

## Kadın Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler Rollerini: Durum Çalışması\*

### The Public Relations Roles of Women's Research and Implementation Centers: Case Study

Nur Banu Ateş, Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,  
E-posta: banuates@ksu.edu.tr;

ORCID ID: 0000-0003-0683-9790

Emel Tanyeri Mazıcı, Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi,

E-posta: etanyeri@erciyes.edu.tr;

ORCID ID: 0000-0003-2731-5996

Araştırma Makalesi/Research Article

#### Anahtar Kelimeler:

toplumsal cinsiyet,  
kadın sorunları,  
üniversite kadın  
araştırma merkezleri,  
halkla ilişkiler rolleri,  
durum çalışması

#### Öz

Bu çalışmanın amacı ülkemiz üniversitelerinde yer alan kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezlerinin halkla ilişkiler rolünü ortaya koymaktır. Bu doğrultuda merkezlerin amaçları, üniversiteye sağladığı katkıları, planladığı ve gerçekleştirdiği uygulamaları halkla ilişkiler kapsamında incelenmiştir. Veriler MAXQDA 20 programı kullanılarak hem içerik hem betimsel analize tabi tutulmuş, bulgular yorumlanarak verilmiştir. Araştırma sonucunda kadın araştırma merkezlerinin "uzman reçeteci", "iletişim kolaylaştırıcı", "sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı", "iletişim teknisyenliği", "ikna edici", "savunucu", "eğitici ve bilgi tedarikçisi", "imaj ve itibar yöneticisi", "ilişki kurucu" ve "kültürel aracı" gibi halkla ilişkiler rollerinin olduğu bulgusu elde edilmiştir.

#### Abstract

#### Keywords:

social gender, women's  
issues, university  
women's research  
centers, role of public  
relations, case study

This study aims to show the role of the research and application centers for women's issues at the universities of our country in the field of public relations. In this direction, the aims of the centers, their contributions to the university, their planned and realized practices in the framework of public relations were studied. Data were subjected to both content and descriptive analysis using the MAXQDA 20 program, and the findings were analyzed by interpreting. As a result of the research, women's research centers were found to play the role of "expert prescriber" "communication facilitator," "problem-solving process facilitator," "communication technician," "persuader," "advocate," "educator and information provider;" "image and reputation manager," "relationship builder," and "cultural tool" in public relations.

\*Bu çalışma birinci yazarın, ikinci yazar danışmanlığında yürütmüş olduğu doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

**Başvuru Tarihi:** 04.04.2022

**Yayıma Kabul Tarihi:** 13.06.2022

Ateş, N. B., Tanyeri Mazıcı, E. (2022). Kadın araştırma ve uygulama merkezlerinin halkla ilişkiler rolleri: Durum çalışması. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (8), 100-129.

## Giriş

Hemen her durumda halkla ilişkileri tanımlamaya ilişkin yaklaşımların ortak noktası; halkla ilişkilerin, işletmelerin pazarlama iletişimlerinden, sivil toplum örgütlerinin destek alma çabalarına, yasama ile iletişim faaliyetlerinden, yurttaşların yönetime katılmalarının sağlanmasına ve çalışanların kararlara katılımına kadar farklı birçok alanda uygulanabilirliği yani kısaca disiplinlerarasılığı ve iletişimle ortaya çıkmasıdır. Bu bağlamda halkla ilişkiler bir kurumun sürdürülebilirliğinin temel taşı olabilir, yoksullukla mücadelede çözümler üretebilir ama bunun yanı sıra tüketim kültürünün itici gücünde olabilir, istenmeyen sosyal değişimlerde baş aktör rolü de oynayabilir (Peltekoğlu, 2016, s. 373). Bu doğrultuda halkla ilişkilerin sistemin uyum içerisinde çalışabilmesine, mevcut durumun devam ettirilmesine, hâkim ideolojinin sürdürülebilir kılınmasına ve yeniden üretilmesine katkı sağlayabileceği gibi sosyal değişim sürecinde de etkili bir aktör olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Sosyal değişim sürecinde halkla ilişkilerin üstlendiği bu rol, insanların toplumsal cinsiyet algısına maruz kaldığı sosyal dünyanın değiştirilip dönüştürülmesinde de önem arz etmektedir.

Kadın ve erkek olmayı ifade eden cinsiyetten farklı olarak toplumsal cinsiyet, toplumun bireyleri nasıl görüp algıladığı, nasıl olmasını istediği, hangi haklara kimin ne derecede sahip olmaları gerektiği, hangi değerleri atfettiği, hangi davranışları sergileyeceği kısacası biyolojik cinsiyetlerine uygun görülen toplumsal rol ve sorumluluklara göre inşa edilmiş kimliklerdir. Toplumsal cinsiyet algısı ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda kadın aleyhine sonuçlar doğurmaktadır. Kadınlar eğitimde fırsat eşitsizliği, siyasal alanda temsil düşüklüğü, istihdamda erkeklere göre daha az yer alma, medyada temsil edilme biçimleri hem evde hem de toplumsal yaşamda şiddete uğrama, öldürülme gibi bir dizi sorunla karşı karşıya kalmaktadır.

Toplumsal gelişme ve kalkınma önünde önemli bir engel teşkil eden kadın sorunlarının görünür kılınması ve ortadan kaldırılması için, cinsiyet eşitliğini kabul eden politikanın oluşturulması, kadınların okullaşma oranının artırılması, iş yaşamına ve sosyal yaşama katılmasının desteklenmesi, kız çocuklarının eğitim hakkından yoksun bırakılmasının önüne geçilebilmesi ve eğitim becerilerinin kazandırılması konularında köklü çözümler üretilmesi, yasal politikaların oluşturulması ve kabul görmesi, algı, tutum ve davranış değişikliğinin sağlanması gerekmektedir. Tüm bunların gerçekleştirilmesinde ise toplumsal ortak bilincin ve farkındalığın oluşturulması gerekmektedir. Nitekim bu alanlardaki düzenlemeler konusunda toplumsal ve bireysel bir bilinç oluşturulabilmesi için mevcut durumu görmezden gelmek yerine sorunu ortaya koyarak çözüm önerisi sunan, kapsama alanı geniş bir halkla ilişkiler stratejisinin yürütülmesi gerekmektedir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2017).

Kadınların tarih boyunca uğradıkları haksızlık ve ezilmişlik karşısında, sistematik araçlarla ve direniş biçimleri ile mücadele edilmesi önem kazanmıştır. Toplumsal cinsiyet algısından kaynaklı olarak kadınların ekonomik, siyasal ve sosyal alanda karşılaştığı eşitsiz muamelelere karşı mücadele konusunda girişimler ulusal ve uluslararası arenada çeşitli düzeylerde gerçekleşmiştir. Uluslararası Çalışma Örgütü, Birleşmiş Milletler, Avrupa Komisyonu ve Avrupa Birliği gibi uluslararası örgütlerin bünyelerinde yer

alan çeşitli belge ve politikalar ile kadınların cinsiyet eşitsizliğinden dolayı yaşadığı ayrımcılık engellenmeye veya ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Ulusal arenada ise, Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü gibi resmi düzeyde kurumlar, KADER, Mor Çatı vb. sivil toplum kuruluşları ve üniversitelerin bünyesinde yer alan Kadın Araştırma Merkezleri gibi akademik düzeydeki örgütlenmeler ile bu mücadele sürdürülmektedir. Kadın hareketinin kurumsallaşması olarak literatürde yer alan bu kuruluşlar kadınların cinsiyet eşitsizliğinden dolayı yaşamak zorunda kaldığı sorunların görünür kılınmasında, çözümlenmesinde, bilinç ve farkındalığın oluşturulmasında önemli mekanizmalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu yaklaşımdan hareketle cinsiyet eşitliğinin yaygınlaştırılması, sosyal, kültürel ve ekonomik alanda kadınların yaşadığı sorunlara yönelik farkındalık yaratılmasında üniversite kadın araştırma merkezlerinin halkla ilişkiler rolünü belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma literatürdeki örgüt temelli toplumsal cinsiyet ve halkla ilişkiler çalışmalarından farklı bir nitelik taşımaktadır. Çalışma, halkla ilişkiler çalışanlarının, uzmanlarının toplumsal cinsiyet temelli maruz kaldıkları ayrımcılıklardan ziyade, kadınların toplumsal yaşamda eğitim, istihdam, medya, yetki ve karar alma mekanizmalarında yer alma, hukuk ve sağlık gibi birçok alanda karşılaştığı sorunlara çözümler üretme, sorunları görünür kılma ve toplumda değişim dönüşüm gerçekleştirmede halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarının önemini vurgulamaktadır

Çalışmanın araştırma tasarımı, niteliksel yöntemle dayanılarak oluşturulmuş, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak Türkiye'deki üniversitelerin bünyesinde yer alan 17 kadın araştırma merkezi ile çevrim içi ortamda görüşme yapılmıştır. Merkezlerden 1'i pilot uygulama olarak değerlendirilmiş, bu nedenle çalışmanın bulgular ve yorumlanmasına dahil edilmemiştir. Görüşmenin yapılacağı merkezler, amaçlı örnekleme yöntemlerinden "ölçüt örnekleme" ve "kolayda örnekleme" türlerine göre belirlenmiştir. 17 üniversite kadın araştırma merkezi belirlenirken; ülkemizdeki bütün coğrafi bölgeleri temsil eden en az bir merkez olmasına, merkezlerin bulunduğu ilin, büyük şehirlerden olmasına ve en önemlisi de Türkiye'deki üniversitelerde ilk açılan merkezler olmasına dikkat edilmiştir. Bu ölçütlerde ulaşılan 17 kadın araştırma merkezinden 14 devlet 3 özel üniversite bünyesinde yer alırken 14 ile çevrim içi görüşme 3 ile yazılı görüşme yapılmıştır. Merkezlerden 9'u 16 yılı aşkın süredir faaliyet göstermektedir. Görüşme yöntemiyle toplanan veriler MAXQDA 20 programıyla içerik ve betimsel analize tabi tutulmuş, elde edilen sonuçlar halkla ilişkiler amaçları, faaliyetleri ve merkezlerin üniversiteye katkısı doğrultusunda yorumlanarak merkezlerin halkla ilişkiler rolleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### Halkla İlişkiler Rollerini

Halkla ilişkiler bilimcileri tarafından geniş ölçekte araştırılan halkla ilişkiler rolleri, yönetsel-işlevselci yaklaşımda halkla ilişkiler uygulayıcılarının gündelik etkinliklerini tanımlamaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkilere rol kavramını ilk kez Broom ve Smith (1979), halkla ilişkiler uygulayıcı rolleriyle ilgili olarak *uzman reçeteci rolü*, *iletişim kolaylaştırıcı rolü*, *sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı rolü* ve *iletişim teknisyeni rolü*

olmak üzere dört kuramsal rol öne çıkarmıştır.

Uzman reçeteci rolde uygulayıcılar hem halkla ilişkiler sorunlarının ortaya konmasında hem de onların çözümlenmesinde güçlü bir yetkili olarak hareket ederken, iletişim kolaylaştırıcı rolünde ise kurum ile hedef kitle arasında irtibat sağlayıcı, yorumlayıcı ve aracı olarak hizmet etmektedirler (Broom, 1980, s. 5). Sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı rolde ise halkla ilişkiler uygulayıcısı yönetimin örgütsel, iletişim ve ilişki sorunlarına sistemli bir çabayla çözüm geliştirme sürecine yardım etmektedir. Uzman reçeteci rol yönetimi pasif kılarken, sorun çözme süreci hızlandırıcıları sorunların adım adım çözülmesi için yönetimle dikkatli çalışma yürütmektedir (Dozier, 2005, s. 352). Halkla ilişkiler uygulayıcı rollerine ilişkin sonuncusu ise iletişim teknisyen rolüdür. Bu rol bağlamında halkla ilişkiler uygulayıcıları bir kurumda yazma ve basınla ilişkiler gibi bir temel gazetecilik yeteneklerinden dolayı görevlendirilirler (Broom ve Smith, 1979).

Broom ve Smith tarafından yapılan halkla ilişkilere yönelik bu rol çalışmaları teker teker uygulayıcıları ve onların çalışma etkinliklerini incelerken, halkla ilişkiler işlevinin bir bütün olarak örgüt tarafından hangi biçimlerde gerçekleştirildiğine ilişkin çeşitli rol tanımlamaları da yapılmıştır. Normatif diğer adıyla örgütsel bakış açısından rol tanımlaması ise Hutton'a aittir. Hutton'a göre (1999, s. 202), halkla ilişkilerin "ikna edici, savunucu, eğitici ve bilgi tedarikçisi, amaca yönelim (proaktivite), imaj ve itibar yönetimi ve ilişki kurucu" olmak üzere altı rolü bulunmaktadır.

Halkla ilişkiler uygulamalarıyla ulaşılmak istenen nihai hedef, kurumların ya da kişilerin hedefledikleri kitleleri belli bir düşünce, tutum ya da davranışa sahip olmak üzere ikna etmektir (Uzun, 2016, s. 229). Halkla ilişkilerin temel rollerinden biri olan savunuculuk ise iknaya benzer olarak hedef kitleleri bireyin, organizasyonun veya fikrin bakış açısını olumlu bir şekilde görmeye veya kabul etmeye ikna etme amacıyla bir bireyi, kuruluşu veya fikri alenen temsil etme eylemi' olarak tanımlanmaktadır (Edgett, 2002, s. 1). Bivins'e göre (1989, s. 70), halkla ilişkiler, uzlaştırıcı ve savunucu işlevi ile hem kamu tartışmaları ile ilgilenme hem de onları destekleme fırsatına sahip olmaktadır.

Halkla ilişkilerin bir diğer rolü ise kamuyu eğitmek ve bilgilendirmektir. Kamuyu bilgilendirme rolü halkla ilişkiler faaliyetlerinin eğiticiliği ve bilgi değişimi sağlamasına vurgu yapmaktadır. Bazı devlet kurumlarının yanı sıra sektördeki ticaret birlikleri ve hizmet kuruluşları bu rolü gerçekleştirebilmektedir (Hutton, 1999, s. 207). Halkla ilişkilerin görev tanımı içinde bulunan imaj ve itibar oluşturma rolü ise postmodern çağda mesleğe yönelik en büyük sorgulama evrenini oluşturmaktadır. Ivy Lee ve diğer halkla ilişkiler öncülerinin uygulamalarında derin köklere sahip olan imaj/ itibar yönetiminde olumlu düşünce sağlatma, düşünce yoksa yaratmak; alttaysa aktif düşünce yapmak ve düşmanca veya negatif düşünceyi etkisiz hale getirmek, yansızlaştırmak gibi çabaları içermektedir (Erdoğan, 2014, s. 194).

Ledingham ve Bruning (1998, 2000), Grunig ve Huang (2000) ve Huang (2001) halkla ilişkilerin ilişki inşa edici işlevi üzerine odaklanmaktadır. Ledingham ve Bruning'e



göre (1998, s. 56), halkla ilişkileri “iletişim yönetiminden ziyade “ilişki yönetimi” olarak tanımlamak kavramsal bir değişime işaret etmektedir. Halkla ilişkiler alanının odağı ilişkiler olmalıdır. Çünkü kurumlar ve kamular arasındaki karşılıklı anlayış ve fayda önemlidir. Karşılıklılığa yapılan bu vurgu, ilişkinin etkileşimli ve dinamik doğasına vurgu yapmak anlamına gelmektedir (Ledingham, 2009, s. 135-136).

Halkla ilişkilere yüklenen bu rollerin yanı sıra, halkla ilişkilerin aktivizm, araştırma ve kültürel aracılık rolleri de bulunmaktadır. Halkla ilişkilerin aktivist rolü, halkla ilişkiler uygulayıcısını örgüt içerisinde aktivist rol üstlenen bir güç olarak değerlendirmektedir (Holtzhausen ve Voto, 2002, s. 58). Halkla ilişkilerin araştırma rolü ise halkla ilişkilerin teknisyen rolünün dışında yönetici rolünün olduğu anlayışına dayanmaktadır. Halkla ilişkiler yöneticilerinin, örgütlerin üst yönetim kademesindeki karar alımı ve sorun çözümü etkinliklerine katılması, hatta bazen bunların liderliğini üstlenmesi söz konusu olabilmektedir. Bu, uygulayıcının araştırma kullanımının başlı başına bir işlevidir (Ehling ve Dozier, 2005; Dozier, 2005).

Halkla ilişkilerin, eğitim, din, siyaset, sanat, spor gibi toplumsal uzamı oluşturan hemen hemen tüm alanlarda faaliyet gösterdiği düşünüldüğünde kültürel aracılık rolünün ne denli geniş olduğunu anlamak mümkündür. Örneğin nasıl iyi bir “rock müzik hayranı”, müşteri ya da vatandaş olunacağı; nasıl daha iyi, daha çekici, daha mantıklı ve daha sorumlu olunacağıyla ilgili varsayımlar ortaya atılmaktadır (Edwards, 2012, s. 439-440). Dolayısıyla halkla ilişkilerin belirli bir yaşam tarzı için “aracı” olduğu görülmektedir.

### **Üniversite Kadın Araştırma Merkezleri**

Günümüzde, bilginin üretildiği ve uygulandığı araştırma kurumları olan üniversiteler 19. yüzyıla kadar bilgiyi aktaran, yorumlayan ve koruyan, kültürel ve entelektüel kurumlar olarak varlığını sürdürmüş, modern araştırma üniversitesine kadar bilimsel araştırma çoğunlukla üniversite dışında gerçekleşmiştir. Akademik sistemin bilimsel araştırma yapma ve uygulanabilir sonuçlara ulaşma işlevini edinmesinin sonucu olarak üniversiteler, bilgiyi aktarma misyonu yerine bilgiyi üretme misyonunu benimsemiştir (Gül ve Alpaydın, 2017, s. 628). Bu misyondan hareket eden üniversitelerde kadın konusundaki kurumsallaşma, özellikle sosyal bilimlerden akademisyenlerin yer aldığı toplumsal cinsiyet, kadının sosyal ve ekonomik statüsü, sağlık, şiddet, eğitim gibi konularda araştırmalar yapan Kadın Araştırma ve Uygulama Merkezleri adı altında kurulan merkezlerden ve üniversitelerin Sosyal Bilimler Enstitülerine bağlı olan Kadın Çalışmaları Anabilim Dallarından oluşan iki grupta gerçekleşmiştir.

Tarihsel olarak toplumsal cinsiyet ve kadın çalışmaları konusunda dünyada akademik düzeyde farklı zamanlarda gerçekleşen kurumsallaşma 1995 yılında Pekin’de yapılan “BM Dördüncü Dünya Kadın Kongresi” sonrasında ilan edilen Eylem Planına paralel olarak Türkiye’de de oluşmaya başlamıştır. Kadın sorunları, kadın hakları, toplumsal cinsiyet konuları, kadın girişimciliği, kadının ailedeki yeri ve kadın sağlığı gibi konularda çalışmalar yürüten Kadın Araştırma Merkezleri, Türkiye’de ilk kez 1989 yılında İstanbul Üniversitesi’nde ve 1993 yılında Ankara Üniversitesi’nde kurulan

kadın araştırmaları merkezleri ile başlamış; ancak sonrasında 2000’li yıllara kadar ağır bir ilerleme gstermiştir. 2000’li yılların başından itibaren Türkiye’de toplumsal hayatta kadın erkek eşitliğini sağlamayı ve cinsiyete dayalı ayrımcılığı önlemeyi amaçlayan birçok düzenlemenin yapılmaya başlanmasıyla birlikte üniversitelerde kadın araştırmaları merkezlerinin açılması da teşvik edilmiştir (zvarış ve Akın, 2003, s. 1-5).

1990’dan 2008’e kadar çok yavaş bir artış gsteren bu merkezler 2008 yılından sonra hızlı bir şekilde artmaya başlamış, günümüzde bu merkezlerin sayısı aile, ocuk, sağlık, toplumsal cinsiyet, sorunlar, uygulama gibi ilaveler ile birlikte 107’ye ulaşmıştır. Farklı isimler kullanılarak açılan merkezler tarafından kullanılan isimler o merkezlerin faaliyet alanının çerçevesinin çizilmesi ve amaçlarının belirlenmesi bakımından önemlidir. Yükseköğretim Kurumları KASAUM raporuna göre araştırma merkezlerinin isimlerinde kadın vurgusunun, toplumsal cinsiyet vurgusuna oranla daha sık tercih edilmekte, bu da merkezlerin toplumsal olarak belirlenen erkeklik ve kadınlık hakkındaki kültürel görüşler, inanç sistemleri, imajları ve beklentileri değerlendirmekten ziyade kadına odaklanma amaçlarını güttüklerini gstermektedir. Cinsiyet ilişkileri yalnızca “kadın sorunları” denilen sorunlardan ibaret olmadığı gibi, “kadın sorunları” olarak görülen sorunlar da aslında yalnızca kadınların sorunları değildir. Kadınlara yönelik toplumsal cinsiyet eşitmezliği sadece g kullanarak zor yoluyla değer, kadınların onayıyla da gerçekleşmektedir. Çünkü kadınların kendileri de toplumsal cinsiyet eşitmezliğinin varlığından haberdar değerlerdir ve bunu iselleştirmektedirler.

Sosyal normları, yerleşik uygulamaları, politikaları veya belirli sosyal grupların hkimiyetini hedefleyerek eğitim, sağlık, istihdam, hukuk, siyasal katılım, ekonomi ve şiddet gibi konularda kadınların yaşadığı sorunlara yönelik farkındalık yaratmaya, tutumları değer değiştirmeye ve belirli eylemleri teşvik etmeye çalışan kadın araştırma merkezleri, 1990’lardan sonra teknolojinin de sağladığı imknlarla halkla ilişkiler stratejilerini ve taktiklerini kullanarak iletişim kampanyaları düzenlemeye başlamışlardır. Bu yönüyle üniversitelerin bünyesinde farklı adlarla yer alan ama ortak noktası kadın olan araştırma merkezlerinin ulaşmaya çalıştığı amaçları ve bu amaçlar doğerultusunda gerçekleştirdiği faaliyetleri halkla ilişkiler kapsamında değerlendirmek mümkündür.

## **Araştırma Metodolojisi**

### ***Amaç ve Yöntem***

Çalışmanın amacı hem normatif halkla ilişkiler hem de alternatif halkla ilişkiler yaklaşımları temelinde, kadın hareketinin önemli bir kazanımı olan niversite kadın araştırma merkezlerinin kadın sorunlarına yönelik farkındalık oluşturma ve toplumsal bilincin sağlanmasıyla halkla ilişkiler aracı olarak nasıl bir rol üstlendiğini ortaya koymaktır. Bu amaç doğerultusunda gerçekleştirilmiş araştırma literatürde yok denecek kadar azdır.

Üniversitelerin kadın araştırma merkezlerine yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin bilimsel literatür incelendiğinde, Türkiye’de kadın araştırmaları merkezleri üzerine yapılan çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Savaş, Ertan

ve Yol (2018), “Türkiye’deki Üniversitelerin Kadın Araştırmaları Merkezleri Profili Araştırması” adlı makale Şubat 2018 yılına kadar Türkiye’de üniversitelerde yer alan kadın araştırmaları merkezlerinin genel profillerini ortaya koymaktadır. Uygulamalı nicel araştırma yöntemleri kullanılan bu çalışmada, üniversite kadın araştırmaları merkez müdürlerinin çalışma alanları ile merkezlerin etkinlikleri, sağlanan imkânlar, verdikleri eğitim programları, merkezlerin sorunları ve çözüm önerileri gibi bilgiler sorgulanmıştır. Merkezleri konu edinen başka bir çalışmada “Üniversitelerin Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri” başlıklı bir derleme çalışmasıdır. Bu çalışmada, 2016 yılı itibarıyla her bir kadın araştırmaları merkezinin web sayfaları tek tek incelenerek amaç, hedef, çalışmalar, vizyon, misyon ve yönetmelikleri hakkında bilgiler verilmiştir (Balci, 2016). Merkezlere yönelik bir diğer çalışma ise Çilingiroğlu (2001)’na aittir. “Türkiye’de Akademik Düzeyde Kadına Yönelik Kurumsallaşma” adlı çalışmada Çilingiroğlu, üniversitelerdeki 11 kadın araştırmaları merkezi hakkında derlenen özet bilgileri sunmuştur. Benzer şekilde 2003 yılında Hacettepe Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından yayınlanan üniversitelerdeki 14 kadın araştırmaları merkezi kuruluş yıllarına göre alfabetik olarak sıralanarak tanıtılmıştır (Özvarış ve Akın, 2003). Alptekin (2011), “Sokaktan Akademiye: Kadın Hareketinin Kurumsallaşma Süreci” başlıklı çalışmada üniversitelerin web sitelerinden derlenen kadın araştırmaları ve uygulama merkezlerine ilişkin kısa bilgilere yer vermiştir. “Kadın Kuruluşları İçinde Üniversite Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Yeri ve Önemi” başlıklı bir diğer çalışmada da 13 kadın araştırmaları merkezinin kuruluş tarihi, amaç ve işlevlerine yer verilmiştir (Eroğlu, 2004).

Cinsiyet eşitliğini kabul eden bir sosyal politikanın oluşturulması, kadının iş yaşamına ve sosyal yaşama katılmasının desteklenmesi, okullaşma oranının artırılması, çağdaş eğitim becerilerinin kazandırılması ve kız çocuklarının eğitim hakkının engellenmesinin önüne geçilebilmesi ve köklü çözümler üretilebilmesi için yasal düzenlemeler (Peltekoğlu ve Tozlu, 2017, ss. 16-18) gerekmekte, toplumlarda yasaların kabul görmesi, davranış ve tutum değişikliği içinse toplumsal ortak bilincin oluşturulması gerekmektedir.

Bu bağlamda halkla ilişkiler uygulamalarının rolünü ortaya koyan çalışma ise yok denecek kadar azdır. 2000 yılında Kızıldaş tarafından “Türkiye’de Yükseköğretim Kurumlarındaki Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin Halkla İlişkiler Uygulamaları” adlı yayınlanmamış yüksek lisans tezinde, kadın hakları ve kadın sorunları belirlenmiş, çözümler üretmeye çalışan kurumlardan biri olan üniversite kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezlerinin belirledikleri hedef kitlelerine yönelik halkla ilişkiler yapıp yapmadıkları, yapıyorlarsa bu faaliyetlerin neler olduğu incelenmiştir (Kızıldaş, 2000).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği neticesinde ortaya çıkan kadın sorunlarına yönelik farkındalığın oluşturulması ve sorunların ele alınması için yasaların geçişine kamuoyu desteğinin sağlanmasında halkla ilişkiler uygulamalarının rolünü konu edinen bir çalışmada Dulcie Straughan’a aittir. 2001 yılında yayınladığı çalışmada Straughan, 1912 yılında ABD’de kurulan Çocuk Bürosu’nun 10 yıl boyunca tasarladığı ve yürüttüğü halkla ilişkiler kampanyalarını ele almıştır. 1921’de ABD kongresi tarafından kabul

edilen ve ilk sosyal yardım yasası olarak da yer alan Sheppard-Towner Act yasaının kabul edilmesinin arkasında, 1920’de kadınların oy hakkına sahip olmasının yanında, Çocuk Bürosu’nun bebek ve anne ölümleri için tasarladığı ve neredeyse tamamının kadınlar tarafından yürütüldüğü yenilikçi iletişim strateji ve taktiklerinin etkili olduğu çalışmada belirtilmektedir. Çalışmada Straughan, Çocuk Bürosu tarafından on yıl boyunca gerçekleştirilen eğitim faaliyetleri için broşürlerin geliştirilmesi ve dağıtılması, sergiler üretmek, önemli halklara konuşmalar yapmak, taban desteği oluşturmak için tasarlanmış özel etkinlikler oluşturmak, fikir birliğinin oluşmaya yardımcı koalisyonların kurulması, haber bültenleri ve diğer tanıtım türlerini yayımlamak gibi iletişim stratejilerini incelemiş ve anne ve bebek ölümleri gibi konuları kamuoyunun gündemine taşımada ve halkın iyi bilgilendirilmesinde halkla ilişkilerin temel bir bileşen olduğunu vurgulamıştır (Straughan, 2001).

Toplumsal alandakadınlarayönelikşiddetvecinsiyeteşitliğinin yaygınlaştırılmasında halkla ilişkilerin rolünü konu edinen başka bir çalışma ise 2017 yılında Peltekoğlu ve Tozlu tarafından yazılan araştırma makalesidir. Kadına yönelik şiddetin doğası ve türleri açısından medyada şiddetin yer alma biçimini anlamak amacıyla gerçekleştirilen araştırma kapsamında; Türkiye’de 2017 yılında tirajı en yüksek gazete olması ve okur profilinin de çeşitliliği bakımından Hürriyet Gazetesi seçilmiştir. Araştırma kapsamında 1 Ocak 2017 ile 30 Haziran 2017 tarihleri arasında çevrimiçi arşiv taraması gerçekleştirilmiş, söz konusu haberler “kadın ve şiddet” anahtar kelimeleri doğrultusunda taranmıştır. Çalışma neticesinde, Türkiye açısından da önemli bir sorun olduğu görülen kadına yönelik şiddetin gerek önlenmesi gerekse bu konuda koruyucu tedbirlerin geliştirilebilmesi sürecinde ise sorunun bütünlük bir yaklaşımla ele alınması gerektiği kanaatine varılmıştır. Şiddetle mücadelede halkla ilişkilerin önemli bir rolü olduğu vurgulanarak iletişimin, Hacettepe Üniversitesi tarafından yapılan araştırma sonuçları bağlamında kadına şiddetle mücadelede önerilen kurumsal, bireysel ve toplumsal kategorilerde planlanması ve yönetilmesi durumunda etkili olacağı sonucuna ulaşılmıştır (Peltekoğlu ve Tozlu, 2017).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin neticesinde ortaya çıkan bir başka sorunda kız çocukların evlendirilmesidir. Kız çocukların evlendirilmesinin önüne geçilmesinde halkla ilişkilerin üstlendiği rolü konu edinen bir çalışma ise “*Davranışsal İçgörü ve Halkla İlişkilerin Kesişim Noktası: Çocuk Gelin Sorununda Medyada Farkındalık ve Davranışsal Halkla İlişkilerdir*”. 2019 yılında Peltekoğlu ve Akbayır tarafından yapılan bu çalışmada evrensel ve çok boyutlu bir sorun olan çocuk gelin ve çocuk evlilikleri sorunun çözümünde ekonomik önlemler ve hukuksal düzenlemelerin yanında konuyla ilgili farkındalık yaratılması, bireysel mücadele gücünün kazanılabilmesi, toplumsal bilincin oluşturulabilmesinin gerektiği vurgulanmıştır. Çalışmada Türkiye’de çocuk gelin ve çocuk evlilikleri sorunu medyada temsil bağlamında incelenmiş ve sorunla mücadelede davranışsal içgörü programlarıyla desteklenen davranışsal halkla ilişkiler programlarının kamu politikaları içinde önemli bir aktör olduğu sonucuna varılmıştır (Peltekoğlu ve Akbayır, 2019).

Mevcut araştırmaların değişen ve dönüşen halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını içermemesi literatürde boşluk yaratmaktadır. Hem literatürdeki boşluğu doldurması hem

de halkla ilişkiler ve toplumsal cinsiyet konusunun farklı bakış açısıyla çalışılabileceğini göstermesi bakımından araştırma önem taşımaktadır.

Bu araştırma, literatürdeki örgüt temelli toplumsal cinsiyet ve halkla ilişkiler çalışmalarından farklı bir nitelik taşımaktadır. Çalışma, halkla ilişkiler çalışanlarının, uzmanlarının toplumsal cinsiyet temelli maruz kaldıkları ayrımcılıklardan ziyade, kadınların toplumsal yaşamda eğitim, istihdam, medya, yetki ve karar alma mekanizmalarında yer alma, hukuk ve sağlık gibi birçok alanda karşılaştığı sorunlara çözümler üretme, sorunları görünür kılma ve toplumda değişim dönüşüm gerçekleştirmede halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarının önemini vurgulamaktadır.

Kadın ve erkek arasında eşitsizliğin genel kabul gördüğü, cinsiyet rollerinin katı olduğu kültürel normların erkek egemenliklerini onaylayan ve de yasal yaptırımların yeterli olmadığı toplumlarda kadınlar istihdam, sağlık, eğitim, hukuk, siyasal katılım vb. alanlarda çok çeşitli düzeylerde sorunlar yaşamaktadır. Sorunların çözümü ve ortadan kaldırılması noktasında bireylerde ve dolayısıyla toplumda, davranış ve tutum değişikliğinin sağlanması, kadın sorunlarına yönelik farkındalığın oluşturulması ve kamuoyunun desteğinin alınarak yasal politikaların oluşturulması için stratejik iletişim faaliyetlerine dayanan halkla ilişkiler uygulamaları önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmada, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kadın sorunlarına yönelik üniversite kadın araştırma merkezlerinin halkla ilişkiler aracı olarak nasıl bir rol üstlendiği sorusuna yanıt aranmaktadır. Araştırmanın ana problemine eşlik eden alt sorular şunlardır:

**A.S.1.** Kadın sorunları araştırma merkezlerinin halkla ilişkiler amaçları nedir?

**A.S.2.** Bu amaçlara ulaşmak için kadın sorunları araştırma merkezleri hangi halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirmektedir?

**A.S.3.** Kadın sorunları araştırma merkezlerinin amaçları doğrultusunda gerçekleştirdiği faaliyetlerle üniversiteye nasıl katkı sağlamaktadır?

Nitel bir çalışma olarak gerçekleştirilen bu çalışmada, araştırmanın amacı ve araştırma sorusunun birbirleriyle tutarlı ve paralel olmasına dikkat edilmiştir. Çünkü nitel bir çalışmada araştırma soruları sahada neyin gözleneceği ya da görüşme esnasında hangi konuların sorulacağına dair araştırma alanlarını belirlenmesini sağlamaktadır. Kısacası araştırma soruları verilerin nasıl toplanacağını belirlemektedir. Araştırmada, belirlenen amaca ulaşmak ve amaç bağlamında oluşturulan sorulara yanıt bulmak için nitel araştırma yöntemi ve nitel veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, karmaşık bir konuya ayrıntılı bir anlayış getirmek, nicel araştırmaları izlemek, nedensel teori veya modellerin bağlantı mekanizmalarını açıklamak, belirli evren ve örneklem için mevcut teoriler incelenen problemin karmaşıklığını yansıtmada yetersiz kaldığında teori geliştirmek, bireylerin hikâyelerini paylaşmalarını ve seslerini duyurularını sağlamak ve genellikle bir çalışmadaki araştırmacı ve katılımcılar arasındaki mevcut güç ilişkilerini en aza indirmek istenildiğinde tercih edilebilmektedir (Creswell, 2016, s. 48).

Üniversite kadın araştırma merkezlerinin amaçları ve faaliyetleri doğrultusunda



halkla ilişkiler aracı rolünü ortaya koymak amacı taşıyan çalışmada, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Literatürde vaka analizi, örnek olay çalışması olarak da geçen durum çalışması, araştırmancının hem nesnesi hem de ürünü olacak şekilde nitel araştırma içerisindeki desen biçimidir. Durum çalışması araştırmacı, araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem (bir durum) ya da belli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler (durumlar) hakkında gözlemler, görüşmeler, görsel işitsel materyaller ve dokümanlar gibi çoklu bilgi kaynakları aracılığıyla detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır (Creswell, 2016, s. 97). Durum çalışması diğer yöntemlere göre örgütlerdeki sosyal süreçlerin anlaşılmasında daha başarılıdır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s. 312).

Durum çalışması diğer adıyla vaka çalışması türlerine ya da işlevlerine göre ve tek bir vakanın mı inceleneceği yoksa birden fazla vakanın mı inceleneceğine göre farklı türlere ayrılmaktadır (Merriam, 2018, s. 46). Amaç açısından durum çalışması; içsel durum çalışması, tek araçsal durum çalışması ve çoklu durum çalışması olarak üçe ayrılmakta olup, bu çalışmada, tek araçsal durum çalışması yapılmıştır. Tek araçsal durum çalışmasında durumun kendisi ikincil öneme sahiptir, destekleyici bir rolü vardır ve başka bir şeyi anlamamızı kolaylaştırmaktadır.

Araştırmaya başlamadan önce **Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 23/02/2021** tarihli ve karar sayılı (Başvuru No: 133) **Etik Kurul onayı** alınmıştır.

### *Evren ve Örneklem*

Tek araçsal durum çalışması olarak gerçekleştirilen bu çalışmada Türkiye’de devlet ve özel üniversitelerin bünyesinde yer alan toplamda 107 kadın araştırma ve uygulama merkezinin tamamıyla görüşülmesi hem araştırma deseni hem de zaman ve maliyet açısından mümkün değildir. Bu noktada araştırmancının nitel bir durum çalışması olması ve genelleme amacı güdülmemesi dolayısıyla “amaçlı örnekleme” türlerinden “kolayda örnekleme” ve “ölçüt örnekleme” yöntemlerine göre belirlenmiş 17 merkez ile görüşme yapılmıştır. Merkezlerden 1’i pilot uygulama olarak değerlendirildiği için çalışmanın bulgu ve yorumlanmasına dâhil edilmemiştir.

“Ölçüt örnekleme yönteminde daha önceden belirlenen bazı önem ölçütlerini karşılayan tüm durumlar çalışılmakta ve gözden geçirilmektedir. Bu ölçüt veya ölçütler araştırmacı tarafından hazırlanabilir ya da önceden hazırlanmış olabilir. Kolayda örnekleme yönteminde ise erişimi kolay ve ucuz olan vakalar seçilmektedir.

Ülkemizde üniversitelerin bünyesinde yer alan 107 kadın araştırma merkezinin iletişim bilgileri (mail, telefon vs.) internet üzerinden temin edilmiş, merkezlerden mail ve telefon aracılığı ile görüşmenin yapılması için randevu talep edilmiştir. Bu talebe cevap veren 24 merkez arasından 17 merkezle görüşme yapılmıştır. 17 merkez belirlenirken; ülkemizdeki bütün coğrafi bölgeleri temsilen en az bir merkez olmasına, merkezlerin bulunduğu ilin büyük şehirlerden olmasına ve en önemlisi de Türkiye’deki



üniversitelerde ilk açılan merkezler olmasına dikkat edilmiştir. Bu ölçütlerde ulaşılan merkezlerin müdürleri, müdür yardımcıları ve merkez yönetim kurul üyelerinden kişilerle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Farklı tarihlerde ve şekillerde (çevrimiçi/yazılı) gerçekleşen görüşmelerden elde edilen veriler ve ortaya çıkmaya başlayan bulguların bir doyum noktasına geldiğinde, başka bir ifadeyle yapılan analizler ve elde edilen bulgulardan benzer bulgular elde edildiğinde araştırmacı tarafından veri toplama süreci sonlandırılmıştır. 17 kadın araştırma merkezinden 14 devlet 3 özel üniversite bünyesinde yer alırken 14 ile çevrimiçi görüşme 3 ile yazılı görüşme yapılmıştır. Merkezlerden 9'u 16 yılı aşkın süredir faaliyet göstermektedir.

### ***Veri Toplama Aracı ve Analiz***

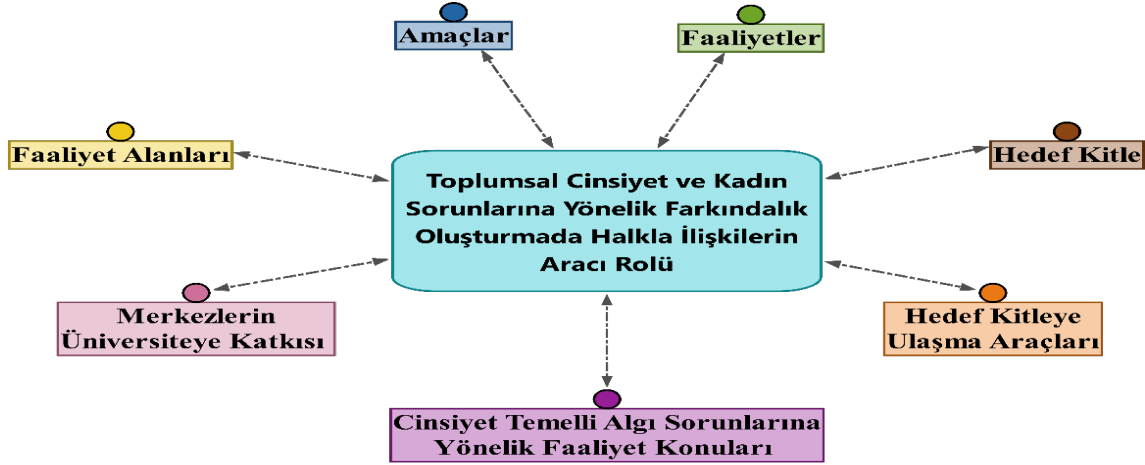
Bu durum çalışmasında veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme sorularının oluşturulmasında daha önce literatürde benzer bir çalışma bulunmadığı için toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle ortaya çıkan kadın sorunları ve halkla ilişkiler konusunda literatür incelemesi yapılarak konu hakkında detaylı bilgi edinilmiştir. Tarama yapılarak elde edilen bilgiler neticesinde bir soru havuzu oluşturulmuş ve halkla ilişkiler alanında bir uzman yardımıyla sorular çalışmanın amacına uygun hale getirilmiş, amaca uygun olmayan sorular elenmiştir. Hazırlanan görüşme forumunda merkezlere ait bilgiler edinmeye yönelik sorular (kaç yılında kurulduğu vs.) ve derinlemesine bilgi edinmeye yönelik toplam 17 soru yer almaktadır. Belirlenen görüşme sorularını ve veri toplama planlarını gözden geçirmek ve bir sorun varsa düzeltmek için pilot uygulama yapılmıştır. Genel olarak pilot görüşmeler sonucu araştırmanın yönünü değiştirecek bir sonuca varılmamıştır. Ana görüşmelere geçmeden önce yapılan pilot görüşme kodlanmıştır. Kodlama sonucu 42 kod ve 9 tema oluşturulmuştur.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak üniversite kadın araştırma merkezleri ile derinlemesine yapılan görüşmeler sonucu birincil veriler toplanmış ve elde edilen veriler, MAXQDA Analytics Pro 2020 programında analiz edilmiştir. Son yıllarda nitel araştırmalarda meydana gelen gelişmeler bu tür yazılımları kullanmayı gerekli hale getirmektedir. Katılımcılardan elde edilen veriler ilk olarak MAXQDA Analytics Pro 2020 programında deşifre edilerek yazıya dökülmüştür. Literatür gözetilerek tümdengelim yoluyla ve görüşme sonucu elde edilen veriler tümevarım yoluyla kodlanmıştır. Elde edilen metinler üzerinden yapılan kodlamalar nitel araştırmalarda en önemli aşamayı oluşturmaktadır. Görüşmelerden elde edilen veriler ana tema ve alt temalara ayrılarak konu başlıklarına göre sınıflandırılmıştır. Toplamda 1161 ifadeye bağlı 8 tema ve 84 kod oluşturulmuştur. Pilot görüşme sonucu elde edilen 9 tema 8 tema olarak düzenlenmiştir. Daha sonra kod-alt kod ilişkilerine ait modeller çıkarılarak bulgular yorumlanmıştır.

Bu tek araçsal durum çalışmasında yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle elde edilen veriler içerik ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Görüşme verileri tek tek incelenmiş, görüşme ile ilgili notlarla birlikte değerlendirilmiş ve halkla ilişkiler amaç ve faaliyetleri açısından temalar, kodlar, kod sıklıkları ve belirlenen kategoriler arasındaki ilişkilerin ortaya konması ve ilişkili haritaların oluşturulması yoluyla analiz edilmiştir.

### Bulgular

Araştırma sorularına cevap oluşturması için gerçekleştirilen görüşmelerde kadın araştırma merkezleri katılımcılarına yöneltilen sorulara verilen yanıtlar incelenmiş, oluşturulan kodlar ve kategoriler Şekil 1’de görüldüğü üzere 7 tema altında toplanmıştır.



**Şekil-1:** Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Sorunlarına Yönelik Farkındalık Oluşturmada Halkla İlişkilerin Aracı Rolü Temalar Gösterimi

Kadın araştırma merkezleri katılımcıları M1’den M16’ya kadar kodlanmıştır. Bu temalar; amaçlar, faaliyetler, faaliyet alanları, hedef kitle, hedef kitleye ulaşma araçları, merkezlerin üniversiteye katkısı ve cinsiyet temelli algı sorunlarına yönelik faaliyet konuları olmak üzere belirlenmiştir. İfade edilen temalara ilişkin bulgular aşağıda başlıklar halinde ele alınmakta, incelenmekte ve yorumlanmaktadır. Kod-alt kod modellerinin gösterildiği şekillerde kodların kaç kere tekrarlandığı yer almaktadır. Ayrıca bu temaya ait kodların yer aldığı kod bulutları da kullanılmıştır.

### *Kadın Araştırma Merkezlerinin Amaçlarına İlişkin Bulgular*

Araştırmada cevabı aranan sorulardan ilki kadın araştırma merkezlerinin halkla ilişkiler amaçlarının neler olduğudur. Katılımcılardan gelen cevaplar değerlendirilmiş ve katılımcı ifadeleri doğrultusunda *işbirliği yapmak, bilgilendirmek/bilinçlendirmek, araştırma ve yayın yapmak, farkındalık oluşturmak, sorun tespiti ve çözüm yolları oluşturmak, politika oluşturmak, kadını güçlendirmek ve geliştirmek, kalıpyargıları değiştirmek/ dönüştürmek, zihinsel dönüşüm gerçekleştirmek, kamuoyu ve gündem oluşturmak, proje geliştirmek, eğiticinin eğitimi ve yasal değişim/dönüşüme katkı sağlamak* olmak üzere 13 kod amaçlar teması altında belirlenmiştir. Tablo 1’de görüldüğü üzere çok geniş bir yapıda değerlendirme yapılmıştır. İşbirliği yapmak, bilgilendirmek/ bilinçlendirmek, araştırma ve yayın yapmak ve farkındalık oluşturmak kodları üzerine katılımcıların yoğun görüşleri bulunmaktadır.

**Tablo-1: Katılımcı Profiline Göre Amaçlar Teması**

Kod Sistemi	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16
<b>Amaçlar</b>																
İşbirliği Yapmak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Bilgilendirmek/Bilinçlendirmek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Araştırma ve Yayın Yapmak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Farkındalık Oluşturmak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Sorun Tespiti ve Çözüm Yolları Oluşturma	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Politika Oluşturmak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Kadını Güçlendirmek ve Geliştirmek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Kalpyargıları Değiştirmek/Dönüştürmek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Zihinsel Dönüşüm	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Kamuoyu ve Gündem Oluşturmak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Proje Geliştirmek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Eğiticinin Eğitimi	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Yasal Değişim/Dönüşüme Katkı Sağlamak	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

“Toplumsal cinsiyet ve kadın çalışmaları alanında ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel araştırmalar ve uygulamalar yapmak, bu tür araştırma ve uygulamaları desteklemek, akademik ve toplumsal nitelikli panel, seminer, konferans ve toplantılar yapmak, eğitim çalışmalarında bulunmak, projeler geliştirmek, ilgili tüm kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapmak ve danışmanlık hizmetleri sunmak merkezin amaçları arasındadır.” (M11)

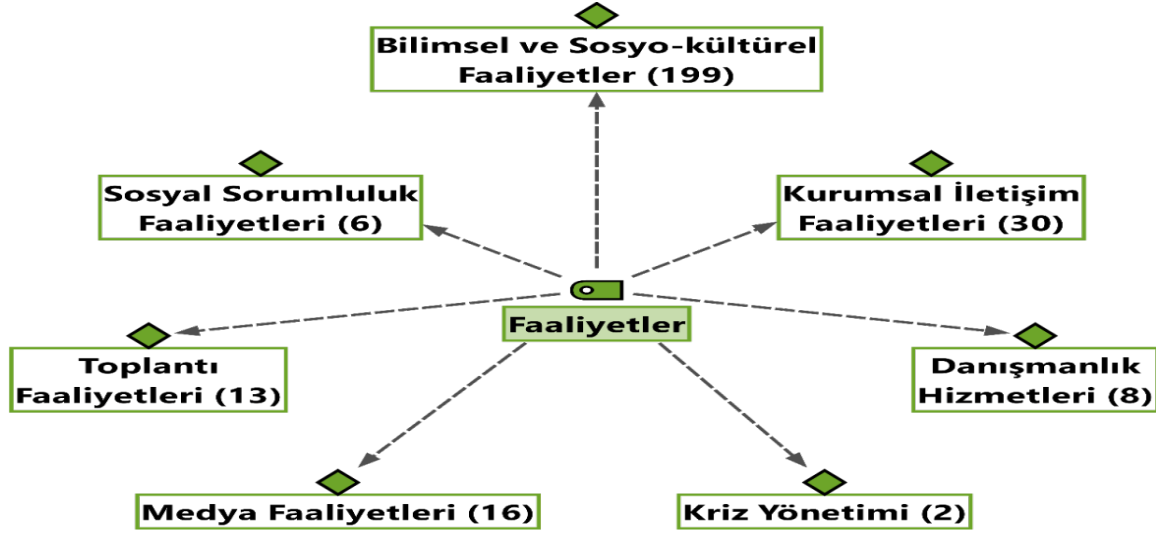
“Genelde temel olarak amacı kadınların ve kız çocuklarının özellikle sistem içerisindeki sorunlarının aza indirilmesi, indirgenmesi ve bu konuyla ilgili bilinç yaratılması hususunda çalışmalar yapıyor. Daha çok bilgi yayılımı üzerine biz çalışıyoruz. Bunun içinde sivil toplum örgütleri kuruluşları, diğer devlet kuruluşları, özel vakıf ve özel üniversitelerle iletişim ağı içerisinde projeler yapmaya ve bilgilendirme toplantıları yapmaya çalışıyoruz. Temel amaç tabii ki gerek yasalarda gerek halk bilinç seviyesinde bir algı oluşturmak ve kalıcı çözümlerde bir payımız olsun. Amacımız bu.” (M10)

“Üniversitenin farklı birimlerinde kadın konularında yapılan bilimsel çalışmaları teşvik etmek ve desteklemek; lisansüstü ve doktora öğrencilerini, kadın sorunları ve çözümleri üzerinde araştırma yapmaya özendirme ve teşvik etmek.” (M16)

### **Kadın Araştırma Merkezlerinin Faaliyetleri, Faaliyet Alanları, Hedef Kitleleri ve Hedef Kitlelere Ulaşmada Yararlandığı Araçlara İlişkin Bulgular**

Çoğunlukla aynı amaçları bulunan üniversite kadın araştırma merkezleri bu amaçlara ulaşmak için çeşitli faaliyetler gerçekleştirmektedir. Araştırmada cevabı aranan ikinci araştırma sorusu kadın araştırma merkezlerinin hangi halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirdiğidir. Katılımcı ifadeleri doğrultusunda; *bilimsel ve sosyo-kültürel faaliyetler*,

kurumsal iletişim faaliyetleri, sosyal sorumluluk faaliyetleri, medya faaliyetleri, toplantı faaliyetleri, kriz yönetimi ve danışmanlık olmak üzere 7 kod faaliyetleri temasında ortaya çıkmıştır. Faaliyetlere ait kod alt kod bölümleri modeli Şekil 2’de görülmektedir.



Şekil-2: Faaliyetler Temasına İlişkin Kod -Alt Kod Modeli

Faaliyetler teması ile ilgili katılımcı görüşlerini katılımcı bazlı incelediğimizde, Tablo 2’de görüldüğü üzere, katılımcılar farklı noktalarda farklı yoğunluklarda değerlendirme yapmıştır. Bilimsel ve sosyo-kültürel, kurumsal iletişim ve toplantı faaliyetleri kodları üzerine katılımcıların yoğun görüşleri bulunmaktadır. Tabloya dikey olarak baktığımızda ise en yoğun ifadeleri M3, M9 ve M14 kodlu katılımcıların verdiği görülmektedir.

Tablo-2: Katılımcı Profiline Göre Faaliyetler Teması

Kod Sistemi	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16
▼ Faaliyetler																
• Bilimsel ve Sosyo-kültürel Faaliyetler			●													
• Kurumsal İletişim Faaliyetleri														●		
• Toplantı Faaliyetleri	●															
• Medya Faaliyetleri																
• Danışmanlık Hizmetleri																
• Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	●															
• Kriz Yönetimi																

“Tüm bunlarla ilgili bizim \*\*\*’ın nerdeyse mahallelerinin tamamına gidip, defalarca gidip, kadınlara toplayıp okullarda, belediyelerde bulduğumuz her yerde, belki yüzlerce seminer verdik, bilgilendirmeler yaptık. Belediyeler dahil kurum ve kuruluşların bir çoğunda milli eğitimde bütün

*rehber öğretmenlere, bir çok okulda öğrencilere, yine mahallelerde, köylerde kadınlara, ilçelerde kadınlara ve kaymakamlıklarla birlikte çalışarak, inanılmaz çalışmalar yaptık.”(M9)*

*“O dönemde şuan kullandığımız web sayfamız veya logomuz yoktu başka bir şeyler vardı ve öğrencilerden gelen en benim hani aklımda kalan 2015’ten bahsediyorum üzerinden de vakit geçti ama aklımda kalan cevap şeydi: “ Yani merkezin logosu işte ne bilim hastanenin kalp damar cerrahi bölümüne benziyor falan gibi” böyle itici hani hoş gelmeyen hastaneyi çağrıştıran bir kliniği çağrıştıran bir logo. O nedenle biz bu arada bütün projelerde öğrencilerle çalıştık ve disiplinlerarası çalıştık onu söylemem lazım. Aslında bu insan hakları bakış açısının getirdiği bir şey onu vurgulamak istiyorum ve toplumsal cinsiyet araştırmalarının disiplinlerarası olmasından da kaynaklanıyor. Tek bir disiplinin gözlüğünden bakamazsınız bu alan. Haliyle biz bir araya getirdik hepsini ve öğrencilerimizle birlikte logomuzu değiştirdik, web sayfamızı yeniden düzenledik güncel hale getirdik ve sosyal medya hesaplarımızı açtık. Bu arada o görünürlük ve farkındalık çalışmalarını birleştirdik.” (M14)*

Katılımcılar ile ilgili yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre merkezlerin faaliyet alanlarına ilişkin faaliyet teması altında *uluslararası, ulusal, yerel ve bölgesel* olmak üzere 4 kod merkezlerin amaçları doğrultusunda kim ya da kimlere yönelik faaliyetleri uyguladığının belirlenmesi ile hedef kitle teması altında iç paydaşlar ve dış paydaşlar olmak üzere 2 kod elde edilmiştir. İç paydaşlar; üniversite bünyesindeki öğrenciler, yönetici, güvenlik görevlisi, insan kaynakları gibi idari personel ve akademik personeldir. Dış paydaşlar ise emniyet mensupları, MEB çalışanları, sağlık çalışanları, muhtarlar, belediye-valilik çalışanları gibi özel ve kamu kurum çalışanları, kadınlar, sivil toplum çalışanları ve üyeleri, toplum, biyolojik ve koruyucu ebeveynler, çocuklar, erkekler, mahkûmlar ve sanatçılardır kadın araştırma merkezlerinin iç ve dış hedef kitleye ulaşmak için kullandığı iletişim araçları temasına ait katılımcı ifadeleri doğrultusunda *sosyal medya araçları, web site, basın, afiş, e-mail, sözlü iletişim, aracı kurumlar, online ders platformları, SMS ve davetiyeler* olmak üzere 10 kod elde edilmiştir.

Hedef kitleye ulaşma araçları temasında katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod sosyal medya araçları kodudur. Özellikle katılımcılar faaliyetlerinin duyurularını yaparken ve hedef kitlenin kendilerine ulaşabilmesi için en fazla, Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, LinkedIn gibi sosyal medya ortamlarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. M2 ve M3 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

*“Her STK’dan bir temsilci var A\*\*\*\* koordinasyon grubunda Whatsapp grubu bu aslında içerisinde hukukçularımızda var. Barodan, özellikle kadın şiddeti konusunda çalışan avukatlarımız var. Şimdi bu STK’ları bilen kişiler bu STK’lara başvuruyor. STK’nın başkanı da bu koordinasyonda olunca bir şekilde haberleri oluyor. Gruptan paylaşılıyor. STK’lara özellikle kadınlardan gelen şikâyetleri STK başkanları gruptan paylaşıyorlardı.” (M2)*

*“Facebook, Twitter ve Instagram sosyal medya hesabımızda var. Youtube var, LinkedIn var. Onunla da bu sene içerisinde biraz daha şirketlerle çalışmaya başladıktan sonra. Çünkü orada biraz daha hedef kitle biraz daha oraya yönelik oluyor.” (M3)*

Sosyal medya araçları ile birlikte katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen diğer kod web site kodudur. Katılımcılar kendi merkezlerine ait veya üniversiteye ait web siteleri kullanarak hedef kitleye ulaştıklarını ve duyurularını yaptıklarını ifade etmişlerdir. M6 ve M12 kodlu katılımcıların ifadeleri şöyledir:

*“Etkinliklerimiz üniversitenin web sayfasından yayınlıyoruz bütün herkes duysun öğrenciler dâhil olmak üzere diye kaç kişi tıklıyor ondan sonra onun sayısına bakıyoruz. İlk zamanlar belki daha çok tıklıyorlardı daha sonra bakıyorlar ki kendilerini çok ilgilendirmeyen bir konu çıkıyorlar. Demek ki birincisi webmiş, web gerçekten efektif kullanılırsa çok güzel.”(M6)*

*“Üniversitemizin kurumsal iletişim koordinatörlüğü okulun web sayfasında yer alan etkinlikler sayfasından duyuru yapıyor, ayrıca AKAUM un kurumsal Facebook ve Instagram hesaplarından etkinliklerin tasarlanan afişlerini sosyal medya araçları üzerinden duyuruyoruz, ilaveten Whatsapp gruplarından farklı kesimlere de duyuru yapıyoruz.” (M12)*

Kadın araştırma merkezleri katılımcılarının çeşitli hedef kitlelere farklı iletişim araçlarıyla cinsiyet temelli algı sorunlarına yönelik faaliyetleri konuları teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; şiddet, hukuk ve kadın hakları, sağlık, eğitim, istihdam ve ekonomi, toplumsal cinsiyet algısı, kültür ve sanat, göç, aile ve siyasal katılım olmak üzere 10 kod olarak belirlenmiştir. Bu tema ile birlikte merkezlerin hangi konular üzerinde faaliyette buldukları ve hangi konular üzerine yoğunlaştıkları belirlenmeye çalışılmış olup, merkez katılımcıları şiddet konusunda yoğun olarak görüş beyan etmiştir. Katılımcılar, aile içi şiddet, duygusal şiddet, fiziksel şiddet, psikolojik şiddet, cinsel şiddet, flört şiddeti, çocuk istismarı, iş yerinde taciz ve mobing, kampüs içi şiddet, dijital şiddet gibi konularda çokça faaliyet yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu faaliyetler genelde hangi davranış ve eylemlerin şiddet olduğunu anlatmaya dönükken, bazen de şiddete maruz kalınması durumunda bireyin nereye nasıl başvuracağını anlatmaya dönük daha çok bilinç yükseltici çalışmalar olabilmektedir. M9 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

*“Birimiz abiyle birimiz ölen intihar eden kişinin en yakın arkadaşıyla konuştuk ve böylece gördük ki birçok vakanın töre cinayeti olduğunu ortaya çıkardık. İntihar süsü verilmiş, mesela \*\*\*\*\*’da böyle bir olay olmuştu bir köyde. Kızın en yakın arkadaşı diyor ki :” Hocam o bir çocukla çarşıda bir kere görüldü. Abisi bunu duydu. Kızı samanlıkta böğründen vurdu öldürdü” diyor kızın en yakın arkadaşı. Ama aile intihar diyor. İşte burada sorun adli tıp o zamanlar yoktu. Şimdi 5-6 yıldır \*\*\*’da kuruldu ki ben çok mücadele ettim V\*\*’da adli tıp kurulsun diye.” (M9)*



Faaliyet konularını hedef kitleye göre incelediğimizde, katılımcılar yoğun olarak hem iç hem de dış paydaşlara yönelik şiddet konusuna yönelik faaliyetlerde bulduklarını ifade etmişlerdir (bkz. Tablo 3). M2 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“KADES uygulamasına yönelik şöyle bir çalışma yaptık açıkçası. \*\*\*\*\* , \*\*\* Ü\*\*\*\*\* ve \*\*\*\*\* Ü\*\*\*\*\* Kadına yönelik şiddete dur 25 Kasım 2019 yılında bir çalıştay yaptık ve bu çalışmaya jandarmadan polisten yani kolluk kuvvetlerinden de polisler gelmişti bu gelen kişiler orada bize KADES uygulamasını anlattılar. Geçen günde kent konseyinde bulunmam sebebiyle de kadın muhtarlar şiddet konusunda bir eğitim programı düzenledik. Bu eğitim programında yine ŞÖNİM dediğimiz şiddeti önleme ve izleme merkezindeki kişiler şiddeti tanımladılar, ŞÖNİM’i anlattılar, mağdur olan kadınlar nereye başvurabilir nerede barınabilir aynı zamanda jandarmadan birisi katılıp KADES uygulamasını uygulamalı olarak anlattı. Kadın muhtarlar nasıl cep telefonuna indirilmesi konusunda bilgiler verildi ve kendi mahallelerinde bu bilinçlendirme çalışmalarını yapacaklarını da ifade ettiler.” (M2)

**Tablo-3:** Cinsiyet Temelli Algı Sorunlarına Yönelik Faaliyet Konuları ve Hedef Kitle Arasındaki İlişki

Kod Sistemi	Şiddet	Hukuk ve Kadın Hakları	Sağlık	Eğitim	Toplumsal Cinsiyet Algısı	İstihdam ve Ekonomi	Kültür ve Sanat	Aile	Göç	Siyasal Katılım
▼ Hedef Kitle										
▼ İç Paydaşlar										
○ Öğrenciler	4	1		1	4			1		
○ Akademik Personel	1	1			3		1			
○ İdari Personel	2	1			2					
▼ Dış Paydaşlar										
○ Özel ve Kamu Kurum Çalışanları	4	1	1	1	1					
○ Kadınlar	2	1	1		3	2	1	1	3	1
○ Sivil Toplum Çalışanları ve Üyeleri	1									
○ Toplum	1	1		1						1
○ Ebeveynler	2							1		
○ Çocuklar				2	1			1		
○ Erkekler					2					
○ Mahkûmlar	1	1		1						
○ Sanatçılar							1			

Şiddet sorunsalına ek olarak katılımcıların toplumsal cinsiyet algısı üzerinde de yoğun çalışmalar yürüttüğüne ilişkin bulgu elde edilmiştir. Hukuk ve kadın hakları konusunda, idari personel, akademik personel, öğrenciler, özel ve kamu kurum çalışanları, kadınlar, toplum ve mahkûmlara yönelik faaliyetlerde bulunan merkezler, sağlık konusunda hedef kitle olarak özel ve kamu kurum çalışanları ile kadınları tercih etmektedirler. Eğitim konusunda öğrenciler, özel ve kamu kurum çalışanları, toplum, çocuklar ve mahkûmları hedef kitle olarak belirleyen merkezler, istihdam konusunda yaptıkları çalışmalarda kadınları hedef kitle olarak belirlemişlerdir.

Toplumsal cinsiyet algısı çalışmalarında hedef kitle, idari personel, akademik personel, öğrenciler, özel ve kamu kurum çalışanları, kadınlar, çocuklar ve erkekler iken

ekonomi konusunda hedef kitle yalnızca kadınlardır. Kültür ve sanat konusunda akademik personeli, kadınları ve sanatçıları hedef kitle olarak belirleyen merkezler, göç konusunda yalnızca kadınları hedef kitle olarak belirlemişlerdir. Aile konusunda, öğrenciler, kadınlar, ebeveynler ve çocukları hedef kitle olarak belirleyen merkezler siyasal katılım konusunda yalnızca kadınları hedef kitle olarak belirlemişlerdir. Tablo 3'ü yatay olarak incelediğimizde ise en fazla çalışmanın öğrenciler, özel ve kamu kurum çalışanları ve kadınlara yönelik yapıldığı görülmektedir.

Merkezlerin faaliyetleri, faaliyet alanları, hedef kitleleri, hedef kitlelere ulaşmak için kullandıkları araçlar ve cinsiyet temelli algı sorunları temalarına ilişkin kod haritası Şekil 3'te gösterilmektedir.

Katılımcıların verdiği görüşlerin birbirleriyle olan yakınsamasından ortaya çıkan ilişkisel analizlerde kodlar arası bağlantı çizgilerinin kalınlığı kodlar arası ilişkinin yoğunluğunu göstermektedir. Şekil 3'te yer alan kod haritası incelendiğinde merkezlerin özel ve kamu kurum çalışanlarına ve öğrencilere yönelik şiddet konusunda yerel ölçekte seminerler, konferanslar ve panelleri yoğun olarak gerçekleştirdiği yorumu çıkarılabilir. Bilimsel faaliyetlerden seminer, panel, konferansla ilgili katılımcı ifadeleri şöyledir:

*“Tüm bunlarla ilgili bizim \*\*\*'ın nerdeyse mahallelerinin tamamına gidip, defalarca gidip, kadınlara toplayıp okullarda, belediyelerde bulduğumuz her yerde, belki yüzlerce seminer verdik, bilgilendirmeler yaptık. Belediyeler dahil kurum ve kuruluşların bir çoğunda milli eğitimde bütün rehber öğretmenlere, bir çok okulda öğrencilere, yine mahallelerde, köylerde kadınlara, ilçelerde kadınlara ve kaymakamlıklarla birlikte çalışarak, inanılmaz çalışmalar yaptık.”(M9)*

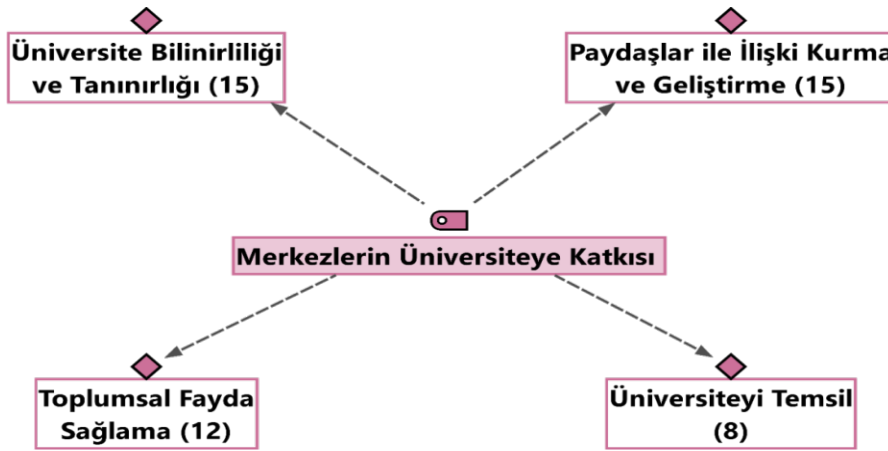
*“...Paydaşlarımızla birlikte yerel paydaşlarla birlikte birçok etkinlik, konferans panel 62 tane düzenledik şimdiye kadar hani etkinliklerimiz baktığımızda. Çeşitli fazla tutup olumlu örnekler üzerinden etkinlik yapmayı, farkındalık yaratmayı hedefliyoruz öyle söyleyeyim konularla ilgili.” (M4)*

Tüm bu bulgulardan yola çıkarak kadın araştırma merkezleri yerel, bölgesel ve uluslararası alanda, sağlık, hukuk, eğitim, siyaset, medya vb. konularda bilgilendirmek, araştırma ve yayın yapmak, çeşitli kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapmak, kamuoyu ve gündem oluşturmak, politika geliştirmek, kalıpyargıları değiştirmek ve dönüştürmek, yasal değişim ve dönüşüme katkı sağlamak, farkındalık oluşturarak bilgilendirmek ve toplumsal iyileşmeyi gerçekleştirmek için seminer, konferans, panel, çalıştay, dans, müzik, film gösterimleri, atölye çalışmaları gibi bilimsel, sosyo-kültürel etkinlikleri planlamak ve gerçekleştirmek, televizyon ve radyo programlarına katılmak, basın toplantısı yapmak, sosyal medya araçlarını kullanarak çeşitli iletişim etkinlikleri düzenlemek, deneyim paylaşımı ve durum değerlendirmesine yönelik toplantı faaliyetlerinde bulunmak ve sosyal sorumluluk çalışmaları gibi halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmaktadır.



### ***Kadın Araştırma Merkezlerinin Üniversiteye Katkısı Temasına İlişkin Bulgular***

Kadın araştırma merkezlerinin halkla ilişkiler rolünü belirlemeye yönelik yapılan bu durum çalışmasında cevabı aranan son araştırma sorusu kadın araştırma merkezlerinin amaçları doğrultusunda gerçekleştirdiği faaliyetlerle üniversiteye nasıl katkı sağladığıdır. Katılımcı ifadeleri doğrultusunda; üniversite bilinirliği ve tanınırlığı, paydaşlar ile ilişki kurma ve geliştirme, toplumsal fayda sağlama ve üniversiteyi temsil olmak üzere 4 kod merkezlerin üniversiteye katkısı temasında oluşmuştur. Araştırmanın son teması olan merkezlerin üniversiteye katkısı temasına ait kod alt kod bölümler modeli Şekil 4'te görülmektedir. Buna göre katılımcılar tarafından eşit yoğunlukta ifade edilen kodlar üniversite bilinirliği ve tanınırlığı ve paydaşlar ile ilişki kurma ve geliştirme kodlarıdır.



**Şekil-4:** Merkezlerin Üniversiteye Katkısı Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

Katılımcılar yaptıkları faaliyetlerle, anabilim dalı açmalarıyla yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda üniversitelerinin tanınırlığını sağladıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca akademik ve sosyal alanlarda yürüttükleri işbirlikleri ile tüm paydaşlar ile ilişki kurma ve geliştirme anlamında üniversiteye katkı sağladıklarını da belirtmişlerdir. M2 ve M16 kodlu katılımcıların üniversite bilinirliği, tanınırlığı ve paydaş ilişkileri kodları ile ilgili ifadeleri şöyledir:

*“Kadın çalışmalarında üniversitenin halka açılan kapısı olmak. Kadın çalışmalarında iç ve dış paydaşlarımız ile üniversite arasında köprü kurmak.” (M16)*

*“Bizim bu üniversiteye katkımız ne olabilir? Biz bu sene anabilim dalı çalışmaları açmaya başladık kadın çalışmaları anabilim dalı. Böyle bir katkısı olacak. Anabilim dalı açılırsa tüm işlemler merkez üzerinde yürütülecek. Bizim bu şekilde lisansüstü eğitim konusunda bir desteğimiz olacak üniversiteye. STK’larla işbirliği açısından üniversitemizin tanınırlığı yönünden böyle bir katkısı var. Kadın sorunları araştırma merkezinin.” (M2)*

Çalışmada elde edilen amaçlar, faaliyetler, hedef kitle, faaliyet konuları, hedef

kitleye ulaşmada yararlanılan araçlar ve üniversiteye katkı temaları, temalara ait kodlar ve alt kodlardan oluşan kod bulutu, katılımcı ifadelerinin yoğunluğa göre Şekil 5’de gösterilmektedir.



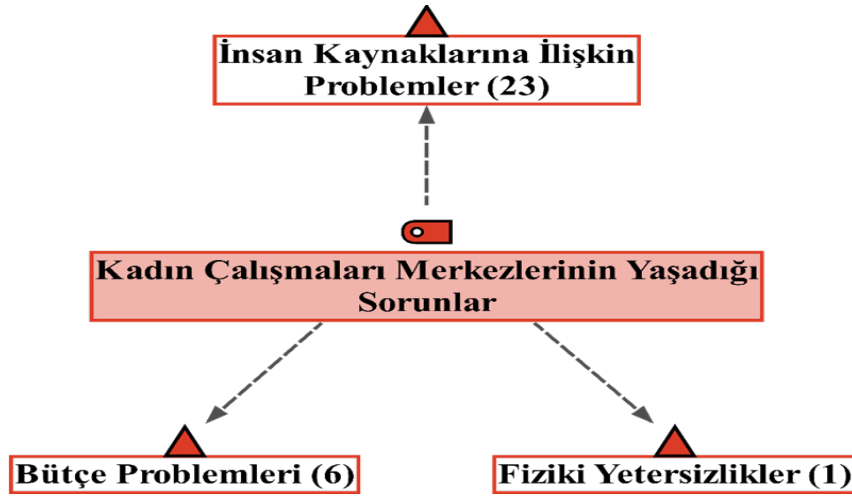
Şekil-5:Kod Bulutu

Frekans en yüksek olan kodlar, yani katılımcılar tarafından en yoğun kullanılan ve tekrar edilen kodlar, kod bulutunda daha büyük ve kalın puntolarla yer almaktadır. Buna göre bu kodlardan bazılarının; bilimsel, sosyo-kültürel faaliyetler, İşbirliği yapmak, bilgilendirmek/bilinçlendirmek, farkındalık oluşturmak, araştırma ve yayın yapmak, şiddet, özel ve kamu kurum çalışanları, öğrenciler vb. olduğu görülmektedir.

Katılımcı ifadelerinden yola çıkılarak değinilmesi gereken fakat araştırma amacıyla bağlantılı olmayan bir bulguda çalışmada elde edilmiştir. Bu üniversite kadın araştırma merkezlerinin yaşadığı sorunlardır.

Kadın çalışma merkezlerinin yaşadığı sorunlar teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; insan kaynaklarına ilişkin problemler, bütçe problemi ve fiziki yetersizlikler olmak üzere 3 kod ile ifade edilmiştir. Kadın araştırma merkezlerinin yaşadığı sorunlar temasına ait kod alt kod bölümler modeli Şekil 6’da gösterilmektedir.





**Şekil-6:** Kadın Araştırma Merkezlerinin Yaşadığı Sorunlara İlişkin Kod Modeli

Kadın çalışma merkezlerinin yaşadığı sorunlar temasında katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod insan kaynaklarına ilişkin problemler kodudur. Katılımcılar idari ve akademik anlamda, sekreter, etkinlik planlama, etkinlik yürütme, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerini yürütme gibi noktalarda insan kaynaklarının yetersiz kaldığını ifade etmişlerdir. Bu anlamda idari ve akademik personele ihtiyaç duyduklarını ifade eden M2 ve M6 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

*“Bu kadın merkezlerinde çalışacak olan atanacak olan personelin yani şöyle müdürlerin bence gerçekten kadın konusunda çalışan insanların olması gerektiğini düşünüyorum. Yani ben bu konuda benim kendi branşım kadın çalışmaları değil ama bir şekilde sosyal sorumluluk projesi olarak biz zamanla bu işe girmiştik. İşte merkezin yürüttüğü üç tane proje vardı bir tanesini ben yürütmüştüm mobingle ilgili iş yerindeki tacizlerle ilgili yani bu birazda benden kaynaklı olabilir ama bana göre üniversite yönetimi bu tür merkezlere atayacakları müdür konusunda çok hassas davranmaları gerektiğini düşünüyorum. Yani ikili ilişkilerle ya da yönetime yakın olarak olması sebebiyle buraya müdür atamanın doğru olmadığı görüşündeyim. Gerçekten bu konuda çalışan çok değerli hocalarımız var. Bunlara bu fırsatın verilmesi lazım diye düşünüyorum belki o şekilde çalışan hocalar müdür olursa katkısının daha çok olacağını düşünüyorum.” (M2)*

*“Kreş projesini daha sonra ne yapmak istedik. Merkezimizin çünkü misyonunda bu var sadece \*\*\*\*\* Üniversitesi değil yerele de açılacaksınız neresi \*\*\*\*\* veya işte T\*\*\*\*, T\*\*\*\*’tan başlarsın M\*\*\*\*\*’den başlarsan sonra işte Kayseri’nin çeşitli yönlerindeki kreşlere gidelim aynı şeyi uygulayalım dedik. Bizimki pilot gibi olsun, biz diğerlerine gidelim. Bunun için de tabi neye ihtiyacımız var tabi paraya ihtiyacımız var. TÜBİTAK’a bu projeyi yazalım dedik. Ama yine tekrar ediyorum elemansızlıktan benim üstüme kalıyor, öbür arkadaşın üstüne kalıyor öbürleri hiç üstüne bile alınmıyor. Öyle*



*olunca Milli Eğitimle görüştiğimiz halde bütün Kayseri'yi içine alan böyle bir kreş projesi yapamadık açıkçası onu söyleyeyim. Ama bir proje ekibi olsa bizden ayrı yönetimden ayrı onlara versek onlar sabahtan akşama kadar işi o çünkü başka bir şey yok. Eğitim falan vermiyor o zaman o proje yazılır, TÜBİTAK'a sunulur, belki de destek alınırdı.” (M6)*

## Sonuç

Kadınların iş hayatında, siyasal yaşamda, ekonomik etkinliklerde, eğitim, sağlık, medya ve hukuk gibi alanlardaki karşılaştığı güçlüklerle mücadele edilmesi ve ortadan kaldırılması için 1980'lerde sokakta başlayan kadın hareketi, 1990'lı yıllara gelindiğinde bilinçli ve normatif baskılar sebebiyle kurumsallaşmaya doğru gitmiş ve günümüzde akademik çalışmalarla desteklenen yerel, bölgesel ve uluslararası örgütlenmeler çerçevesinde etkinlik sağlayan bir biçime dönüşmüştür. Bu örgütsel biçimlerden biri de feminist bilginin üretimi ve korunması için yükseköğretim kurumlarında kurulan ve sayıları her geçen gün giderek artan “Kadın Araştırma Merkezleri” (KAM) dir.

İletişimsel bir eylem olan ve toplumsal konularda tartışmaları etkileyerek kamusal alana ve demokratik topluma katkı sağlama potansiyeline sahip halkla ilişkiler stratejileri ve uygulamalarından KAM'lar yararlanmaktadır. Sempozyum, panel, konferans, kongre, söyleşi, seminer, çalıştay bilimsel araştırma ve yayın yapma, ödüllü ve sertifikalı projeler gerçekleştirme, resim sergisi, tiyatro, müzik ve film gösterimleri gibi bilimsel, sosyo-kültürel faaliyetler yoğunlukta olmak üzere sosyal sorumluluk, kurumsal iletişim, toplantı ve medya gibi halkla ilişkiler faaliyetleri merkezler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetlerin yanı sıra merkezler kriz yönetimi, danışmanlık hizmeti gibi halkla ilişkiler uygulamalarında da bulunmaktadır.

Tüm bunlara ek olarak kadın araştırma merkezlerinin, üniversitelerin ulusal ve uluslararası arenada temsil edilmesi, bilinirliği ve tanınırlığının sağlanması, iç ve dış paydaşlarıyla ilişki kurması ve geliştirmesi ve toplumsal fayda sağlamasına dönük katkıları da bulunmaktadır.

Kadın araştırma merkezlerinin benimsediği amaçlar, planladığı ve gerçekleştirdiği halkla ilişkiler uygulamaları ve bünyesinde yer aldığı üniversiteye sağladığı katkıları doğrultusunda halkla ilişkiler rolünü ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen tez çalışmasında halkla ilişkiler rollerinden “uzman reçeteci”, “iletişim kolaylaştırıcı”, “sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı”, “iletişim teknisyenliği”, “ikna edici”, “savunucu”, “eğitici ve bilgi tedarikçisi”, “imaj ve itibar yöneticisi”, “ilişki kurucu” ve “kültürel aracı” gibi halkla ilişkiler rollerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kadınların toplumsal hayatta cinsiyetlerinden dolayı maruz kaldığı ayrımcı davranış ve tutumların belirlenmesi ve çözümlenmesinde bilimsel araştırma ve yayın yapan üniversite kadın araştırma merkezleri, bu yönüyle halkla ilişkiler rollerinden uzman reçeteci rolü sergilemektedir. Uzman olarak toplumsal cinsiyet ve kadın sorunları alanında çalışma yapan akademisyenlerin yer aldığı merkezler, bu alana dair çözüm önerilerinde bulunan, atılması gereken adımlar, yapılması gereken yasal değişim ve dönüşümlerle

ilgili reçeteler sunan bir konuma sahiptir. Merkezlerin sahip olduğu bu konum nedeniyle kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları merkezlerle çalışmalar yürütmekte, merkezlerden toplumsal cinsiyet temelli kadın sorunlarının çözümüne dair danışmanlık hizmeti almaktadır.

Kadını güçlendirmek ve geliştirmek için yasal değişim ve dönüşüme katkı sunan, politika oluşturmaya destek olan kadın araştırma merkezleri, yasaların ve politikaların kabul görmesi ve hayata geçirilmesi konusunda bilgilendirici, eğitici bir rol üstlenmektedir. Örneğin, KADES uygulamasının insanlar tarafından bilinmesi, kullanılmasına ilişkin ŞÖNİM ya da emniyet ile işbirliğinde seminerler düzenlemektedir. İletişim kolaylaştırıcı rolü bulunan merkezler toplumu yeniden şekillendirmek, toplumdaki uygulamalara ve alınan kararlara yönelik gelen tepkileri ortaya çıkarma çabasında da bulunmaktadır. Bu doğrultuda yaptığı çalışmalarla uygulayıcılar ile bireyler arasında irtibat sağlayıcı, yorumlayıcı ve aracı olarak iletişimi kolaylaştırıcı bir halkla ilişkiler rolü de merkezlerce sergilenmektedir.

Kadın araştırma merkezleri kadınların toplumsal cinsiyet algısından dolayı çalışma hayatında, eğitimde vb. alanlarda yaşadığı hak ihlalleri ki, özellikle aile, okul ve iş hayatında karşılaşılan hem fiziksel hem psikolojik şiddet konusunda, kamuoyu ve gündem oluşturmaya, farkındalık yaratmaya dönük gerek sosyal medya platformları üzerinden yazılı, görsel ve işitsel metinler oluşturması, gerekse geleneksel medya da televizyon ve radyo programlarına katılması, kamuoyu araştırmaları yapması ve bunları basın toplantıları ve bilimsel çalışmalar ile duyurması merkezlerin iletişim teknisyeni rolünün bulunduğu göstermektedir. Özellikle 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ve 25 Kasım Kadınlara Yönelik Şiddetle Mücadele Günü vb. günlerde ve haftalarda üniversite içlerinde öğrencilere, idari ve akademik personele, üniversite dışında özel, kamu ve sivil toplum kuruluşlarına yönelik çeşitli seminerler, atölye çalışmaları, sosyal medya da video, fotoğraf, metin paylaşımı ya da webinarlar gibi özel etkinlikler planlayan ve uygulayan merkezler iletişim teknisyeni gibi çabalarda bulunmaktadır.

Merkezler; “Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı”, “Milli Eğitim ve Sağlık Bakanlığı” gibi ilgili bakanlıklar ve bakanlıklara bağlı il müdürlükleri, belediyeler, kaymakamlıklar vb. kamu kurumlarıyla ve sivil toplum kuruluşlarıyla sağladığı koordinasyon ve işbirliği ile kadın sorunlarının çözümünde sorun çözücü, sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı bir halkla ilişkiler rolü de sergilemektedir. Aynı zamanda merkezler üniversitelerde öğrenciler arasında yaygınlaşan flört şiddeti veya aile ya da sosyal hayatta yaşanan cinsel taciz ve tecavüz gibi önemli durumlarda başvurulacak bir kuruluş olmasıyla da bu rolü üstlenmektedir.

Kadın araştırma merkezleri sempozyum, seminer, panel, yürüyüş etkinlikleri, konferanslar, yarışmalar, dans, müzik, tiyatro ve film gösterimleri, radyo televizyon programları, sosyal medya etkinlikleri gibi halkla ilişkiler uygulamaları ile gerek üniversite öğrencilerinde, personelinde, gerekse diğer kurumların çalışanlarında ya da il veya bölgede yaşayan halkta toplumsal cinsiyet algısı doğrultusunda oluşan kalıp yargıların yol açtığı düşünce, tutum ya da davranışları değiştirmeye dönük ikna edici

bir rol de sergilemektedir. Karar alıcıların, politika yapıcıların, idarecilerin, kanun uygulayıcılarının, eğitimcilerin kısacası toplumda belirli pozisyon ve işte çalışan herkeste iş yapma ve yaşam biçimlerinde kültürel olarak öğrendikleri toplumsal cinsiyet normlarını değiştirmeleri, farklı bakış açıları kazanmaları, zihinsel olarak bir dönüşüm gerçekleştirmeleri için ikna edilmesi yönünde halkla ilişkiler uygulamaları merkezler tarafından yapılmaktadır.

Yapmış olduğu bilimsel araştırmalar neticesinde elde ettiği bilgileri paylaşan merkezler, doğru bilginin, web siteleri, sosyal medya araçları, mailler ya da yüz yüze iletişim vasıtasıyla iletilmesi neticesinde insanların düşünce davranışlarında, inanç ve tutumlarında kendi istedikleri yönde bir değişiklik sağlayarak iknası yönünde söz sahibi olmaktadır.

Merkezler ikna edici bir rolde bulunurken aslında toplumsal uzlaşmayı sağlayacak bir pozisyonda da durmaktadır. Toplumsal cinsiyet algısından dolayı toplumda çeşitli gruplar arasında yaşanan düşünce ayrılıklarını ortak bir zeminde buluşturmak, farklı bakış açısını kazandırmak için merkezler çaba harcamaktadır. Bu doğrultuda merkezlerin uzlaşmayı sağlayıcı bir aracı rolü de bulunduğu söylenebilir. Merkezler gerçekleştirdiği halkla ilişkiler çabalarıyla toplumdaki kadın sorunlarıyla ilgili gruplar ile diyalog kurarak yani iki yönlü simetrik bir yaklaşımla uyuşmazlıkların ve çatışmaların çözümünü sağlamaktadır.

Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın sorunlarına yönelik merkezler gerçekleştirdiği faaliyetlerde farklı bakış açıları arasında uzlaşmayı sağlayıcı rolün yanı sıra bazı görüş ve düşüncelerin yerleştirilmesi için iknaya benzer bir rol olarak savunuculukta yapmaktadır. Özellikle kadınların özel ve kamusal alanda eşit koşullarda yaşaması, insan olmasından doğan haklarını kullanması için kadın erkek eşitliğinin sağlanması konusunda merkezler savunucu bir rodedir. Kimi durumlarda kadın çalışanlarının ücretlendirilmesi ve meslekte ilerlemesi için yolların açılması, kimi zaman kız çocuklarının erken evlendirilememesi ve eğitim hakkının elinden alınmaması, kimi durumlarda da yetki ve karar alma mekanizmalarında, kadınlarında yer alması konusunda görüşleri savunan merkezler ve bu doğrultuda toplumdaki kadınların savunucusu olarak yer almaktadır.

Toplumsal cinsiyet ve kadın sorunlarına ilişkin yerel, bölgesel ve uluslararası arenada işbirlikleri kuran merkezler, seminer, konferans, panel vb. etkinlikler ile bilgi ve deneyim paylaşımlarında bulunmaktadır. Ayrıca merkezler, toplumsal cinsiyet algısının ne olduğunun bilinmesine dönük çabalar sergilemektedir. Elde edilen bu bulgular merkezlerin halkla ilişkiler rollerinden kamuyu eğitmek ve bilgilendirmek rolünü sergilediğini göstermektedir. Örneğin kadın sağlığı ile ilgili meme ya da rahim ağzı kanserlerine yönelik kadınların ne gibi önleyici tedbirler alması gerektiği ya da cinsel yolla bulaşan hastalıklara yönelik ya da yasal haklar konusunda öncelikle iç hedef kitle olan öğrenciler, akademisyenler ve idari personel olmak üzere toplumun çeşitli düzeylerinde bulunan kitlelerin bilgilendirilmesine dönük birtakım etkinliklerin kadın araştırma merkezleri tarafından yapılması bu rolü desteklemektedir. Kamuyu eğitme ve bilgilendirme rolü bulunan merkezlerin özellikle toplumsal değişimde büyük katkısı olan öğretmenler ve

öğretmen adaylarına yönelik bilgilendirmeyi önemsedikleri de araştırmanın önemli bir sonucudur.

Merkezlerin benimsediği halkla ilişkiler amaçları doğrultusunda gerçekleştirdiği halkla ilişkiler faaliyetleri arasında merkezlerin ve içinde buldukları üniversitelerin bilinmesi ve tanınması için web sitesi, sosyal medya hesapları açmak, merkez logosu oluşturmak gibi kurumsal iletişim çabaları bulunmaktadır. Bu doğrultuda merkezlerin hem kendi birimlerinin hem de bünyelerin de yer alan üniversitelerin imaj ve itibar oluşumuna yönelik bir rolü olduğu söylenebilir. Ayrıca merkezler “toplumsal cinsiyet eşitliği söylemleri”, “feminist söylemler” gibi olumsuz, düşmanca yaklaşımları ortadan kaldıracak feminist hareketin zihinlerde yer alan olumsuz imajını ortadan kaldıracak imaj oluşturucu bir rolde de bulunmaktadır.

Üniversitelerin öğrenci, akademisyen ve idari personelden oluşan iç paydaşlarında kurumsal aidiyetin sağlanmasında; kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları, kuruluşların çalışanları ve yerel ve bölgede yaşayan kitlelerden oluşan dış paydaşlarda üniversite bilinirliği ve tanınırlığın oluşturulmasında merkezlerin yürüttüğü faaliyetler etkili olmaktadır. Ayrıca kadın araştırma merkezlerinin gerçekleştirdiği çalışmalar sonucunda iç ve dış paydaşlar üniversiteye karşı olumlu tutum ve davranış geliştirmekte ve bu durum üniversitenin bilinirliği ve tanınırlığı açısından önemli olmaktadır. Bu doğrultuda merkezlerin üniversite ile paydaşları arasında ilişki kuran bir köprü olarak halkla ilişkilerin ilişki kurucu rolünü barındırdığı, üniversitelerin hem yurt içinde hem de yurt dışında temsil edilmesinde de kadın araştırma merkezlerinin önemli bir aracı rolü bulunduğu söylenebilir.

Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadın sorunlarının çözümlenmesi noktasında çeşitli amaçları bulunan ve bu amaçları doğrultusunda çeşitli halkla ilişkiler strateji ve taktiklerini planlayan ve uygulayan kadın araştırma merkezleri bu yönüyle üniversitelerin toplumsal fayda sağlama misyonuna da somut bir şekilde destek sağlamaktadır. Merkezler, birey ya da kurumların kamusal formda seslerini daha iyi duyurmalarına yardımcı oldukları için kamu çıkarına hizmet etmektedir.

Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın sorunlarına yönelik toplumsal ve kültürel normların konuşulmasını sağlamak, eylemlere ve kimliklere ilişkin tutum ve değerleri etkilemek, bu alanı belirleyen üretim ve tüketim pratiklerini düzenlemek üzere bilgi tasarlamak, üretmek ve yaymak noktasında halkla ilişkiler stratejilerinden yararlanan merkezlerin bu yönüyle birer kültürel aracı rolünün bulunduğunu söylenebilir.

Kadın araştırma merkezleri tarafından benimsenen amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen halkla ilişkiler etkinlikleri ile cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına dönük insan haklarına ve yasal düzenlemelere ilişkin toplumsal bilincin oluşturulması ve sorunun toplumsal ve bireysel etkilerinin anlaşılması sağlanmaktadır. Ayrıca kadınların aile ve kamusal alandaki rollerine ilişkin davranış ve tutum değişiklikleri üzerine düşünme becerisinin geliştirilmesinin sağlanması ve nihayet sorunun bireysel ve toplumsal etkilerinin kavranarak sorunla başa çıkma ve mücadele etmede davranış değişikliğinin

sağlanması da bu etkiler neticesinde gerçekleşmektedir.

Halkla ilişkiler sektöründe çalışan meslek profesyonellerinin toplumsal cinsiyetten dolayı maruz kaldığı cinsiyet ayrımcılığının incelendiği ve değerlendirildiği çalışmalardan farklı bir yaklaşımla gerçekleştirilen bu çalışmada kadın sorunlarının ortadan kaldırılması ve engellenmesinde iletişimin gerekliliği vurgulanarak bu kapsamda önemli bir iletişimsel disiplin olan halkla ilişkiler stratejilerinden nasıl ve ne şekilde yararlanabileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Halkla ilişkiler amaçları ve stratejilerini benimseyerek, toplumsal kalkınmada önemli bir engel olarak görülen cinsiyet eşitsizliği ve kadın sorunlarına yönelik gerçek çıktılar sunan üniversite kadın araştırma merkezleri, toplumsal anlamda tutum ve davranış oluşturmada, kültürel bir dönüşüm sağlamada önemli bir aktördür. Böylesi önemli birimler toplumsal cinsiyet temelli kadın sorunlarıyla mücadele ederken aynı zamanda, bütçelerinin olmayışı, uzman kadrosunun bulunmaması, kadın araştırmaları konusunda yetişmiş personelin eksik olması ve fiziki alt yapılarının yetersizliği gibi kurumsal sorunlarla da mücadele etmektedirler. Ülkemizde 2021 yılı itibarıyla sayıları 107'ye ulaşan merkezlerin yaşadığı bu sorunlar, toplumsal kalkınmaya yönelik önemli bir tehdit olarak görülen cinsiyet eşitsizliğinin önlenmesinde üstlendiği misyonu yerine getirmesinde engelleyici bir unsur olarak durmaktadır. Bu kapsamda merkezlerin sorunlarının çözüme ulaştırılması amaçlarına ulaşması ve etkinliğinin artırılması için düzenlenmelerin mümkün olan en kısa sürede gerçekleştirilmesi umulmaktadır. Merkezlerin kurumsal bir kimlik kazanarak idari ve akademik olarak desteklenmesi, fiziksel olarak imkân sağlanması, toplantı, panel ve diğer etkinlikler için özel bir bütçenin merkezlere ayrılması merkezler için atılması gereken adımlardır. Ayrıca kadın araştırma merkezlerine üye olan araştırmacıların toplumsal cinsiyet ve kadın çalışmaları alanında yayın yapması veya bu alanda çeşitli eğitimler görmesi gibi bazı zorunlulukların bulunması gerekmektedir.

**Etik Beyanı:** Bu çalışma etik kurul izni alınarak gerçekleştirilmiş olup, çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim. Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

**Yazar Katkıları:** 1. Yazarın katkı oranı %50, 2. Yazarın katkı oranı ise %50'dir.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan edilmektedir.

### **Kaynakça**

Alptekin, D. (2011). Sokaktan akademiye: Kadın hareketinin kurumsallaşma süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 33-43.

Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaoğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde*

*araştırma yöntemleri- SPSS uygulamalı.* Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

- Balcı, E. (2016). Üniversitelerin kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezleri. *Türkiye Klinikleri Halk Sağlığı-Kadın Öğrenimi Düzeyi ve Sağlıklı Toplum Özel Sayısı*, 2(2), 52-68.
- Bivins, T. H. (1989). Ethical implications of the relationship of purpose to role and function in public. *Journal of Business Ethics*, 8(1), 65-73.
- Broom, G. M. (1980). A comparison of roles played by men and women in public relations. *Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism*, 63rd, Boston, MA, August 9-13, 1980, 1-11.
- Broom, G. M. ve Smith, M. G. (1979). Testing the practitioner's impact on clients. *Public Relations Review*, 5(3), 47-59.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni.* (M. Bütün, ve S. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çilingiroğlu, N. (2001). Türkiye'de akademik düzeyde kadına yönelik kurumsallaşma. *Hacettepe Toplum Hekimliği Bülteni*, 20(2).
- Dozier, D. M. (2005). *İletişim ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının örgütsel rolleri.* J. E. Grunig (Yay. haz.), Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik içinde (s. 349-377). İstanbul: Rota Yayınları.
- Edgett, R. (2002). Toward an ethical framework for advocacy in public relations. *Journal of Public Relations*, 14(1), 1-26.
- Edwards, L. (2012). Exploring the role of public relations as a cultural intermediary occupation. *Cultural Sociology*, 6(4), 438- 454.
- Ehling, W. P. (2005). *Halkla ilişkiler eğitimi ve profesyonellik.* J. E. Grunig (Yay. haz.), Halkla ilişkilerde ve iletişim yönetiminde mükemmellik içinde (s. 464-488). İstanbul: Rota Yayınları.
- Ehling, William P. ve David M. Dozier.(2005). *Halkla ilişkiler yönetimi ve yöneylem araştırması.* J. E. Grunig (Yay. haz.) Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik içinde (s.271-305) . İstanbul: Rota Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler.* Ankara: Erk yayınları.
- Eroğlu, K. (2004). Kadın kuruluşları içinde üniversite kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezlerinin rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokul Dergisi*, 8(2), 23-31.
- Grunig, J. E. ve Huang, Y.-H. (2000). *From organizational effectiveness to relationship*



- indicators: antecedents of relationships, public relations strategies, and relationship outcomes.* J. A. Ledingham, ve S. D. Bruning (Yay. haz.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations içinde* (s. 23-53). Mahwah New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gül, F. Ö. ve Alpaydın, Y. (2017). Türkiye'deki araştırma ve uygulama merkezleri üzerine bir inceleme. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 627-643. doi:10.5961/jhes.2017.239
- Holtzhausen, D. R. ve Voto, R. (2002). Resistance from the margins: The postmodern public relations practitioner as organizational activist. *Journal of Public Relations Research*, 14(1), 57-84.
- Huang, Y.-H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13(1), 61-90.
- Hutton, J. G. (1999). The definition dimensions and domain of public relations. *Public Relation Review*, 25(12), 199-214.
- Kızıltaş, A. (2000). *Türkiye'de yükseköğretim kurumlarındaki kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezlerinin halkla ilişkiler uygulamaları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ledingham, J. A. (2009). *Genel bir halkla ilişkiler teorisi olarak ilişki yönetimini açıklamak.* F. Keskin ve B. P. Özdemir (Yay. Haz.), *Halkla ilişkiler üzerine: Disiplinlerarası bir alanın yönelimleri içinde* (s. 117-140). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Ledingham, J. A. ve Bruning, S. D. (1998). Relationship management in public relations: Dimensions of an organization public relationship. *Public Relations Review*, 24(1), 55-65.
- Ledingham, J. A. ve Bruning, S. D. (Ed.). (2000). *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of Public relations.* Mahwah New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber.* (S. Turan, Çev.) Nobel Yayınevi.
- Özvarış, Ş. B. ve Akın, A. (2003). *Üniversite kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezleri.* Erişim adresi: [http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/universitelerin\\_kadin\\_sorunlari.pdf](http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/universitelerin_kadin_sorunlari.pdf)
- Peltekoğlu, F. B. (2016). *Halkla ilişkiler üzerine düşünmek.* F. B. Peltekoğlu (Yay. haz.), *İletişimin gücü: Kurumsaldan küresele halkla ilişkiler içinde* (s. 369-382). İstanbul: Beta Yayınları.

- Peltekoğlu, F. B. ve Akbayır, Z. (2019). Davranışsal içgörü ve hakla ilişkilerin kesişim noktası: Çocuk gelin sorununda medya farkındalığı ve davranışsal halkla ilişkiler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 827-844. doi:10.17680/erciyesiletisim.554861
- Peltekoğlu, F. B. ve Tozlu, E. (2017). Medya yansımaları ekseninde kadına şiddet sorunsalı ve halkla ilişkiler. *Marmara İletişim Dergisi*, (28), 1-20. doi: 10.17829/midr.20172833776
- Savaş, G., Ertan, S. ve Yol, F. (2018). Türkiye'deki üniversitelerin kadın araştırmaları merkezleri profili araştırması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1527-1547.
- Straughan, D. (2001). Women's work: Public relations efforts of the US children's bureau to reduce infant and maternal mortality, 1912-1921. *Public Relations Review*, (27), 337-351.
- Uzun, R. (2016). *İletişim etiği: Sorunlar ve sorumluluklar*. Ankara: Dipnot Yayınları.