle yasaları değiştirmeyi amaçlar. Bazen de bu hareketler, toplumun ahlaki değer ya da geleneklerini değiştirmeyi amaçlar.

**2. Radikal:** Radikal hareketler, genellikle reform hareketlerinden daha geniş kapsamlıdır. Bu hareketler, bir toplumun değer sistemlerindeki değişikliği öngörür.

**3. Muhafazakar:** Muhafazakar hareketler, var olan ya da geçmiş kuralları koruma eğilimindedirler. Bunun karşısında olan her şeyi tehdit olarak görürler.

İkinci boyuta göre ise eylemcilik, amaçları tarafından sürekli mücadele içinde olan sosyal grupların faaliyet alanı olarak görülür. Bu boyuta göre eylemcilik iki şekilde oluşur, Bunlar:

**1. Anti-Kurumsal:** Bu gruplar, şirketlere açıkça karşı çıkarlar, yani grup belli bir gücün etrafında kurulur. Karşıtlığın temeli, kaynakların kötüye kullanımı, insan hakları ihlalleri, yaşam kalitesindeki düşüş, kültürel bozulma, demokrasinin zayıflaması gibi konularda şirketlerin ekonomik ve politik gücünün artmasına dayanır.

**2. Sorun Odaklı:** Bu hareket, özellikle çevre, insan hakları, adil ticaret gibi konular etrafında gruplanmış insanlar tarafından oluşturulur.

Yukarıda sayılan iki grup sınıflandırmanın eşleştirmesi yapılarak eylemciliğin beş farklı tipolojisi çıkarılabilir. Bunlar: Örgüt Gözcüleri, Reformistler, Vizyonerler, Küçük Boksörler, Koruyucular şeklindedir (Karagianni ve Cornelissen 2006: 169-170).

**1. Örgüt Gözcüleri (Reform,Radikal/Anti-Kurumsal):** Örgüt Gözcülerinin açık ve belirgin düşmanları vardır: şirketler. Buna göre, şirketlerin kanun koyucular ve hükümetler tarafından sürekli izlenmesi ve kontrol edilmesi gerekir.

**2. Reformistler (Reform/Sorun Odaklı):** Sosyal grupların bu türü, spesifik bir sorun etrafında yoğunlaşmış grupları kapsar. Bu konular, çevre, insan hakları, işçi sorunları, hayvan hakları gibi konulardır.

**3. Vizyonerler (Radikal/SorunOdaklı):** Vizyonerler kendilerini, sosyal ve değerler sistemi değişikliklerine adanmışlar. Bu grupların genelde uzun dönemli ideolojik gelenekleri ve politik bir geçmişleri vardır. Mevcut politik ve ekonomik durumda nihai değişiklikler amaçlarlar. Sosyalist, anarşist ve bağımsızlık hareketleri bu gruba dahil edilebilir.

**4. Küçük Boksörler (Muhafazakar/Anti-Kurumsal):** Bu grup, büyük ölçekli ve çok uluslu şirketlerin karşısında küçük ölçekli girişimlerin savunma, sürdürme ve kutlamaları şeklinde kendini gösterir.

**5. Koruyucular (Muhafazakar/Sorun Odaklı):** Bu grup modernizasyonun süregelen bir eleştirisi ile aynı yönde oluşur. Geçmişin ahlak ve normlarını korumayı ya da yenilemeyi amaçlarlar. Büyük şirketlerin, modernizasyonun araçları olduğu düşüncesi ile şirketlerle çatışma durumlarına girerler.

Bu sınıflandırmadan başka Dunchin, eylemcilerin dört kategoriye ayrıldığından bahsetmiştir. Bunlar (Carter, 2002: 118):

- **Radikaller:** Sistemde köklü değişikliği savunan gruplar
- **Fırsatçılar:** Güç, başarı veya şöhret için bir araya gelen gruplar
- **İdealistler:** Radikaller kadar aşırı olmayan, daha fedakâr gruplar
- **Realistler:** Güç dengesini gözetken gerçekçi gruplar

Onlarla başa çıkabilmek için ilk olarak sistemde değişimi ve sosyal adaleti teşvik etmek isteyen radikalleri örgütlerinden izole etmek gerekir. İkincisi, daha fedakâr olan, eylemcilik hareketinin sonuçlarından herhangi bir beklentisi olmayan, hedeflerinde ve kullandıkları yöntemlerde radikaller kadar aşırı olmayan idealistlerle ilgilenmek gerekir. İdealistlerin yapacakları müdahaleler negatif sonuçlar doğurabileceği için, onları nazik bir şekilde ikna ederek, bu grupların realistlere dönüşümü sağlanabilir. Sonuç olarak ise, realistlerle de bir uzlaşma içerisine girilebilir. Realistler, kamu politikasıyla ilgili herhangi bir stratejide en yüksek öncelik verilmesi gereken gruplardır. Eğer endüstri bu ilişkileri başarılı bir şekilde yürütebilirse, radikaller güvenilirliğini kaybedecektir. Fırsatçılar da politikanın nihai çözümü için hesaba katılabilirler. Güç, başarı veya kendi şöhretleri için harekete geçen fırsatçılar, yalnızca kısmi bir zafer duygusuyla memnun olacaklardır (Carter, 2002: 118).

Tüm bu sınıflandırmaların dışında örgüt içi ve örgüt dışı olarak da eylemcilik sınıflandırılabilir. Örgüt içi eylemcilik, bir örgütün en önemli paydaşlarından biri olan hissedarların ve örgüt çalışanlarının şikayetleri ile başlayıp grevler gibi eyleme dönüşebilen davranışları olarak örneklendirilebilir.

#### 4.Eylemcilik Teorileri

Sosyal bilimciler, eylemci grup teorilerini James Madison'un Federalist Papers'daki görüşlerine dayandırır. Eylemci grupların ilk resmi teorisi, ancak 20. Yüzyıl başlarında ifade edilen "Çoğulculuk" 'tu. Çoğulcular, Amerika'daki eylem gruplarının ekonomik çıkarlar doğrultusunda şekillendiğini ve hükümet program ve politikalarını etkilemek için çalıştıklarını savunurlar. Çoğulculara göre insanlar, ortak çıkarları ve bu çıkar gruplarının politikalarından dolayı eylem gruplarına dahil olurlar. Çoğulculuk 1950'lerde en popüler teorilerdendi. Ancak 1970'lerde

eleştirel kuramcılar (genellikle radikal ve Marksist desteklerle) çoğulculuğa ciddi eleştiriler getirmişlerdir. Eleştirel kuramcılar, örgütler ve hükümetlerin seçkin elitler tarafından kontrol edildiğini ve bu elitler tarafından ortaya konan baskın değerlere uyulduğunu savunur. Eylemci gruplar ise bu baskın değerlere uymazlar. Yine 1970’lerde bir eylemcilik geleneği toplum, kilise ve gönüllü birliklerde baş gösterdi. Bu gelenek, üçüncü bir teori olan Çıkar grubu Liberalizmi (Theodor Lowi’nin terimi) olarak bilinen bir anlayışı beraberinde getirir. Bu teori çoğulculuğun idealizmi ve eleştirel kuramın kötümserliği arasında yer alır (Grunig, 1989: 8-9).

1960’lardan önce eylemcilik teorisyenleri, eylemcilik hareketlerini kaçınılması gereken bir hata olarak gördükleri için, yaptıkları çalışmalara bu konuları dâhil etmemiştir. Eylemcilik alanındaki ilk teorisyenler de bu hareketleri, toplumdaki memnuniyetsizliklerin dışı vurumu, olarak değerlendirmiştir. Memnuniyetsizlik ise alışılmadık bir durum olarak yorumlanmıştır. Günümüze bakıldığında bu alanda çalışan bilim adamları toplumsal hareketleri siyasetin normal bir parçası olarak görür. Bu yüzden bu alanda ortaya atılan ilk teoriler çok ciddiye alınmamaktadır (Goodwin ve Jasper, 2015: 9).

Bu alandaki diğer teoriler, daha sonraları ortaya atılmış olmalarına karşın, Olson’un teorisinde çıkar grupları hakkında ortaya atılan düşünceler devrim niteliğindedir. Örneğin Moe (1988), Olson’un teorisinin sadece ekonomik olan gruplar için geçerli olduğunu iddia etmektedir. Moe’ya göre ekonomik olan gruplarda da ekonomik olan güdüler zamanla yerini politik güdülere bırakır. Tesh (1984), bu iddiaya ek olarak, “grup üyeleri, bizzat faydalansalar da faydalanmasalar da, itiraz yasaları ve politikalar onlar için önemsiz bir düşünce olarak kalır.” görüşlerini dile getirmektedir. Moe’ya göre insanlar bu gruplara, ortak faydanın bir kısmının sağlanmasında, bir fark yaratma katkısı inancıyla oluşan politik bir etkinlik duygusu kazanmak amacıyla dahil olurlar. Buna Karşın Olson’un teorisindeki küçük grup üyeleri bu anlamda daha büyük bir fark yaratırlar.

### **5. Bireyler Neden Eylemci Gruplara Katılır?**

Bir toplumdaki insanların maddi durumları yükseldikçe, vatandaşlar toplumsal hareket örgütlerine daha fazla katkıda bulunur. Bu durum eylemcilik hareketlerinin artması sonucunu da beraberinde getirir. Bu bakış açısıyla bakıldığında odak noktası, bir harekete dahil olabilen bireylerin niteliklerinden ziyade, bir hareketi sürdürebilmek için gerekli olan altyapı ihtiyaçlarına doğru yön değiştirir. Bugün de uzmanlar kaynakları halen bir hareketin ortaya çıkışının yorumlanmasında önemli bir bileşen olarak görmektedir (Goodwin ve Jasper, 2015: 10).

Olson (1982), çıkar gruplarının bireyselden ziyade ortak bir çıkar sağlamaya çalıştıklarını iddia eder. Yani bir birey için faydalı olan bir konu veya sorun, diğer tamamı için de faydalı olmalıdır. Buna temiz çevre, vergi politikası ve milli savunma gibi konular örnek olarak gösterilebilir. Bu yüzden akılcı bireyler, eylemleri onlar için başkaları yapacaksa, ortak faydanın güvenliğinin sağlanması için bu örgütlere katılmak zorunda olmadıklarını düşünürler. Sandman (1982), Olson’un bahsettiği çevre ile ilgili oluşumların topluma faydasını, ‘Rasyonel kişisel çıkarlar, insanlara sorumlulukların aktarılması gerektiğini belirtir... Başka insanlar çevreyi kurtarıyorsa, bu herkes için iyidir.’ şeklinde ifade etmektedir. Fakat küçük grupların üyeleri, büyük olanlardan farklı olarak, kendilerinin bir gruba katılmak zorunda olduklarını veya kimsenin bu sorunlarla ilgilenmeyeceğini düşünürler. Bu yüzden genellikle küçük gruplar büyük olanlardan daha etkilidir.

Çoğulculara göre bireyler eylemci gruplara ortak bireysel çıkarlarını korumak ve bu çıkarları sürdürmek için katılırlar. Olson (1982)’a göre bireyler eylemci gruplara bedel ödemeksizin seslerini duyurabilme yeterliğine sahip olabildikleri ve böylece amaçlarına ulaşabildikleri için üye olmaktadır. Grunig (1989)’e göre ise, bireyler eylemci gruplara politik nedenlerden dolayı bilinçli bir şekilde katılırlar. Bu eylemciler kişisel menfaat sağlamamalarına rağmen gerçekleştirdikleri eylemlerle politikaları istekleri doğrultusunda değiştirmeyi hedeflerler.

Clark ve Wilson (1961), insanların bu tür organizasyonlara girmelerine teşvik eden bir takım güdülerin olduğundan bahseder. Bu güdüler:



**1. Maddi Güdüler:** Örneğin parasal ya da maddi değeri olan bir hizmetle ilgili olanlar

**2. Dayanışma Güdüsü:** Bir grubun üyesi olmanın getirdiği prestij kazanma, ortak statü gibi durumlar manevi bir ödül olarak görülebilir.

**3. Amaca Yönelik (Maksatlı) Güdüler:** Bireylerin, bireysel olarak kendilerine hiçbir katkı sağlamalarına rağmen ulusal çıkarlar adına birtakım olaylara katkıda bulunmuş olmaktan duydukları memnuniyetler.

Moe (1988), birkaç gönüllü organizasyon üzerinde yaptığı araştırmasında, bu güdülerin tamamının insanların bu örgütlere girmesinde etkili olduğunu, fakat ekonomik çıkar gruplarında maddi güdülerin, ekonomik olmayanlarda ise amaca yönelik ve dayanışma güdülerinin daha baskın olduğunu dile getirir. Mintzberg (1983), eylemci grupların kendilerini her zaman tek bir sorun etrafında sınırlamadığına dikkat çekmektedir. Bu gruplar bir sorun etrafında şekillenir fakat dikkatleri yeni sorun veya sorunlara kayabilmektedir. Burada grubun ilgisi tek bir soruna odaklanabileceği gibi birkaç konuya da dağılabilir. Fakat L. Grunig (1986), 34 tane eylemci örgüt üzerinde yaptığı çalışmasında bu gruplardan yaklaşık 23 tanesinin tek bir sorunla ilgilendiği sonucuna ulaşmıştır. Diğer yandan bu örgütlerin neredeyse tamamına yakını dikkatlerini bireysel sorunlarla sınırlamışlardır. Bu bireylerin dikkatleri sorunları çözüldükten sonra durağan ve dağınık bir görünüm kazanmıştır. Bu araştırmanın bulguları, bazı halkla ilişkiler uygulayıcılarının, eylemcilerin hoşnutsuz veya kendi örgütlerine karşı çıkan bireyler oldukları iddialarını reddetmektedir.

## 6. Eylemcilik Araçları

Eylemcilerin kullandıkları taktiklere bakıldığında, L. Grunig ve Anderson'un "Bir kavga söz konusu olduğunda, her bir eylemcinin cephaneliğinde çeşitli silahlar bulunabilir. Fakat savaş devam ettikçe, silahlar daha ölümcül hale gelebilir." ifadeleriyle kavganın gerçekte başlamadan önce iletişime geçmenin öneminden bahsedilebilir (Guiniven, 2002: 394). Bu anlamda Grunig ve Hunt (1984)'ın önleyici halkla ilişkiler stratejisi olarak adlandırdığı stratejiler, Mintzberg'in düzensiz ve geçici olarak adlandırdığı tehditleri azaltabilir. Böyle bir stratejiyi hayata geçirmek, eylemci örgütlerin de artan profesyonelleşmelerinden ötürü, günümüzde daha büyük bir öneme sahip olabilir.

Eylemci Gruplar, amaçlarına ulaşmak için medyayla ilişkiye geçme, boykot, dilekçe ve imza kampanyası, toplantı düzenleme, bildiri dağıtma, yasal organlara baskı uygulama, oturma eylemi ve trafiği engelleme gibi çeşitli iletişim taktikleri geliştirerek örgütleri etkilemeye veya değiştirmeye çalışırlar. Gruplar, bu taktiklerle kamu politikalarını, örgütsel davranışı ve sosyal değer ve normları etkileme kapasitesine sahip olurlar (Demir, 2011: 87).

Kamu algısı oluşturmada kitle iletişim araçlarının çok önemli bir gücü bulunmaktadır. Fakat bireylerin ve örgütlerin mesajlarını kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuya aktarabilmesi, yeterli kaynak ve gücü gerektirir. Eylemci örgütler bu güce ulaşmak ve engellerin üstesinden gelebilmek için çeşitli yollara başvurur. Bu örgütler, iletişimlerini sağlamak için, büyük ölçüde aracılık gerektirmeyen ve kamunun daha kolay erişim sağlayabileceği internet yöntemine diğer araçlardan daha fazla başvururlar (Zoch v.d., 2008: 351).

### 6.1. Gösteri, Miting

Gösteri ve mitingler, toplumsal hareketlerin en eski formlarından bir tanesidir. Miting, gösteri amacıyla veya bir olaya dikkati çekmek için genellikle açık yerlerde yapılan toplantı olarak tanımlanmaktadır ve çoğu zaman siyasilerin tercih ettiği bir söylev türü olarak gelişmiştir. Fakat, siyasi içerikli olsun veya olmasın, her hangi bir toplumsal konuya, bir uygulamaya duyulan tepkilerin toplu olarak ifade edildiği her türlü gösteriye de "miting" adı verilmektedir (Sert, 2012: 139).

Miting, belirli siyasi ve sosyal amaçlarla ya da bir konuya dikkati çekmek için geniş cadde ve alanlarda yapılan, silahsız, saldırısız, teşkilatlı gösteri toplantılarına verilen addır. Miting, demokrasi ile idare edilen ülkelerdeki insanların çeşitli konular üzerindeki düşüncelerini topluca dile getirme hürriyetidir. Siyasi partiler, öğrenci grupları, İşçi sendikaları; bünyesindeki insanlara kendi konu ve

gayesini propagandasını yapmak, fikirlerini aşlamak gayesi ile mitingler düzenlerler. Ayrıca bazı olayları da protesto etmek için bu yola da başvurmuşlardır. Bazen finansal amaçlar için de mitinglerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Mitingler için, genellikle halka açık yerler ve meydanlar kullanılmaktadır. Çünkü herhangi bir konunun açıklanarak ikna etmekten çok; insanların düşünce ve tutumlarını etkileme amacı güdülmektedir. Siyasi iktidara, çevre halkına, kamuoyuna belli düşünce, fikir ve konuları duyurma ve onları etkileme amacı taşır (Çalı, 2010).

## 6.2.Grev, Boykot

Yasal grev, anayasanın 54. maddesindeki esaslar doğrultusunda, 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi, Grev ve Lokavt Kanununun 25. maddesinin 2. fıkrasında tanımlanmıştır: "Toplu iş sözleşmesinin yapılması sırasında uyuşmazlık çıkması halinde işçilerin iktisadi ve sosyal durumlarıyla çalışma şartlarını korumak veya düzeltmek amacıyla bu kanun hükümlerine uygun olarak yapılan greve kanuni grev denilir"

Grev eylemi ile gerçekleştirilmek istenen amaçları üç başlık altında toplayabiliriz (Ünsal, 2011: 423):

1. İşçilerin çalışma ve yaşama koşullarını iyileştirmek ve güvence altına almak için sergilenen "mesleki" amaç,
2. Sendikanın ve yöneticilerinin varlığını korumak ve geliştirmek için sergilenen "sendikal" amaç,
3. Siyasi amaç.

Tüketici boykotu ise, bir grup veya gruplar şeklindeki insanlar tarafından, kişilere, pazardaki belirli bazı seçilmiş ürünleri satın almamaları yönünde baskı yaparak belirli amaçları yerine getirmek üzere düzenlenen bir eylemdir. Bu tanımlamada iki nokta dikkat çeker. Birincisi, tanımın, bireysel tüketiciler üzerine odaklanmasıdır. İkinci özellik ise, boykotun amacıdır. Boykotlarda amaçlananların pazar yeri ile sınırlı tutulmaması gerekmektedir. Çünkü düşük fiyatlı ve daha kaliteli ürünlerin pazara sunulması gibi amaçların yanı sıra pazaryerinin dışına çıkan daha kapsamlı (çevre bilincinin sağlanması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve çeşitli devlet politikalarının değiştirilmesi kapsamında yapılan boykotlarda olduğu gibi) boykot amaçları ile karşılaşılabilir. Tüketici boykotlarının etkisi ise, boykota katılanların sayısı ile doğru orantılıdır. Boykotlar çeşitli gruplar tarafından yapılabilmektedir. Bunlar arasında en bilinenleri, tüketici grupları, işçi birlikleri, dini gruplar, kadın hakları savunucuları ve çevreci gruplardır. Bunların dışında sağlık grupları, hayvan hakları savunucuları, savaş karşıtı gruplar da bulunmaktadır (Çakır, 2010: 123).

## 6.3.Sivil İtaatsizlik

Ökçesiz (1996)' e göre , "Sivil itaatsizlik, hukuk devleti idesinin içerdiği üstün değerler uğruna kamuya açık ve yasaya aykırı olarak gerçekleştirilen, bu sırada üçüncü kişilerin daha üstün bir hakkını çığnemeyen, barışçıl bir protesto edimidir."

Yasaya itaatsizlik burada önkoşuldur. Hukuki bakımdan yasalar çerçevesinde gerçekleşen eylemler (protestolar, imza kampanyaları, dilekçe vermeler, gösteri ve yürüyüşler vb.) birer itaatsizlik olarak değerlendirilmemektedir. Buradan sivil itaatsizliğin amacının anayasal düzeni bozmak olduğu sonucuna varılmamalıdır. Eylemin aleniliği, şiddet içermeyen barışçıl niteliği ve eylemcilerin eylemlerinin yasal sonuçlarını üstlenmeye hazır olmaları yasanın ihlal edilmesine rağmen yasaya bağlılığın bir göstergesidir. Pozitif hukukta direnme hakkının kabul edilmesi sivil itaatsizliğin de kabulü anlamına gelmektedir. Ayrıca sivil itaatsizlik, demokratik hukuk devleti idealinde bulunan ortak yarar ve değerlerin gerçekleştirilmesine yöneldiğinden, kendi içinde meşruluk sorununu da çözmüş olmaktadır. Dolayısıyla haksız bir uygulamayı değiştirmek için yasal yollar tükendikten sonra son direnme çaresi olarak başvuru sivil itaatsizlik, gerçekleşmesine olanak tanıyan demokratik hukuk devletinde yurttaşların meşru hakkı olarak önem kazanmaktadır (Sert, 2012: 137-138).

Sivil itaatsizlik için yapılan tanımlar göz önüne alındığında, kavramın taşıdığı unsurları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Akatay ve Yelkikalan, 2007: 44-45):

- Yasadışı ancak meşru bir eylemdir.
- Kamuya açık bir eylemdir.
- Şiddet kullanımını dışlayan bir eylemdir.
- Hukuk devleti düşüncesine dayalı siyasi ve ahlaki bir yönelimdir.
- Çığnayan pozitif hukuk normunun yaptırımına katlanma tutumunu gerektiren bir eylemdir.

Kısacası sivil itaatsizlikte şiddet kullanımını dışlanmaktadır. Bu, sivil itaatsizliği diğer protesto biçimlerinden ayıran en temel özelliklerdendir. Ayrıca sivil itaatsizlik hukuk sistemi içerisinde aksayan bir kurala karşı çıkmaktır. Bu karşı çıkışta, hukuki sorumluluklardan kaçma veya eylemin inkâr edilmesi de söz konusu değildir.

#### 6.4.Dijital Eylemcilik

Sosyal medyanın sağladığı iletişim olanakları toplumsal hareketlerde eylemciler için harekete katılımı ve mobilizasyonu arttıran ve harekete ulus ötesi bir nitelik kazandırabilen pek çok imkan sunmaktadır. Zapatista hareketi ve WTO protestoları gibi eylemler de eylemcilere sivil toplum gözünde iddialarına güç kazandırmak için sosyal medyanın yeni ve etkili bir araç olarak kullanılabileceğini göstermesi açısından önemlidir. Sosyal medyanın toplumsal hareketlerde kullanılmasında iki önemli husus bulunmaktadır. İlk sosyal medya geleneksel kolektif hareketlerin organize olması, mobilizasyonun ve katılımın artırılması ve hareketlerin ulus ötesi bir nitelik kazanması açısından kullanışlı bir iletişim aracıdır. Diğer önemli husus ise, teknolojilerin hızlı gelişmesi, kullanımın ve erişilebilirliğin artmasıyla çevrimiçi düzlemde yeni protesto hareketlerinin ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın eylemciliğe sunduğu fırsatları inceleyen Jeroen Van Laer ve Peter Van Aelst internetin kolektif eylem repertuarını çevrimiçi imza kampanyaları (online-petitions), e-mail bombardımanları, sanal oturma eylemleri (virtual sit-ins) gibi türlerle genişlik kazandırdığını iddia etmektedir (Van Laer ve Van Aelst, 2010: 1146-1148).

Castells (2008)'e göre, internet yardımıyla sağlanan iletişim daha çok kendiliğinden ve örgütsüz olup; amaçları ve üyeleri açısından değişik özellikler sergilemektedir. Hükümet ve ekonomik tarafların çıkarları da ağı daha da genişletilmesini desteklemek yönündedir. Bu yönüyle internet çeşitli örgütlerin ya da bireylerin kendi sayfalarını oluşturabildiği, erişimi olanların kendi içeriklerini tasarlama olanaklarına sahip olduğu esnek yapıda; ağların ağı olarak ifade edilebilir.

Bilgi teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ağ toplumunun yükselişi ve internetin bu özellikleri toplumsal birçok alanda olduğu gibi örgütlerin, toplumsal hareketlerin ve eylemlerin yapısını da önemli ölçüde etkilemiştir. Günümüz eylemcilik alanında internet teknolojilerine dayalı sosyal medya araçları da etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

Dijital eylemciliğin neredeyse gündelik hayatımızın bir parçası haline gelmesi, özellikle WikiLeaks'in 2010 yılı sonunda, ABD Dışişleri Bakanlığı ile konsoloslukları arasındaki özel yazışmaları içeren "Cablegate" sızıntılarını yayınlamaya başlamasına rastlar. O andan sonra her şey kızıştı. "Hemen ardından da Arap Baharı patladı, sosyal medyanın muhaliflerin örgütlenme, iletişim ve kamuoyu oluşturma çabalarında ne kadar etkili olduğu görüldü. Sonra Yunanistan, İspanya, "Öfkeli Hareketi" (Los Indignados), İsrail, Londra yağmaları derken "Wall Street'i İşgal Et!" (OWS) eylemleri giderek yerküreye yayılan işgal hareketlerine dönüştü. Bu eylemlerin her birinde internetin ve sosyal medyanın ciddi bir mevcudiyeti vardır (Uçkan, 2012: 4). Ülkemizde de bu eylemcilik hareketlerinde sosyal medyanın ne kadar önemli olduğu ve çok çabuk bir şekilde bilgilerin yayılabildiği 2013'teki Taksim Gezi Parkı Protestolarında da kendini göstermiştir.

İnternet ve sosyal medya çok düşük maliyetli iletişim kaynakları olmalarından dolayı, eylemciler için bir lütf olarak görülebilir. Bir eylemin destekleyicileri hedef bir örgüt ile ilgili olumsuz bilgileri oturduğu yerden kolay bir şekilde bir eyleme dahil edebilir. Böylelikle hedef örgütün itibarı üzerinde de çok büyük oranda etkili olurlar. Eylemci bir mesajı 'retweet'leme veya onu beğenme gibi etkinlikler de online eylemcilikle ilgili 'slacktivism' gibi bir terimin doğmasına da yol açmıştır (Mozorov, 2009). Slacktivism terimi İngilizce 'Slacker' (Miskin) ve 'Activism' (Eylemcilik) kelimelerinden türetilerek oluşturulmuş bir terimdir. Bu eylemcilik türü, insanların

kendilerini iyi hissetmek veya kişisel olarak bir şey yapmış olma tatminlerini sağlamak amacıyla gerçekleştirdikleri, bir nevi pasif bir eylemcilik çeşididir. İnternette imza kampanyalarına katılmak, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya organlarında çeşitli olaylara katılarak destek vermek ve politik anlamlar içeren semboller kullanmak gibi etkinlikler slactivizmin örnekleri arasında gösterilebilir.

İnternet aracılığıyla eylemcilik global bir fenomen haline gelmektedir. İnternet, eylemci örgütlerin daha organize ve güçlü olmalarına yardım etmektedir (Friedman, 2000). İnternette önce eylemcilik, yerel sınırlar içerisinde kalıyordu. Bir ülkedeki olumsuz olaylar dünyanın diğer uluslarından gizlenebiliyordu. Günümüzde ise bu durum mümkün değildir. Eylemciler, baskı uygulamalarına interneti etkin bir şekilde kullanarak, bilgileri ve görüntüleri saatler hatta bazen dakikalar içerisinde yayarak diğer örgütlerle birleşerek onlarla hareket edebilmektedir. Hatta eskiden kendi vatandaşlarını terörize eden ve işlediği insan hakları ihlallerini gizleyen devletler de artık çabucak birleşebilen eylemci örgütlerin sözde ya da özde kötülöklere maruz kalmasını daha zor bulmaktadır (Wakefield, 2007: 151).

Bir harekete geçirme fonksiyonu olarak günümüzde internetin çok yoğun bir biçimde kullanılmasıyla birlikte, eylemcilik hareketleri sınırların ötesine geçerek; küresel ağlar vasıtasıyla eylemci örgütlerin küresel bağlantılar kurmasına imkân vermektedir. Yaşanan sorunlara diğer eylemci örgütleri de dahil etme yeteneği de ulusal sınırlar içinde kalmamaktadır. Daha doğrusu, eylemci örgütler yerel sorunlarla küresel sorunlar arasında bağlantı kurabilmek için online iletişim platformlarını kullanırlar (Pal ve Dutta, 2012: 232).

İnternet eylemciliği, eylemciliğin gelişmesinde yeni alanlar açarak ve eylemcilerin iletişim şekillerini güçlendirerek, eylemcilik alanına çok büyük katkı sağlamaktadır. Ayrıca internet, eylemci kamuların farklı sorunlarla da bağlantısını sağlayarak, eylemciler için uygun bir iletişim platformu oluşturmaktadır. Bu online iletişim platformları, haberlerin hızlı bir şekilde dolaşımını sağlayarak ve eylemciler için de alternatif bir görüş alanı yaratarak, eylemci örgütlerin organize olup harekete geçmelerini teşvik etmektedir (Postmes ve Brunsting, 2002: 296).

Öte yandan dijital araçların bu alanda kullanımının öneminin vurgulanması açısından Seo v.d. (2009), ABD merkezli uluslararası STK'ların, halkla ilişkiler uygulamalarında yeni medya araçlarını nasıl kullandıklarının araştırılması amacıyla, 230 kuruluş üzerinde bir anket çalışması yapmıştır. Bu bağlamda çalışmada, örgüt temsilcilerine örgütlerinin toplumdaki hangi konulara ağırlık verdikleri sorulmuş, katılımcıların %55'i örgütsel amaçlarla ilgili yardım veya servis hizmeti sağlamaya, %33'ü avukatlık hizmetlerine, %12'si ise araştırmaya ve kamuyu eğitime işlerine odaklandıklarını dile getirmiştir. Bu kuruluşların başlıca uğraş alanlarına bakıldığında ilk üç sırada, sürdürülebilir bir gelişim (%29), insani yardım konuları (%25) ve insan hakları (%21) gelmektedir. Ayrıca aynı araştırmada yeni medya aracı olarak sayılan web sitelerin en önemli araç olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunları ise sırasıyla bloglar, videocast ler, podcast ler, ve wiki ler takip etmektedir. Günümüz insanının facebook ve twitter gibi sosyal medya araçlarına daha fazla zaman ayırdığını ve hedef kitleye ulaşmak için bu araçların STK'lar tarafından daha yoğun olarak kullanılması gerekliliği de vurgulanmıştır (Seo v.d. 2009: 124).

### **7.Eylemciliğin Halkla İlişkiler Alanına Etkileri**

Bütün teorik geçmişine karşın halkla ilişkiler uzmanının görüntüsü, örgütsel eylemci olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütsel eylemci olarak uzmanlar, egemen güç yapılarına direnerek, örgütler için bir vicdan olarak hizmet görürler. Özellikle de güç yapılarına dâhil olmadıkları zaman bu uzmanlar, iş görenler ve kamularla yönetimin anlaşmazlık durumlarında, daha insani kararlar verirler. Bu şekildeki anlaşmazlık ve çatışma ile ilgili problemlerin çözümlerinde yeni arayışları teşvik ederler. Onların bu hareket tarzı, örgütlerde özgürlük anlayışının gelişimine de katkıda bulunur (Holtzhausen ve Voto, 2002: 64)

Güç ve siyaset hakkındaki postmodernist yaklaşımlar, halkla ilişkilerin postmodern teorisinin uygulamasında en anlamlı bakış açılarından biridir. Yaklaşım, uygulamada devletin rolünü göstermede değil aynı zamanda örgütler, ideoloji, eylemci gruplar ve halkla ilişkiler uygulayıcıları

arasındaki etkileşime de ışık tutar. Bu bakış açısı aynı zamanda halkla ilişkiler uygulamalarına toplumsal eylemciler olarak hareket etme kapısını aralamaktadır. Yaklaşım, sadece radikal değil aynı zamanda ahlakidir. Zaten günümüzde bilgi ve becerilerini toplumsal eylemciler olarak kullanan halkla ilişkiler uzmanları da bulunmaktadır (Mayhew, 1997: 222).

Halkla ilişkilerin eylemcilik olarak görülmesinin bu alanda çok az desteklenmesi, halkla ilişkilerin toplumdaki egemen sınıfların bir parçası haline geldiği teorisini destekler. Gerçekte eylemciler demokrasinin önemli bir unsuru olmalarına rağmen çoğunlukla örgütlerin düşmanları olarak gösterilirler. Halkla ilişkiler uygulayıcıları, eylemciler haline gelerek mikropolitik gruplar tarafından yeni medya ve teknolojilerin pozitif bir şekilde sahipliğiyle inşa edilen ve Guattari (1986)'nin 'Demokrasinin yeniden keşfi' olarak adlandırdığı duruma cevap verebilir.

Halkla ilişkilerde önemli bir çalışma alanı olan sivil toplum kuruluşları bile kendileri ile onları finanse eden şirketler arasında yakın bir bağlantı fonksiyonudur. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının bilgi ve becerileri, onları toplumlarında eylemci liderler olmalarına uygun ortam hazırlamalarına rağmen bunlardan ancak birkaç tanesi eylemcilikte halkla ilişkilerin potansiyel gücünün farkında olurlar (Holtzhausen, 2000: 100).

Batı dünyasında halkla ilişkiler pratiği modernizm ve kapitalizmin bir ürünüdür. Kapitalist sistemlerde halkla ilişkiler, egemen güçlerin hakimiyetlerini sürdürmek için çalışır. Nitekim Grunig ve Hunt (1984)'ın dört halkla ilişkiler modeli de bunu desteklemektedir. Bu yüzden postmodern bakış açısıyla halkla ilişkiler, Althusser (1971)'in de 'İdeolojik Devlet Aygıtları' olarak adlandırdığı gibi güç unsurlarının sürdürülme şekli olarak ilişkilendirilebilir. Burada örgütün kendisi kapitalizmin ideolojik bir aracıdır ve halkla ilişkiler uygulamaları ideolojik mesajların bir parçasıdır. Bütün üst söylemlerde olduğu gibi ideolojilerin amacı insanların kendileri gibi düşüncelerini sağlamaktır. Bu yüzden bütün ideolojiler siyasidir. Buradaki siyasiden maksat sadece siyasi parti veya kuruluşlar değildir. Bir değişime karşı değişim isteyen veya direnç gösteren bütün gruplarla ilgilidir (Williams, 1998).

Bu alanda mikropolitik ve makropolitik arasındaki ayrım da önemlidir. Çünkü bu durum, mikropolitika aracılığıyla egemen güçlere direnç gösterme konusunda postmodernistlerin mikropolitige verdiği önemi açıklar. Postmodern mikropolitik, toplumun her kesimine nüfuz eden merkezileşmiş egemen güce karşı dağınık halde bulunan yerel grupların mücadelesidir. Toplumdaki bütün ilişkiler güç ilişkileri açısından şekillenir. Gücün sürekli olarak bir dinamizmi vardır. Bu yüzden toplumdaki güç dengeleri sürekli olarak şekil ve sınıf değiştirir. Buna bağlı olarak da eylemcilik hareketleri de değişmektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının iletişim kabiliyetlerini bu alanda kullanması, eylemcilik hareketlerine katkıda bulunabilir (Holtzhausen, 2000: 101).

Hedef örgütler, eylemcilik hareketlerine yanıt verebilmek için konu, sorun veya gündem yönetimi gibi yöntemlerle, ellerinden geldiği ölçüde, proaktif yöntemler kullanmaya çalışırlar. Bundan başka eylemcilerin başlarda göz ardı edilmesinden ve konu yönetiminin uygulanmadığı veya etkili yönetilemediği zamanlarda geliştirilen karma motifli model, ilişki inşası veya diyalogu zorunlu kılmaktadır. Günümüzde eskiden olduğundan farklı olarak eylemcilik örgütleri de iletişimin öneminin bilincinde ve halkla ilişkileri stratejik olarak kullanmaktadır. Bu bakımdan çalışmanın bu kısmında, eylemcilik hareketlerinin halkla ilişkiler pratiğine yansımaları, hem kurumlar açısından hem de eylemcilik örgütleri açısından ele alınmaya çalışılacaktır.

### **7.1.Hedef Örgütler Açısından**

Tartışmalı olmakla birlikte halkla ilişkiler uygulamaları sosyal hareketlere yeteri kadar uyum sağlayamaz. Çünkü bu hareketler, makro düzeyde sosyal olayların dışında gerçekleşip; mikro düzeyde ise, derin psikolojik sorunları beraberinde getirir. Halkla ilişkiler uygulamalarının odak noktası, ikincil ya da kurumsal düzeydedir. Sosyal hareketlerle ilgili yapılan analizlerin kurumsal düzeyi, bu alandaki teorik anlayışımızı aydınlatmak için yeterli değildir. Bu anlamda çıkar grupları, toplumsal hareketlerin geliştiricisi olarak ortaya çıkan, beslenen ve ortadan kaybolan sosyal olaylarla bağlantılıdır. Bu tip örgütler, sosyal hareketler tarafından oluşturulur. Bu örgütler, sosyal hareketleri

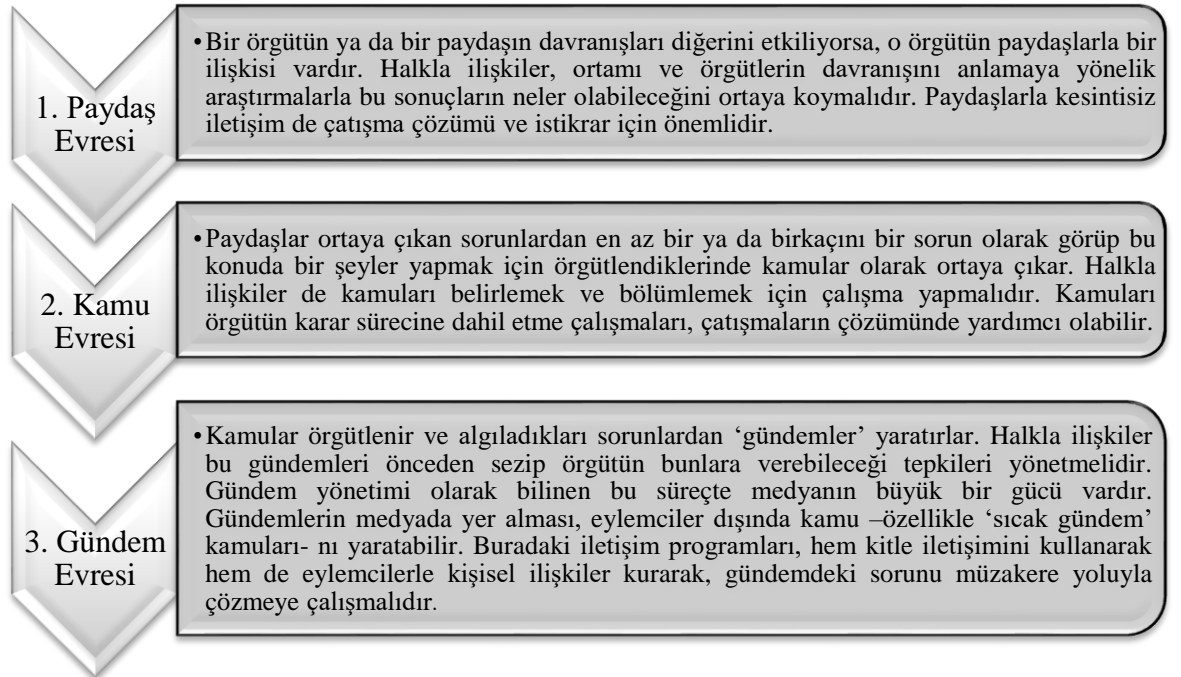
şirketlerdeki egemen koalisyonların yatırımcıları temsil ettikleri gibi temsil etmemektedir (Dozier ve Lauzen, 2000: 13).

Halkla ilişkiler disiplininin geleneği, eylemci türlerinin değerlendirilmesini zorlaştırır. Halkla ilişkiler, kuruluşların çevreleriyle olan iletişimlerinden etkin bir şekilde nasıl faydalanabileceklerini anlamalarına yol açacak olan yönetsel bir bakış açısının zorlukları ile karşı karşıyadır. Bu yönetim odaklı eğilim, özellikle eylemci halkla ilişkiler uzmanlığında görülebilir. Dozier ve Lauzen (2000)' in de belirttiği gibi, eylemcilik pratiği çoğu zaman bünyelerinde yeterince halkla ilişkiler uzmanı çalıştırabilen örgütler doğrultusunda hareket eden uygulayıcılar tarafından yapılmaktadır. Hedef örgütler ise, eylemcilik hareketlerinin üstesinden nasıl gelebilecekleri konusuna odaklanarak başarılı olabilir. Ancak buradaki odaklanma, halkla ilişkilerin aynı zamanda eylemci amaçlara nasıl hizmet ettiğini anlamaya yönelik olmamalıdır.

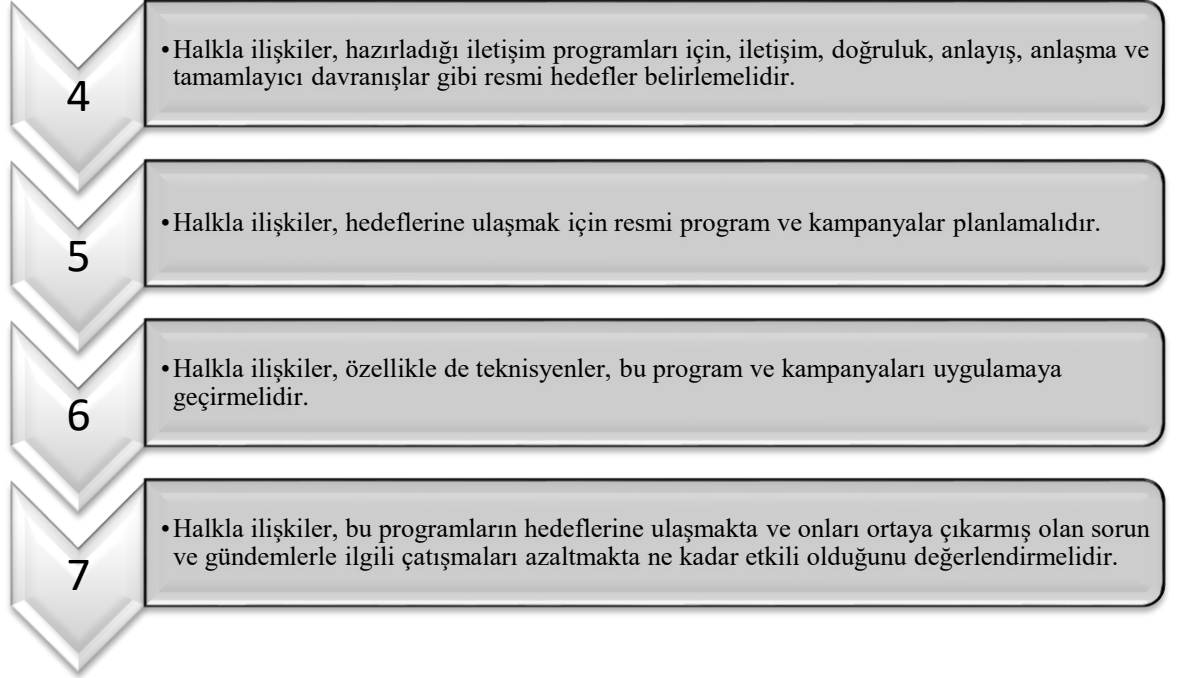
Eylemci kamuların durumu, Trujillo ve Toth (1987) tarafından tasvir edilen kurumlar ve kamuların büyük bir eleştirel kavramsallaştırması içerisine dahil edilir. Bu eleştirel bakış açısından bakıldığında kurumlar, güç, etki ve kontrolü ideolojik ve maddi alanlar olarak görürler. Bunun aksine kamular tarafından bakıldığında bu alan, değişik ihtiyaçlar, değerler ve algılarla bir araya gelmiş dağınık birliktelikler olarak görülür.

Grunig ve Hunt (1984), halkla ilişkileri “bir örgüt ve kamusu arasındaki ilişkilerin yönetimi” olarak tanımlamaktadır. Grunig ve Repper (2005), Tablo 1’ de halkla ilişkilerin stratejik yönetimdeki iki taraflı rolünü bir araya getiren bir stratejik yönetim modeli sunmaktadır. Bu modelin ilk üç evresi halkla ilişkiler uygulayıcılarının kontrolünde değildir. 4’ten 7’ye kadar olan diğer evreler ise, halkla ilişkiler departmanlarının ilk üç evrenin her birindeki programlar için uygulaması gereken stratejileri gösterir.

Tablo 1: Halkla İlişkiler Stratejik Yönetimi



Halkla ilişkiler, yukarıdaki evrelerin her birindeki paydaş ve kamular için iletişim programları planlamalıdır. Bunu yaparken de aşağıdaki adımları takip etmelidir.



Kaynak: Grunig ve Repper (2005: 138).

Sosyal hareketlerle ilgili argümanlar, kurumlardaki gibi olmadığı için halkla ilişkiler uygulamalarının analizini kurumsal düzeyine odaklanması çoğunlukla başarısızlıkla sonuçlanır. Yani karşı bir hareket, kurumun başarı ya da başarısızlığını etkileyebilecek seviyeye ulaştığında, hareketi temsil edebilecek örgüt ya da örgütleri bulmak halkla ilişkiler uygulamaları için bir zorunluluktur. Uzmanlar, en iyi uygulamalardan faydalanarak, eylemci kamularla ilgili çatışmaların çözümü için uğraşırlar. Uygulamada kazan-kazan ilkesi doğrultusunda hareket etmek için asimetrik taktikler uygulamak yerine kapsayıcı bir simetrik iletişim gerçekleştirmek her iki tarafın ortak faydası için önemlidir. Ancak genellikle bu çabalar, halkla ilişkiler uygulamalarının genel ilkeleri ile uyumlu olması beklenen fakat tersine hareket eden eylemciler tarafından engellenmeye çalışılır (Dozier ve Lauzen, 2000: 13).

Grunig (2005), halkla ilişlere eylemci gruplar arasındaki ilişkilere kurumlar tarafından bakarak; mükemmel halkla ilişkiler departmanlarının bu gruplara nasıl karşılık vermesi gerektiği ile ilgili bir takım önermelerde bulunmuştur:

**Önerme 1:** Mükemmel örgütler, yaptıkları uygulamaların sadece kendileri için değil tüm ilgili kamular üzerindeki olumlu veya olumsuz sonuçlarını öğrenmek için çift yönlü iletişimden faydalanırlar.

**Önerme 2:** Mükemmel örgütler, sebep oldukları olumsuz sonuçlar hakkında aldıkları önlemleri kamularına çift yönlü iletişimle duyururlar.

**Önerme 3:** Eylemcilerin değişen pozisyonlarını gözden kaçırmamak için onlarla iletişim kurma çabaları aralıksız biçimde sürdürülmelidir.

**Önerme 4:** Örgütün unsurlarıyla kurulacak sürekli, dengeli ve proaktif ilişkiler için, büyüklüğü ne olursa olsun tüm grupların meşruluğu iletişim gruplarında kabul edilmelidir.

**Önerme 5:** Çift yönlü iletişimin sağlanmasında iletişimle ilgili eğitim ve becerilere sahip insanların örgütlerde görevlendirilmesi önemlidir.

**Önerme 6:** Mükemmel örgütler, örgütün etkinliğini basit, kısa dönemli kazanç ve kayıplarla ölçmemeyi öğrenirler.

### 7.1.1. Sorun Yönetimi

İngilizce ‘issue management’ olarak ifade edilen bu terim, dilimize farklı yazarlar tarafından konu-gündem yönetimi, konu yönetimi, olay yönetimi gibi isimlerle tercüme edilmiştir (Geçikli, 2013: 175). Sorun yönetimi, “çevredeki değişiklikleri göz önüne alarak, sorunun kaynaklarını bulmak ve neyin değişmesi gerektiğini belirleyerek bu doğrultuda pratik ve ölçülebilir amaçlar saptamak ve stratejik programlar oluşturmaktır.” (Geçikli, 2013: 176). Bu yönetim türü, değişim potansiyelini tanımlamak ve kurum üzerinde olumsuz bir etki yaratmaksızın bu değişime dair kararlara yön verme amacı güttüğünden ‘inisiyatife dayalı’ bir yönetimdir (Pira ve Sohodol, 2004: 160).

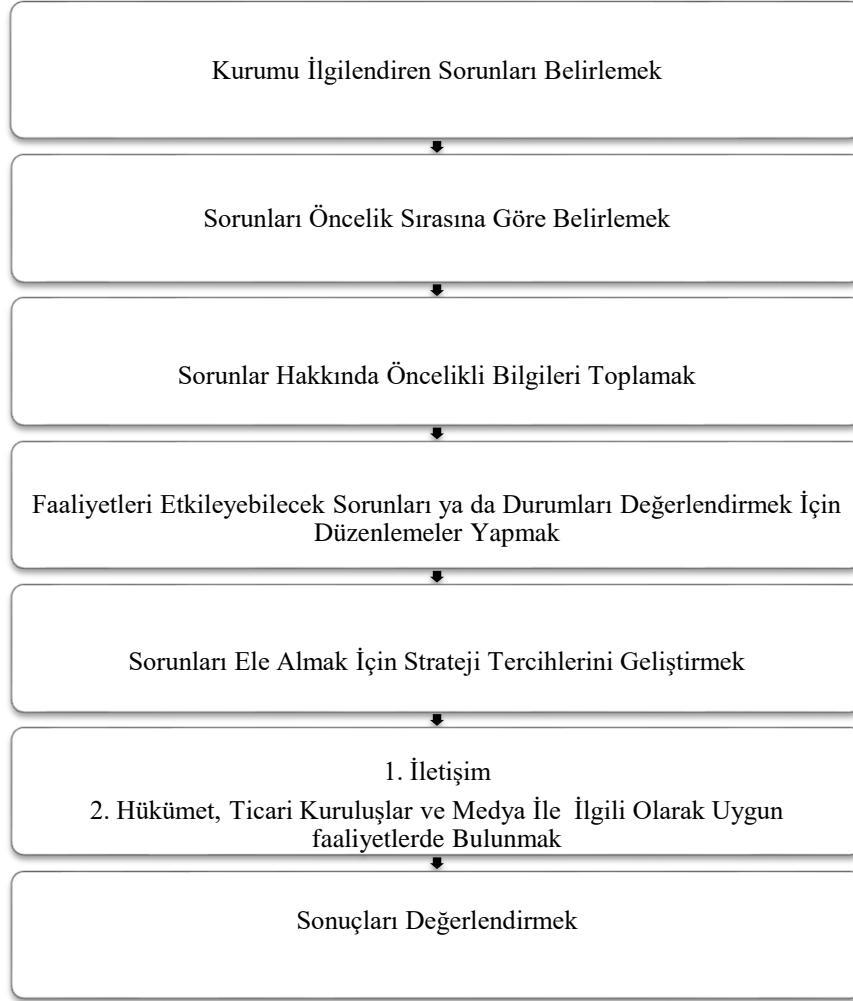
Regester ve Larkin’e göre sorun yönetimi süreci şu aşamalardan oluşmaktadır (Geçikli, 2013: 182):

- **Farkındalık Aşaması:** Bu aşamada, yönetimin üzerinde durması gereken sorun dinleme ve öğrenmedir. Araştırma ve geri planda kalan bilgilerin tamamının kullanıldığından emin olunmalıdır.
- **Keşif ve Araştırma Aşaması:** Konunun artan önemini belirtmektedir. Bundan sonra, analiz ve formasyon işlemi başlamıştır.
- **Karar Verme Aşaması:** Yönetim, kendisine sunulan alternatifleri objektif olarak değerlendirmeli ve hareket planını oluşturmada geniş düşünme ve yaratıcılığı teşvik etmelidir.
- **Uygulama Aşaması:** Yönetim kararlarının uygulamaya geçirildiği, gereken adımların atıldığı, sonuçların ölçülüp değerlendirildiği, düzenleme ve geliştirmelerin yapıldığı aşamadır.
- **Tamamlama Aşaması:** Ana Faaliyetlerin doğru dağıtıldığı ve örgüt için gerekli yönetim değişikliklerinden emin olunmasıdır.

Sorun yönetimi, kamu politikasının alanlarında faaliyette bulunmakta ve public affairs’in bir bölümünü teşkil etmektedir. Şekil 1’de sorun analizi ve yönetiminin akış aşamaları görülmektedir.

Şekil 1: Sorun Analizi ve Yönetimi Akış Çizelgesi





Kaynak: Okay ve Okay (2011: 345).

Sorun yönetim sürecinde örgütler ilk olarak kendilerine dışardan gelebilecek olumsuz eleştirilerle başa çıkabilmenin bir yolu olarak kendi iç sistemlerinde sorun yönetim sistemi kurmaları gerekir. Ardından da belirlenen sorunların muhtemel etkilerini tahmin ve kontrol etmek adına denetleme ve bilgileri değerlendirme çalışması yaparlar. Bu sebeple sorun yönetimi, örgütsel misyonu ciddi bir şekilde etkileyen bir takım eylemlerin yönetim tarafından öngörülebilmesine yardım eden bir nevi radar sistemi olarak kabul edilir (Özer, 2012: 322).

Sorun yönetimi, kamuya ilişkin sorunların tek taraflı çözümü ve zarar kontrolü ile ilgili değildir. Ayrıca sorun yönetimi, kurumun karşısında olan bütün unsurların yok edilmesi için yapılan faaliyetleri de içermez.

### 7.1.2.İlişki Yönetimi

Sorun yönetimi, stratejik halkla ilişkilerin bir gereği olarak konular gündeme dönüşmeden önce kamularla diyaloga dayalı ilişkilerin gerçekleştirilmesini sağlayan proaktif bir süreçtir. Ancak bazı durumlarda kurumların kamuların gücünü göz ardı ettikleri ve bu kamuların aktif kamuya dönüştükleri de görülebilir. Bu gibi durumlarda hedef örgütler etkili bir sorun yönetimi uygulayamadığı için eylemcilerle karşı karşıya gelirler. Bu güçle başa çıkabilmek için stratejik halkla ilişkiler, ilişkilere odaklanır. Bu da etkili bir ilişki yönetimini zorunlu kılar. Eylemciler aslında düşman değildir. Sadece halkla ilişkiler uygulayıcılarının alanda yer bulması önünde bir engeldir. Bu

alandaki yapılan vaka analizleri ve araştırmalar, devlet kurumları da dâhil olmak üzere kapitalist örgütlerin bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkilere öncelik vermesi gerektiğinin göstergesidir.

İlişki yönetimi dört adım yönetim süreci çerçevesinde hayata geçer. Bu süreçler, analiz, planlama, uygulama ve değerlendirmeden oluşur. İlişki yönetiminde halkla ilişkiler örgütün hedef kitlesi ile olan ilişkilerine odaklanır. İlişki yönetimi perspektifinden halkla ilişkiler, iletişim etkinliği olarak değil de iletişimi stratejik olarak kullanan bir yöntem olarak ele alınır. Geleneksel halkla ilişkiler ‘ne yaptığı’ ile tanımlanırken, ilişki yönetimi bakış açısı halkla ilişkilerin alanının ‘ne olduğunu’ belirlemeye ve tanımlamaya çalışır (Geçikli, 2013: 228).

İlişki yönetimi yaklaşımına göre, halkla ilişkiler uygulayıcıları, hedef kitle üyelerinin pasif alıcılar olmadıklarının, bunun yerine iletişim sürecine aktif, etkileşimli ve eşit oranda katılan ve bilgi arayan bireyler olduklarının farkına varmalıdırlar. Halkla ilişkilere ilişki yönetimi perspektifinden bakan bir algılayış ile birlikte iletişimin; kaynak tarafından yayılan duygu, düşünce ya da bilgilerin hedef kitleye aktarımı olmaktan çıkacağı ve ilişkilerin sürdürülmesini destekleyen bir araç olma özelliği kazanacağı dile getirilmektedir (Akar, 2010: 212).

## 7.2.Eylemci Örgütler Açısından

Eylemci gruplar, hedef örgütler ve onların çevreleri arasında bir çatışma ortamı yaratır. Bu ortamın varlığı, halkla ilişkilere olan ihtiyaç durumunu doğurur (Grunig, 1989: 4). Hung (2003), “İlişki kurma, Eylemcilik ve Çatışma Çözümü” konulu Tayvan’ın Taipei şehrinde uyguladığı bir vaka analizi çalışmasında Grunig ve Hunt’ın Dört Halkla İlişkiler Modeli ile eylemcilik ve çatışma çözümü arasında bağlantı kurmaya çalışmıştır. Bu çalışmada Hung, kurumlarla eylemci grupların yaşadığı çatışmalarda, eylemci grupların kendilerini nasıl güçlendirebileceğine dair dört öneri sunmaktadır. Bunlar:

1. Sorunların ve konuların stratejik bir yönetimi ve etkili bir tanımı yapılmazsa, kurumlar tartışmadan kolayca kaçabilecek ve bu şekilde güçlenecektir.
2. Dengesiz güçler arasında simetrik iletişim sürdürülmeli ve karşılıklı tatmin edici bir anlaşma sağlanmalıdır.
3. İlişkinin sürdürülmesinde görev paylaşımı ve yasallık güvencesi taraflar arasında düzgün bir tartışma ve güvene dayalı ilişkiler geliştirir.
4. Layıkıyla seçilen koalisyonlar “küçük ve zayıf” olan eylemci grupların fırsatlarını arttırıp; onları güçlendirebilir.

J. Grunig ve L. Grunig (1997), eylemci örgütlerin halkla ilişkileri nasıl uygulaması gerektiğiyle ilgili bir çalışma modeli sunmuştur. Çalışma sonucunda eylemci örgütlere bir takım öneriler getirilmiştir. Bunlar:

- 1) Ortak problemi paylaşan potansiyel kamuları belirlemek için kamuların durumsallık kuramının gücünü kullanın.
- 2) Organize olmuş kamu güçsüzse, diğer tamamlayıcı eylemcileri belirlemek için stratejik halkla ilişkiler planını ve koalisyon kurma yöntemini kullanın.
- 3) Kamu ya da koalisyon örgütlendiği zaman, probleme neden olan ve sorun potansiyeli bulunan hedef örgütlerle aradaki problem ya da problemleri çözmek adına simetrik iletişim geliştirmek için bir girişimde bulunun.
- 4) Bu girişimden sonra hedef örgütten herhangi bir yanıt alınamazsa eylemci grup, hedef örgütün problemleri dikkate alması için medya savunuculuğu, lobicilik ve dava açma gibi asimetrik tekniklere başvurmalıdır.
- 5) Bu teknikler kullanılarak hedef örgütün dikkati soruna odaklandığında eylemci grubun tekrar simetrik iletişime dönmesi gerekir. Sonuçta, karşılık uzun dönemli bir güven tahsisi için kazan-kazan ilkesi çerçevesinde hareket edilmelidir.

Mintzberg (1983)'e göre örgütlerin dışardan etkileyicileri olarak, toplumsal norm veya kurallar, resmi kısıtlamalar, baskı kampanyaları, yönetim kurullarının doğrudan kontrol ve üyeliği gibi unsurlar sayılabilir. Eylemci gruplar örgütleri kendilerinin de göz önünde bulundurulması ve kendileri ile de iletişime geçilmesi yönünde zorlarlar. Hem eylemci gruplar hem de örgütler birbirlerini etkilemek için halkla ilişkilerden faydalanırlar. Eylemci gruplar ile özel sektördeki bir örgüt aralarında yaşanan bir problemde her iki tarafın da yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyeti büyük oranda onların devletle olan ilişkileri tarafından belirlenir. Burada her iki taraf da devletle karşı tarafın ilişkisini hesaba katmak zorundadır.

Cawson (1986)'a göre de eylem grupları ile devlet arasındaki ilişkiler çoğulcu sistemlerde tek yönlü, korporatist sistemlerde ise iki yönlü iletişim ile karakterize olurlar. İşveren ve işçinin aynı geminin yolcuları olarak görüldüğü, devletin kontrolü ile anlaşma sağlanan ve genellikle de milliyetçi ülkelerin uyguladığı sosyal korporatist sistemlerde ise her iki tür iletişim şekli de kullanılır. Bu demek oluyor ki böyle sistemlerde eylemci gruplar politika üretmede daha etkili olurlar. Çoğulcu alanda faaliyet gösteren eylemci gruplar devletten daha az imkanlarla erişim ve etkileme anlamında yönetimle rekabet etmek zorunda kalırlar.

Reber ve Kim (2006), eylemci örgütlerin web sitelerini içerik analizi yöntemini kullanarak, bu örgütlerin online kaynaklarını nasıl kullandıklarını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre analize tabi tutulan web sitelerin %32'si online basın odası hizmeti vermektedir. Medya ile ilişkilerde en yaygın kullanılan materyaller ise %70 ile örgütün tarihi ile ilgili olanlardır. Bunu %54 ile görev tanımları, %47 ile örgütsel yayınlar, %34 ile basın bültenleri, %31 ile de siyasetle ilgili materyaller takip etmektedir. Bu araştırmada eylemcilerin kullandıkları web sitelerin gazeteciler için güçlü diyalojik özellikler göstermediği; fakat genel kamu için diyalojik bakımdan daha uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Reber ve Kim, 2005:313).

Reber ve Kim (2006)'in çalışmalarında ayrıca eylemci online medya ilişkileri bağlamında 6 pratik önerme sunulmaktadır (s.331).

1. Eylemci web sitelerin ana sayfalarında basın odası linki bulundurmaları gerekir. Birçok konuyla ilgili bilgi burada bulunmalı ve bu alana basit bir şekilde bilgi ekleme ile ana sayfadan yine bu alana ulaşabilecek bir link sağlanmalıdır.

2. Eylemci web siteler spesifik alanlarda çalışan uzmanlar için bilgi etkileşimi sağlamalıdır. Eylemci örgütler, gazetecilerle ilişki kurmak için web sitelerine haber kaynakları olarak hizmet edebilecek olan insanların erişimini sağlamalıdır.

3. Eylemci web siteler, gazetecilerin sorularına karşı örgütün anında cevap verebileceği bir mekanizma oluşturmalıdır. Böyle bir mekanizma, eğer rutinlik arz etmezse ve hızlı bir şekilde bilgi sağlamazsa anlamsız olur. Zaman sınırlılığı gazetecilik mesleğinin gerçekliğinin bir parçasıdır. Bu sebeple kaynakların değerli olabilmesi için, zamanında ve güvenilir yanıtların hızlı bir şekilde elde edilmesi gerekir.

4. Basına ve eylemci örgüte özel çıkar konularında düzenli eposta güncellemeleri gönderimi online bir ilişki kurulmasına yardım eder.

5. Eylemci web siteler haber bültenlerini yayınlamalı, haberler düzenli bir şekilde güncellenmeli ve eski haberler de arşivlenmelidir. Bir haber bülteninin arşivi geçmişteki bültenlere ulaşma imkanı verir. Ancak gerçek haberin haber değerinin de kısa ömürlü olduğu unutulmamalıdır.

6. Web sitelere ayrıca önemli hatırlatmalar, bir konuyla ilgili arka plan bilgisi veren rapor veya brifingler ve basın odalarında da örgüt yayınları bulundurulmalıdır.

## 8.Sonuç

Eylem gruplarının amacı, dışarıdan müdahale yoluyla örgütün işleyişini değiştirmektir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları, halkla ilişkilerin dört modelinden birini kullanarak, örgütün işleyişini içeriden iyileştirmeye çalışırlar. Basın ajansı/tanıtım modelini izleyen halkla ilişkiler uygulayıcıları, çoğunlukla gerçeklerle pek ilgilenmezler. Ne pahasına olursa olsun kendi örgütlerini destekler ve kamularını araştırıp anlama zahmetine pek girmezler. Kamuoyunu bilgilendirme modelini kullananlar ise, sürekli basın bültenleri üretmek tek yönlü bir iletişim sergilerler. Fakat çıktılarında açıklık ve doğruluğa önem verirler. Çift yönlü asimetrik modeli kullanan uygulayıcılar hem bilgi toplar hem de bu bilgileri yayarlar. İzleyicilerini ikna edip kontrol etmeyi hedeflediklerinden, kamuları hakkında olabildiğince çok bilgi edinmeleri gerektiğini bilirler. Mesajlarını yaptıkları araştırmaların sonuçlarına göre şekillendirirler. Halkla ilişkiler yaklaşımlarının en yenisi olan çift yönlü simetrik model uygulayıcıları ise aynı şekilde bilgi toplayıp yayarlar. Fakat bu modeli kullanan uygulayıcılar farklı olarak, egemen olmak yerine kamuları tanımaya ve onlarla işbirliği yapmaya yönelirler. Ayrıca hedef örgütler, varlıklarını sürdürebilmek için stratejik kamulara proaktif bir yöntem izleyerek cevap verebilmelidir. Çevredeki değişiklikleri sürekli gözlemlemek ve sorunların kaynaklarını bilmek bu açıdan önemlidir. Bu doğrultuda örgütlerin sorun yönetimi aracılığıyla stratejik bir program hazırlamaları önemlidir. Olayların hedef örgütlerin dışında ve ani olarak gerçekleştiği durumlarda da, bu örgütler aktif kamu ile ilişki inşasına yönelik gerçekleştireceği teknikleri de ellerinde bulundurması gerekir.

Demokratik sistemlerin yoğun olarak görüldüğü günümüzde, çoğulculuğun artması beraberinde kamusal tartışmaların da artması sonucunu getirir. Bu tartışmaların taraflar için barışçıl bir şekilde çözülmesi gerekir. Bu durumda kurumlar ve kamular birbirlerini dinleyip anlamaya ihtiyaç duyarlar. Barışçıl bir çözüm ise ancak etkili halkla ilişkiler uygulamalarıyla mümkündür. Eylemcileri dikkate alan ve onlarla kesintisiz iletişim kuran kurumlar meşruluklarını devam ettirmektedir.

### Kaynakça

Akar, Hüsamettin (2010), “Halkla İlişkilere Farklı Bir Yaklaşım: İlişki Yönetimi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi**, 6,3, 206-215, Konya.

Akatay, Ayten ve Yelkikalan, Nazan. (2007). **Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve İnsan Kaynakları Yönetimi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.

Aldoory, L, Sha B.L. (2007). “The Stuatinal Theory of Publics: Practical Applications, Methodological Challenges and Theoretical Horizons” **In The Future of Excellence In Public Relations and Communications Management: Challenges For The Next Generation**, Toth EL (ed.). Lawrence Erlbaum Associates: Mahwah, NJ. pp.339-355.

Anderson, Deborah (1992), “Identifying and Responding to Activist Publics: A Case Study”, **Journal of Public Relations Research**, 4:3, s.151-165.

Carter, Stacy (2002), “Mongoven, Bicoe & Dunchin: Destroying Tobacco Control Activism From The Inside” **Tobacco Control**, Vol.11, No.2 (June 2002), s.112-118

Castells, Manuel (2008), “The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance”, **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, 78-93.

CognitiveSomputingResearchGroup,(2019),<http://ccrg.cs.memphis.edu/tutorial/introduction.html> (Erişim Tarihi: 14.09.2019)

Cawson, Alan (1986), “Corporatism and Political Theory”, **Basil Blackwell**, New York, pp. 27-30.

Çaha, Ömer. (2003), **Aşkın Devletten Sivil Topluma**, Gendaş A.Ş., İstanbul.

Çakır, Hilal, Özdemir (2010), “Tüketici Boykotlarının Kriz İletişimi Açısından Değerlendirilmesi”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2 121-136

Çalı, Hasan Hüseyin (2010), “Protesto ve Miting Kavramı Üzerine Bir Yazı”, (Çevrimiçi) <http://www.caginpolisi.com.tr/45/47-48.html>.(Erişim Tarihi 13.09.2015).

Demir Gök, Zuhul (2011). “Stratejik Halkla İlişkilerin İtici Gücü: Eylemcilik”, **Halkla İlişkilerden Stratejik Halkla İlişkilere**, (Ed. Çiğdem Karakaya Şatır), Nobel Yayınları, Ankara.

Deniz, Çağlar (2015), **Toplumsal Hareket Teorileri ve Ortadoğu İsyancıları**, Orion Kitabevi, Ankara.

Derville, Tiffany (2005), “Radical Activist Tactics: Overturning Public Relations Conceptualizations”, **Public Relations Review**, 31: 527-533.

Doğan, İlyas (2002), **Özgürlükçü ve Totaliter Düşünce Geleneğinde Sivil Toplum**, Alfa Yayınları, İstanbul.

Dozier, David ve Lauzen Martha (2000,. “Liberating the Intellectual Domain From the Practice: Public Relations, Activism, and the Role of the Scholar”, **Journal of Public Relations Research**, 12: 1, 3-22.

Friedman, Thomas (2000), **The Lexus and The Olive Tree**, Anchor Books, New York.

Geçikli, Fatma (2013). **Halkla İlişkiler ve İletişim**, 3. b., Beta Yayınları, İstanbul.

Goodwin, Jeff ve Jasper, James (2015), **The Social Movements Reader: Cases and Concepts**, WILEY Blackwell, Third Edition. UK.

Grunig, James, E, (1989), “Sierra Club Study Shows Who Become Activists”, **Public Relations Review**, Vol. XV, No.3.

Grunig, James E. ve Grunig, Larissa A. (1997), “Review of A Program of Research On Activism: Incidence In Four Countries, Activist Publics, Strategies of Activist Groups, And Organizational Responses To Activism”, **Paper Presented To The Fourth Public Relations Research Symposium, Managing Environmental Issues**, Lake Bled, Slovenia.

Grunig, James E. ve Jaatinen, Miia (1998), “Strategic, Symmetrical Public Relations in Government: From Pluralism To Societal Corporatism”, **Journal of Communication Management**, Vol.3 Iss: 3 s. 218-234.

Grunig, James E. ve Repper, Fred C. (2005), “Stratejik Yönetim, Kamular ve Gündemler”, **Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, (Editör: Grunig James E.), Çev. Elif Özsayar. İstanbul Rota Yayınları, s.131-172.

Grunig, Larissa (2005), “Eylemcilik: Örgütlerin Etkinliğini Nasıl Sınırlıyor ve Mükemmel Halkla İlişkiler Departmanları Nasıl Karşılık Vermeli”, **Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**. (der) içinde. Grunig James E., Çev. Elif Özsayar. İstanbul Rota Yayınları, s. 527-557.

Grunig, Larissa (1986), “Activism And Organizational Response: Contemporary Cases Of Collective Behaviour.”, **Paper Presented To The Association For Education In Journalism And Mass Communication**, Norman, Oklahoma.

Guattari, Felix (1986), “The Postmodern dead end.”, **Flash Art**, 128, 40-41.

Guiniven, John E. (2002), “Dealing With Activism In Canada: An Ideal Cultural Fit For The To-Way Symmetrical Public Relations Model”, **Public Relations Review**, 28: 393-402.

Heath, Robert (1997), **Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges**. Sage: Thousand Oaks, C.A.

Holtzhausen, Derina (2000)., “Postmodern Values in Public Relations”, **Journal of Public Relations Research**, 12: 1, 93-114.

Holtzhausen, Derina ve Voto, Rosina (2002), “Resistance From the Margins: The Postmodern Public Relations Practitioner as Organizational Activist”, **Journal of Public Relations Research**, 14: 1, 57-84.

Hung, Flora Chun-ju (2003), “Relationship building, activism, and conflict resolution — A case study on the termination of licensed prostitution in Taipei City”, **Asian Journal of Communication**, 18 may 2009, s. 21-49.

Jahng, Mi Rosie-Hong, Seoyeon-Park, Eun Hae (2014), “How Radical Is Radical?: Understanding The Role Of Activist’s Communication Strategies On The Formation Of Public Attitude And Evaluation”, **Public Relations Review**, 40: s.119-121.

Jones, Barrie ve Chase, W.Howard (1979), “Managing Public Policy Issues”, **Public Relations Review**, 5 (2), s. 3-23.

Karagianni, S. Katharine ve Cornelissen Joep (2006), “Anti-Corporate Movements and Public Relations” **Leeds University Business School**, Leeds LS2 9JT, UK. S.168-170

Karagöz, Kezban (2013), “Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri” **İletişim ve Diploması Dergisi**, 1 (1), s.131-156.

Kavada, Anastasia (2010), “Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective”, **Digital Activism Decoded The New Mechanics of Change**, İçinde (der). Mary Joyce, International Debate Education Association, New York, 101-118.

Locke, Richard (2002), “The Promises And Perils of Globalization: The Case of Nike”, Case Study Presented at **The MIT Sloan School of Management 50th Anniversary Conference**, Cambridge, MA. Retrieved September 30,

Mayhew, Leon (1997)., **The New Public: Professional Communication and The Means of Social Influence**, Cambridge University Press, England.

McCown Nance (2007), “The Role of Public Relations With Internal Activists”, **Journal of Public Relations Research**, s.47-68

Mintzberg, Henry (1983), “Power In and Around Organizations”, **Prentice-Hall, Englewood Cliffs**, N.J. s.48-49.

Moe, Terry (1988), **The Organization Of Interests**, The University Of Chicago Press. Chicago, IL, United States

Mozorov, E. (2009). “The Brave New World of Slacktivism, In Foreign Policy”, <http://www.npr.org./templates/story/story.php?storyId=104302141> (Erişim Tarihi: 02.10.2015).

Okay Ayla ve Okay Aydemir (2011). **Halkla İlişkiler. Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, Genişletilmiş Dördüncü Basım, Der Yayınları, İstanbul.

Olson, Mancur (1982), **The Logic Of Collective Action: Public Goods And The Theory Of Groups**, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Ökçesiz, Hayrettin (1996), **Sivil İtaatsizlik**, 2.b., Alfa Yayınları, İstanbul.

Özer, Mehmet Akif (2012), **Halkla İlişkiler Dersleri**, 2.b., Adalet Yayınevi, Ankara.

Pal, Mahuya ve Dutta, Mohan (2012), “Organizing Resistance On The Internet: The Case Of The International Campaign For Justice In Bhopal”, **International Communication Association, Communication, Culture & Critique** 5: s. 230-251.

Postmes, Tom ve Brunsting, Suzanne (2002), “Collective Action In The Age Of Internet”, **Social Science Computer Review**, 20, s. 290-301.

Reber, Bryan ve Kim, Jun Kyo (2006), “How Activist Groups Use Websites in Media Relations: Evaluating Online Press Rooms”, **Journal of Public Relations Research**, 18:4, s.313-333.

Seo, Hyunjin- Kim Ji Young- Yang Sung- Un, (2009), “Global Activism and New Media: A Study of Transnational NGO’s Online Public Relations”, **Public Relations Review**, 35 (2009), s. 123-126.

Sert, Nuray Yılmaz (2012), Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye’de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İntisi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul.

Smith, M. F., (2005). “Activism”, , **Encyclopedia of Public Relations**, (Editör: Roberth Heath), Thousand Oaks, CA: Sage.s. 5-9.

Stokes Ashli Q. ve Rubin Donald (2010), “Activism and the Limits of Symmetry: The Public Relations Battle Between Colorado GASP and Philip Morris”, **Journal of Public Relations Research**, 22: 1, s. 26-48.

Tesh, Sylvia (1984), “In Support Of ‘Single Issue’ Politics”, **Political Science Quartely**, 99, s.27-44.

Taylor, Maureen (2009), “Civil Society As A Rhetorical Public Relations Process”. İçinde: **Rhetorical And Critical Approaches To Public Relations II** (Ed. Robert L. Heath, Elizabeth L. Toth ve Damion Waymer). New York: Routledge. S. 76-91.

Trujillo, Nick ve Toth, Elizabeth Lance (1987), “Organizational Perspectives for Public Relations Research and Practice”, **Management Communication Quarterly**, 1, 199-231.

Uçkan, Özgür (2012), “Dijital Aktivizm mi? Aktivizm mi?” **İstanbul Bilgi Üniversitesi, Alternatif Bilişim Derneği** 30 Mayıs. S. 53-80.

Ünsal, Engin (2011), “Grev Hakkının Geleceği”, **TBB Dergisi**, 2011 (92), Ankara. S. 419-430.

Wakefield, Robert (2007), “Theory of International Public Relations, The Internet, and Activism: A Personal Reflection.”, **Journal of Public Relations Research**, 20:1, s. 138-157.

Van Laer, Jeroen, ve Van Aelst, Peter (2010), “Internet and Social Movement Action Repertoires. Information”, **Communication & Society**, s. 1146-1171.

Veil, Shari- Reno, Jenna-Freihaut, Rebecca- Oldham, Jordan (2015), “Online Activists vs. Kraft Foods: A Case of Social Media Hijacking”, **Public Relations Review** 41: s.103-108.

Zoch, Lyn- Collins Erik L.- Sisco, Hilary Fessell-Supa, Dustin, (2008), “Empowering The Activist: Using Framing Devices On Activist Organizations’ Web Sites”, **Public Relations Review**, 34: s.351-358.