






## Ormanlık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarına yönelik mevcut durum analizi (Isparta OBM örneği)

Present situation analysis of effective mass media announcing forestry activities to the public (the case of Isparta RDF in Turkey)

Arif KAYACAN<sup>1</sup>   
Süleyman ALKAN<sup>1</sup>   
Ersin YILMAZ<sup>1</sup>   
Yunus BAYİR<sup>1</sup>   
Uğur Melih ALKAN<sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Batı Akdeniz Ormanlık Araştırma  
Enstitüsü Müdürlüğü, Antalya

**Sorumlu yazar (Corresponding author)**  
Ersin YILMAZ  
eyilmaz33@gmail.com

**Geliş tarihi (Received)**  
21.02.2020

**Kabul tarihi (Accepted)**  
06.04.2020

**Sorumlu editör (Corresponding editor)**  
Güven KAYA  
guvenkaya@ogm.gov.tr

**Atıf (To cite this article):** KAYACAN, A , ALKAN, S , YILMAZ, E, BAYİR, Y , ALKAN, U . (2020). Ormanlık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarına yönelik mevcut durum analizi (Isparta OBM örneği). Ormanlık Araştırma Dergisi , 7 (2) , 131-146 . DOI: <https://doi.org/10.17568/ogmoad.692363>



Creative Commons Atıf -  
Türetilmez 4.0 Uluslararası  
Lisansı ile lisanslanmıştır.

### Öz

Bu çalışmada mevcut üstünlükler, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditler ortaya konularak, Isparta Orman Bölge Müdürlüğündeki (OBM) ormanlık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesi ve önceliklendirilmesi işlemi gerçekleştirilmiştir. Böylece bu alandaki kitle iletişim araçlarının geliştirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir. Araştırmanın ana amacı; Isparta OBM'de ormanlık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesine yönelik üstünlükleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri ortaya koymaktır. Diğer amaçlar ise araştırma alanında kitle iletişim araçları konusundaki mevcut yapıyı incelemek, kitle iletişim araçlarına yönelik potansiyelleri ve kısıtları belirlemek ve buna yönelik mevcut yapıyı iyileştirebilmek için öneriler geliştirmektir. Araştırmada SWOT (Üstünlükler, Zayıflıklar, Fırsatlar ve Tehditler) çözümlenmeleri ile Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) tekniklerini bir araya getiren bir melez teknik olan R'WOT (Ranking Tekniği + SWOT Çözümlenmeleri + Doğrusal Kombinasyon Tekniği) tekniği kullanılmıştır. Bu teknik SWOT gruplarının ve her bir SWOT grubu içindeki SWOT faktörlerine ait önceliklerin ve önem sırasının belirlenmesinde, Sıralama tekniği ve Doğrusal Kombinasyon tekniğini birlikte kullanan kombine bir yaklaşımdır. Kullanılan R'WOT tekniği, farklı karar verme durumları için uygun bir araçtır. Bu örnek uygulama çalışması da sunulan metodolojinin faydalılığını göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Katılım, çok kriterli karar verme, R'WOT, kitle iletişim araçları, Isparta, Orman Bölge Müdürlüğü (OBM)

### Abstract

In this study, the existing advantages, weaknesses, opportunities and threats were revealed, and the process of determining and prioritizing effective mass media that would announce the forestry activities in Isparta Forestry Regional Directorate (FRD) to the public was carried out. Thus, it was developed suggestions for the development of mass media in this field. The main purpose of this research is to explore the strengths, weaknesses, opportunities and threats for determining effective mass communication tools in Isparta FRD. The other purposes of this study are to review the current structure regarding mass communication tools, to identify the potentials and the constraints for mass media tools, and to recommend ways to improve the existing structure for them. In this research, it was used the R'WOT technique, which is a hybrid technique connecting Multiple Criteria Decision-Making Techniques (MCDM) to SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis. This technique is a combined approach utilizing Ranking Technique and Linear Combination Technique when assessing the priorities and the order of importance of SWOT groups and SWOT factors included within each SWOT group. Presented R'WOT Technique is suitable for a variety of different decision making situations. Also, this case study showed the usability of the presented method.

**Keywords:** Participation, multi criteria decision making, R'WOT, mass media, Isparta, Forestry Regional Directorate (FRD)

## 1. Giriş

Kurumlar; çalışmalarını ve başarılarını kamuoyuna duyurmak, bilinirliklerini artırmak, toplumun güvenini kazanmak, vermek istedikleri mesajları etkili bir şekilde hedef kitlelere ulaştırmak, görev konularında farkındalık yaratmak için halkla ilişkiler etkinliklerine önem vermektedirler. Halkla ilişkilere yeterince önem vermeyen kurumlarda, hazırlanan basın bültenlerinin gazetelere, dergilere veya televizyonlara gönderilmesi şeklindeki yaklaşım, halkla ilişkiler faaliyetinin etkili bir şekilde yapılmaması sonucunu doğurmaktadır.

*“Orman ve orman kaynaklarını korumak, doğaya yakın bir anlayışla geliştirmek, ekosistem bütünlüğü içinde sürdürülebilir ve topluma çok yönlü faydalar sağlayacak şekilde yönetmek”* misyonu, *“Sürdürülebilir orman yönetimi uygulamalarında öncü kurum olmak”* vizyonu olan (OGM, 2016), ülke yüzölçümünün büyük bir kısmında çalışmalar gerçekleştiren, en ücra köşesine kadar örgütlenmiş Orman Genel Müdürlüğü (OGM) de çalışmalarını geniş kitlelere duyurmak ve kamuoyu oluşturmak durumundadır.

Günümüzde en önemli çevre politikası araçlarından biri çevre eğitimidir. Çünkü halkın desteği olmadan doğal kaynakları korumak mümkün değildir. Halk da ancak bildiği, anladığı ve kabul ettiği takdirde koruma süreçlerine destek verecektir. Halkın çevre ve doğal kaynaklar ile ilgili eğitim düzeyinin geliştirilmesi ile çevrenin ve doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi sağlanabilecek ve olumsuz insan etkisi en alt seviyeye indirilecektir (Erol, 2012). Artık kurumlar kamuoyunu olumlu yönde etkilemek, kalıcı izler bırakmak peşindedir. Toplumun beğeni, destek ve güvenini kazanmış kurumlar, amaçlarını yerine getirmek için üstün konuma geçerler. Çünkü bu yolla; halkı aydınlatır, halkın yönetimle olan işlemlerini kolaylaştırır, halkla iş birliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlar, halkın kuruma ve hizmetlere dair; dilek, istek, tavsiye ve şikâyetlerini dinleyerek yaşanan aksaklıkları gidermeye çalışırlar.

Ormanların korunup geliştirilmesi ve sağladığı faydalar toplumun tamamını ilgilendirmektedir. Halkın katılım sağlamadığı, inanmadığı ve desteklemediği etkinliklerin başarılı olma şansı düşüktür. OGM'nin belirlediği amaçları gerçekleştirmesi ve başarılı olması, bağlantılı olduğu geniş toplum kesimlerinin güven ve desteğini sağlamaya bağlıdır. *“Genel Müdürlük faaliyetlerine ait haberlerin sağlıklı kaynaklara dayanılarak ve Bakanlık politikaları çerçevesinde değerlendirildikten sonra belli bir disiplin içinde medyaya verilmesi, faaliyetlerin doğru şekilde kamuoyuna aktarılması açısından*

*dan büyük önem taşımaktadır”* saptamasını yapan OGM, hedeflediği kitlelere ulaşmak için 27 Orman Bölge Müdürlüğünde *“Basın Halkla İlişkiler ve Tanıtım Büroları”* kurmuş ve çalışma esaslarını bir tamimle (OGM, 2008) belirlemiştir.

Ulusal Ormancılık Programında (Anonim, 2004) da konu ele alınmış ve genel eylemler kısmınının 19. Maddesinde; *“Orman teşkilatının halkla ilişkiler, bilinçlendirme ve eğitim konularındaki kurumsal ve eleman kapasitelerinin güçlendirilmesi”* şeklinde belirtilmiştir.

Sürdürülebilir Orman Yönetimi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Stratejik Amaç 1.2. Ormanların koruyucu ve çevresel işlevleri ile faydalarının önemi konusunda toplumun bilinçlendirilmesi, sivil ve politik desteğin oluşturulması kapsamında işbirliği gerekli kuruluş olarak TRT, özel TV ve medya kurumları da sayılmıştır. Ayrıca yine bu stratejik amaç altındaki mevzuat düzenlemelerinde; TRT, özel TV kanalları ve diğer kitlesel yayın araçlarıyla toplumun bilinçlendirilmesi konusunda 6831 sayılı Kanunda düzenleme yapılması yer almıştır (Anonim, 2014).

Araştırmada; konunun katılımcı bir anlayışla ele alınması suretiyle, demokratik bir toplumun temel bir parçası olan katılımcı yaklaşımın ele alınan karar verme problemiyle geliştirilmesine ve orman kaynakları yöneticileri tarafından benimsenmesine katkıda bulunmak ve orman idaresinin uygulayacağı faaliyetleri ilgi gruplarının tercih, ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alarak belirlenmesini sağlamak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada Isparta Orman Bölge Müdürlüğünde ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesi üzerine etkili içsel ve dışsal faktörlerin belirlenmesi, katılımcı bir yaklaşımla ölçülmesi ve önem sırasına konulması konusunda bir karar verme modeli geliştirmek ve bu problem ile ortaya çıkan ÇKKV probleminin çözümünü gösteren örnek uygulama çalışması gerçekleştirmek istenmiştir.

Çalışmada araştırma alanı olarak seçilmiş bulunan Isparta Orman Bölge Müdürlüğü için ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesinde etkili içsel ve dışsal faktörler *“SWOT çözümlenmeleri”* yardımıyla belirlenmiştir. Daha sonra bu faktörler *“R’WOT tekniği”* kullanılarak katılımcı bir yaklaşımla sayısal olarak ölçülmüş ve önem sırasına konulmuştur.

## 2. Materyal ve Yöntem

### 2.1. Materyal

Araştırmada, konu ile ilgili literatür yanında,

ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının mevcut durumunun ve OGM'nin kurumsal kimliğinin halkla ilişkiler açısından bulunduğu noktanın ortaya konması amacıyla katılımcılara yönelik hazırlanmış "SWOT ve Sıralama Bilgi Formları" kullanılmıştır. Hazırlanan bu formların proje ekibince yüz yüze her bir; Çocuk, Sektör Uzmanı, STK, Orman Köylüsü, Kereste İşletmeleri ve Kamu Kurumu temsilcisi tarafından doldurması sağlanmıştır.

## 2.2. Yöntem

### 2.2.1. Hedef kitle

Çalışmada; Isparta Orman Bölge Müdürlüğü çalışma alanındaki Çocuklar, Sektör Uzmanları, STK temsilcileri, Orman Köylüleri, Kereste İşletmeleri ve Kamu Kurumu (Ormancılık hariç kamu kurumları) temsilcileri hedef kitle olarak alınmıştır. Belirlenen bu toplum katmanlarının görüşleri, temsilcileri aracılığı ile çalışmaya dahil edilmiştir.

UNICEF'in Çocuk Haklarına Dair sözleşmenin 1. Maddesi, "Bu Sözleşme uyarınca çocuğa uygulanabilecek olan kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar her insan çocuk sayılır." ifadesini kullanmaktadır (UNICEF, 1989). Proje kapsamında "Çocuklar" şeklinde belirtilen hedef kitle, 18 yaş altını kapsamıştır. Bu kitledeki alt yaş sınırı ise SWOT ve Sıralama Bilgi Formlarını anlayıp bilinçli olarak cevaplayan yaş olarak proje ekibi tarafından belirlenmiştir. Bu amaçla ilgili yaş grubunun bulunduğu okullardaki temsilcilerin (sınıf başkanı, eğitsel kol ve kulüp yöneticileri) görüşlerine başvurulmuştur.

### 2.2.2. Örneklem yöntemi

Çalışmada belirlenen hedef kitleler temsilcileri aracılığı ile örneklenmiş, SWOT ve Sıralama Bilgi Formları yardımıyla özgün veriler elde edilmiştir. Bu amaçla her bir ilgi grubundan 10'ar temsilci ile çalışılmıştır. Orman köylerinde tesadüfi örneklem yapılmıştır.

### 2.2.3. Veri çözümlenmeleri ve değerlendirme yöntemleri

Isparta Orman Bölge Müdürlüğü çalışma alanındaki Çocuklar, Sektör Uzmanları, STK temsilcileri, Orman Köylüleri, Kereste İşletmeleri ve Kamu Kurumu temsilcilerinin tercihlerini dikkate alarak ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesine yönelik üstünlükleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri ortaya koymak amacıyla SWOT çözümlenmeleri, Sıralama tekniği ve Doğrusal Kombinasyon tekniğinin bir arada kullanıldığı melez bir teknik

olan "R'WOT tekniği" (Yılmaz, 2006; Sönmezler, 2008) kullanılmıştır.

## 3. Bulgular

Öncelikle ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarının durumunun değerlendirilmesi amacıyla proje ekibi tarafından, birbirlerinden bağımsız olarak SWOT çözümlenmeleri gerçekleştirilmiştir. Sonrasında bir çalışma daha gerçekleştirilerek, proje ekibince ayrı olarak ortaya konulan SWOT çözümlenmelerindeki SWOT faktörleri topluca değerlendirilmiştir. Bu çalışma sonucunda bazı SWOT faktörleri elenmiş, bazıları da aynı faktör altında birleştirilmiştir. Böylece mevcut durumun değerlendirilmesinde dikkate alınacak SWOT grupları ile her bir SWOT grubu dahilindeki SWOT faktörlerine son şekil verilmiştir.

Buna göre ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarının durumunu değerlendirmede kullanılacak SWOT çözümlenmelerinin "Üstünlükler" grubunda aşağıdaki SWOT faktörlerinin bulunması kararlaştırılmıştır:

1. Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması
2. OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bulunması
3. OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması
4. Orman işletme müdürlüklerinin (OİM) yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması
5. Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıda korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması
6. Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması

Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde, halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması

SWOT çözümlenmelerinin "Zayıflıklar" grubunda yer alması kararlaştırılan SWOT faktörleri ise şunlardır:

Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği

1. İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması

2. OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması
3. OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi
4. Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması
5. Orman işletme şeflerinin (OİŞ) halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması
6. Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı

SWOT çözümlerindeki “Fırsatlar/Olanaklar” grubunda ise aşağıdaki SWOT faktörleri yer almıştır:

1. Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması
2. Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı
3. Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması
4. Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması
5. Toplumda çevre bilincinin artması
6. Toplumda eğitim düzeyi artması
7. Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi

SWOT çözümlerine ait “Tehditler/Tehlikeler” grubunu oluşturan SWOT faktörlerinin ise şunlardır oluşmasına karar verilmiştir:

1. Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı
2. Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması
3. Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması
4. Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması
5. Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği
6. Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği
7. Toplumun önemli bir kesiminin ormanların

giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi

Bu çalışmada R'WOT tekniği kullanılarak çalışma alanındaki Çocuk temsilcilerine, Sektör Uzmanları temsilcilerine, STK temsilcilerine, Orman Köylüleri temsilcilerine, Kereste İşletmeleri temsilcilerine ve Kamu Kurumları temsilcilerine SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içindeki SWOT faktörlerine yönelik karşılaştırmalar yaptırılmıştır. Böylece adı geçen temsilcilerin, ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarını değerlendirmede kullanılan SWOT çözümlerindeki SWOT grupları ile her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerine ilişkin tercih ve hükümleri ortaya konmuştur. Sonuçta “katılımcı bir yaklaşım” izlenerek ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçları değerlendirilmiştir.

Ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarını değerlendirme yönünde, her bir ilgi grubundan 10'ar temsilciye başvurulmuş ve ilgili SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içindeki SWOT faktörlerine yönelik tercih ve hüküm belirtmeleri istenmiştir.

Böylece yukarıdaki temsilcilerden elde edilen karşılaştırma bilgileri ve R'WOT tekniği çözüm aşamaları sırasıyla takip edilerek, ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarını değerlendirme yönünde SWOT çözümlerini değerlendirme yönünde SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içindeki SWOT faktörlerine ait nihai öncelik değerleri elde edilmiştir.

Ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak kitle iletişim araçlarının katılımcı bir yaklaşımla değerlendirilmesi amacıyla farklı ilgi grubu temsilcilerine anket çalışması uygulanmıştır. Bu anket çalışmasında, kitle iletişim araçlarının değerlendirilmesine yönelik gerçekleştirilen SWOT çözümlerini sonucunda belirlenen SWOT gruplarının (Üstünlükler, Zayıflıklar, Fırsatlar/olanaklar, Tehditler/Tehlikeler) ve her bir SWOT grubu altındaki SWOT faktörlerinin önem durumlarına ilişkin ilgili temsilcilere karşılaştırmalar yaptırılmıştır. Sonrasında bu karşılaştırma işlemleri sonucunda elde edilen veriler, anket uygulanan her bir temsilci itibarıyla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda her bir temsilciye yönelik olarak R'WOT tekniği kullanılarak, ilgili SWOT grupları ve her bir SWOT grubu dahilindeki SWOT faktörleri için göreceli öncelik değerleri elde edilmiştir. Böylece her bir ilgi grubu itibarıyla elde edilen öncelikler ve sonuçta ulaşılan genel öncelikler aşağıda ayrı alt başlıklarda açıklanmaktadır.

### 3.1. İlgili grupları itibariyle öncelikler

Uygulama alanında anket yapılan temsilciler; Çocuk temsilcileri, Sektör Uzmanları temsilcileri, STK temsilcileri, Orman Köylüleri temsilcileri, Kereste İşletmeleri temsilcileri ve Kamu Kurumları temsilcileri şeklinde gruplandırılmıştır. Sonrasında her katılımcı grubun temsilcilerine ait R'WOT tekniği öncelik sonuçlarının aritmetik ortalaması alınarak, her bir ilgi grubu için SWOT grupları ve her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerinin öncelik değerlerine ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar, her bir ilgi grubu itibariyle, ayrı alt başlıklar altında aşağıda incelenmiştir.

#### 3.1.1. Çocuk temsilcilerine ait öncelikler

Çalışma alanındaki okullarda yer alan (ortaokul ve lise) öğrencilerinden oluşan Çocuk temsilcilerine yönelik R'WOT tekniği çözümleme sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Buna göre Çocuk temsilcilerine göre en yüksek önceliğe sahip SWOT grubu, 0,25522 öncelik değeri ile "Fırsatlar/Olanaklar" olmuştur. Bunu 0,25330 öncelik değeri ile "Tehditler/Tehlikeler" ve 0,24577 öncelik değeri ile "Zayıflıklar" SWOT grupları izlemiştir. "Üstünlükler" SWOT grubu ise 0,24571 öncelik değeri ile en düşük öncelikli olarak ortaya çıkmıştır.

Çocuk temsilcileri açısından, "Üstünlükler" SWOT grubu dahilinde, en yüksek öncelik değerine sahip SWOT faktörü, 0,04371 öncelik değeri ile "Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması" olmuştur. Buna karşın "Zayıflıklar" SWOT grubunda yer alan "Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı" SWOT faktörü ise 0,04072 öncelik değeri ile Çocuk temsilcilerince en yüksek önceliği almıştır. Aynı temsilciler için "Fırsatlar/Olanaklar" SWOT grubunun öne çıkan SWOT faktörü, 0,04142 öncelik değeri ile "Toplumda eğitim düzeyi artması" faktörüdür. Bu temsilcilere göre "Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması" SWOT faktörü ise 0,04318 öncelik değeri ile "Tehditler/Tehlikeler" SWOT grubunun en yüksek öncelikli faktörüdür.

#### 3.1.2. Sektör uzmanları temsilcilerine ait öncelikler

Bu çalışmada Sektör Uzmanları temsilcileri olarak kabul edilen Isparta Orman Bölge Müdürlüğü teknik personeli ve medya sektöründeki profesyonellerin SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içerisindeki SWOT faktörlerine yönelik yaptıkları

karşılaştırmalar esas alınarak, R'WOT tekniği çözümlenmeleri ile elde edilen sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2'den de görüleceği üzere, Sektör Uzmanları temsilcileri, "Üstünlükler" SWOT grubunu (0,26261), en yüksek öncelikli SWOT grubu olarak görmektedir. Bunu sırasıyla "Tehditler/Tehlikeler" (0,25327), "Fırsatlar/Olanaklar" (0,25068) ve "Zayıflıklar" (0,23345) SWOT grupları takip etmektedir.

Sektör Uzmanları temsilcilerine göre, "Üstünlükler" SWOT grubunda en yüksek öncelikli SWOT faktörü "OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması" (0,04071) iken, "Zayıflıklar" SWOT grubunda "OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması" (0,03492), "Fırsatlar/Olanaklar" SWOT grubunda "Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması" (0,03919) ve "Tehditler/Tehlikeler" SWOT grubunda ise "Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği" (0,03999) SWOT faktörleri en yüksek önceliğe sahip olmuştur.

#### 3.1.3. STK temsilcilerine ait öncelikler

STK temsilcileri tarafından yapılan karşılaştırmalara göre, R'WOT tekniği kullanılarak elde edilen SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içerisindeki SWOT faktörlerine ait öncelik değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablodaki öncelik değerleri incelendiğinde STK temsilcilerine göre en yüksek önceliğe sahip SWOT grubunun "Tehditler/Tehlikeler" (0,25785) olduğu anlaşılmaktadır. Bu temsilcilere göre bu SWOT grubunu sırasıyla "Zayıflıklar" (0,25486), "Üstünlükler" (0,24391) ve "Fırsatlar/Olanaklar" (0,24338) SWOT grupları izlemektedir.

"Üstünlükler" SWOT grubu altında "Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması" SWOT faktörü 0,03959 öncelik değeri ile STK temsilcileri tarafından en yüksek öncelikli faktör olarak tercih edilmiştir. Bununla birlikte bu temsilciler için "Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı" (0,04146), "Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi" (0,03664) ve "Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği" SWOT faktörleri ise sırasıyla "Zayıflıklar", "Fırsatlar/Olanaklar" ve "Tehditler/Tehlikeler" SWOT gruplarının en yüksek öncelikli faktörlerini oluşturmuştur.

Tablo 1. Çocuk temsilcilerine ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 1: “R’WOT Technique” analysis of child representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,24571	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03512
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün bulunması	0,03161
		OGM’nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması	0,03369
		Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması	0,03598
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıdaki korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03637
		<b>Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması</b>	<b>0,04371</b>
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,02923
Zayıflıklar	0,24577	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03311
		İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması	0,03999
		OGM’nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03539
		OGM’nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03257
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,02892
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03507
		<b>Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı</b>	<b>0,04072</b>
Fırsatlar/olanaklar	0,25522	Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması	0,03747
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03322
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03474
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03345
		Toplumda çevre bilincinin artması	0,03625
		<b>Toplumda eğitim düzeyi artması</b>	<b>0,04142</b>
		Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03868
Tehditler/tehlikeler	0,25330	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03421
		<b>Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması</b>	<b>0,04318</b>
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03551
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03661
		Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği	0,04001
		Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği	0,03018
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03360

En yüksek önceliğe sahip SWOT grubu ve her bir SWOT grubu içerisindeki SWOT faktörü, kalın siyah harflerle gösterilmiştir

Tablo 2. Sektör Uzmanları temsilcilerine ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 2: “R’WOT Technique” analysis of sector experts representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,26261	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03994
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bulunması	0,04039
		<b>OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması</b>	<b>0,04071</b>
		Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması	0,03861
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıdaki korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03279
		Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması	0,03946
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,03072
Zayıflıklar	0,23345	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03337
		İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması	0,03341
		<b>OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması</b>	<b>0,03492</b>
		OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03491
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,03046
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03485
		Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı	0,03152
Fırsatlar/olanaklar	0,25068	<b>Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması</b>	<b>0,03919</b>
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03292
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03785
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03504
		Toplumda çevre bilincinin artması	0,03901
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03489
		Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03177
Tehditler/tehlikeler	0,25327	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03460
		Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması	0,03632
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03654
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03497
		Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği	0,03757
		<b>Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği</b>	<b>0,03999</b>
Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03327		

Tablo 3. STK temsilcilerine ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 3: “R’WOT Technique” analysis of NGOs representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,24391	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03334
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bulunması	0,03199
		OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması	0,03716
		<b>Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması</b>	<b>0,03959</b>
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıdaki korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03495
		Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması	0,03874
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,02813
Zayıflıklar	0,25486	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03378
		İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması	0,03744
		OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03704
		OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03042
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,03623
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03849
		<b>Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı</b>	<b>0,04146</b>
Fırsatlar/olanaklar	0,24338	Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması	0,03505
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03122
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03520
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03423
		Toplumda çevre bilincinin artması	0,03571
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03532
		<b>Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi</b>	<b>0,03664</b>
Tehditler/tehlükeler	0,25785	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03409
		Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması	0,03891
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03609
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03499
		Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği	0,03974
		<b>Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği</b>	<b>0,03998</b>
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03406



### 3.1.4. Orman köylüleri temsilcilerine ait öncelikler

Bu çalışmanın Orman Köylüleri temsilcilerinin SWOT gruplarına ve her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerine yönelik karşılaştırmalarına dayalı olarak R'WOT tekniği çözümlenmeleri ile elde edilen öncelik değerleri Tablo 4'te sunulmaktadır.

Bu öncelik değerlerine göre Orman Köylüleri temsilcileri en yüksek öncelikli SWOT grubu olarak "Zayıflıklar" grubunu (0,25476) düşünmekte, bunu sırasıyla "Tehditler/Tehlikeler" (0,25158), "Üstünlükler" (0,24738) ve "Fırsatlar/Olanaklar" (0,24628) SWOT grupları izlemektedir.

Aynı temsilciler için "Üstünlükler" SWOT grubundaki en yüksek öncelikli SWOT faktörü, 0,03983 öncelik değeri ile "OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması" iken "Zayıflıklar" SWOT grubunda yer alan "Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı" SWOT faktörü 0,04105 öncelik değeri ile en yüksek öncelikli faktör olarak kabul edilmektedir. Buna karşın adı geçen temsilciler tarafından "Fırsatlar/Olanaklar" kapsamındaki "Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması" SWOT faktörü 0,03812 öncelik değeriyle ve "Tehditler/Tehlikeler" SWOT grubunda yer alan "Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması" SWOT faktörü ise 0,04000 öncelik değeriyle en yüksek öncelikli faktörler olarak ifade edilmiştir.

### 3.1.5. Kereste İşletmeleri temsilcilerine ait öncelikler

Kereste İşletmeleri temsilcilerinin SWOT grupları ve her bir SWOT grubundaki SWOT faktörleri için yaptıkları karşılaştırmalara göre, R'WOT tekniği kullanılarak elde edilen öncelik değerleri Tablo 5'te verilmektedir.

Çizelgede verilen öncelik değerleri dikkate alındığında, Kereste İşletmeleri temsilcileri için en yüksek öncelikli SWOT grubu "Tehditler/Tehlikeler" (0,26130) iken, bunu sırasıyla "Zayıflıklar" (0,26063), "Üstünlükler" (0,23987) ve "Fırsatlar/Olanaklar" (0,23820) SWOT grupları izlemektedir.

Kereste İşletmeleri temsilcileri "Üstünlükler" SWOT grubu içerisinde en yüksek önceliği "Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması" (0,04286) SWOT faktörüne vermekte iken, "Zayıflıklar" SWOT grubunda

"İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması" (0,03270), "Fırsatlar/Olanaklar" SWOT grubunda "Toplumda çevre bilincinin artması" (0,03977) ve nihayet "Tehditler/Tehlikeler" SWOT grubunda ise "Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması" (0,04086) SWOT faktörlerine en yüksek önceliği uygun bulmuştur.

### 3.1.6. Kamu kurumları temsilcilerine ait öncelikler

Kamu Kurumları temsilcilerinin SWOT grupları ve her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerine yönelik yaptıkları karşılaştırmalar esas alınarak, R'WOT tekniği ile hesaplanan öncelik değerleri Tablo 6'da gösterilmektedir.

Çizelgedeki öncelik değerlerine göre, Kamu Kurumları temsilcileri SWOT grupları içerisinde en yüksek önceliği "Zayıflıklar" (0,26700) grubuna vermektedir. Bunu sırasıyla "Üstünlükler" (0,25052), "Fırsatlar/Olanaklar" (0,24214) ve "Tehditler/Tehlikeler" (0,24033) SWOT grupları takip etmektedir.

Öte yandan Kamu Kurumları temsilcileri, "Üstünlükler" SWOT grubu kapsamında "Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması" (0,04045) SWOT faktörünü en yüksek öncelikli faktör olarak görmektedir. Buna karşın Kamu Kurumları temsilcileri için "Zayıflıklar" SWOT grubunun en yüksek öncelikli SWOT faktörü "İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması" (0,04372) iken, "Fırsatlar/Olanaklar" SWOT grubunda "Toplumda çevre bilincinin artması" (0,03687) ve "Tehditler/Tehlikeler" SWOT grubunda ise "Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği" (0,03971) SWOT faktörleri en yüksek öncelikli olarak tercih edilmektedir.

### 3.2. Genel öncelikler

Bu çalışmada, Isparta Orman Bölge Müdürlüğü çalışma alanındaki Çocuk temsilcileri, Sektör Uzmanları temsilcileri, STK temsilcileri, Orman Köylüleri temsilcileri, Kereste İşletmeleri temsilcileri ve Kamu Kurumları temsilcilerinden oluşan toplam 60 temsilciye, SWOT grupları ve her bir SWOT grubu içerisindeki SWOT faktörlerine yönelik karşılaştırmalar yaptırılmıştır. Bu şekilde elde edilen karşılaştırma verileri, R'WOT tekniği çözümlenmelerinin girdilerini oluşturmuştur. Böylece R'WOT tekniği yardımıyla, her bir temsilci

Tablo 4. Orman köylüleri temsilcilerine ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 4: “R’WOT Technique” analysis of forest villagers representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,24738	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03505
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bulunması	0,03305
		<b>OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması</b>	<b>0,03983</b>
		Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması	0,04083
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıda korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03120
		Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması	0,03806
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,02936
Zayıflıklar	0,25476	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03451
		İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması	0,04015
		OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03048
		OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03276
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,03778
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03803
		<b>Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı</b>	<b>0,04105</b>
Fırsatlar/olanaklar	0,24628	<b>Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması</b>	<b>0,03812</b>
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,02878
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03785
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03193
		Toplumda çevre bilincinin artması	0,03606
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03808
		Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03545
Tehditler/tehlikeler	0,25158	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03296
		Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması	0,03772
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03231
		<b>Orman idaresinin en çok ilişki içinde olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması</b>	<b>0,04000</b>
		Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği	0,03650
		Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği	0,03619
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03590

Tablo 5. Kereste işletmeleri temsilcilerine Ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 5: “R’WOT Technique” analysis of timber business representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,23987	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03704
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün bulunması	0,03478
		OGM’nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması	0,03783
		Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması	0,03867
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıdaki korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03652
		<b>Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması</b>	<b>0,04286</b>
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,03699
Zayıflıklar	0,26063	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,02472
		<b>İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması</b>	<b>0,03270</b>
		OGM’nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03039
		OGM’nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,02994
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,02686
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,02970
		Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı	0,03157
Fırsatlar/olanaklar	0,23820	Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması	0,03957
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03486
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03792
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03838
		<b>Toplumda çevre bilincinin artması</b>	<b>0,03977</b>
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03911
		Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03510
Tehditler/tehlikeler	0,26130	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03732
		<b>Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması</b>	<b>0,04086</b>
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03274
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03565
		Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği	0,03903
		Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği	0,04011
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03899

Tablo 6. Kamu kurumları temsilcilerine ait “R’WOT Tekniği” çözümlenmeleri  
Table 6: “R’WOT Technique” analyzes of public institutions representatives

Swot grupları	Öncelik	Swot faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,25052	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,04041
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nün bulunması	0,03636
		OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması	0,02831
		<b>Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması</b>	<b>0,04045</b>
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıdaki korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03750
		Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması	0,03766
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,02984
Zayıflıklar	0,26700	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03478
		<b>İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması</b>	<b>0,04372</b>
		OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03818
		OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03810
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,03601
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03938
Fırsatlar/olanaklar	0,24214	Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı	0,03683
		Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması	0,03671
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03112
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03502
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03312
		<b>Toplumda çevre bilincinin artması</b>	<b>0,03687</b>
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03582
Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03348		
Tehditler/tehlikeler	0,24033	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,02816
		Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması	0,03402
		Orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03519
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03560
		<b>Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği</b>	<b>0,03971</b>
		Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği	0,03335
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03431

için, SWOT grupları ve her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerinin öncelik değerleri elde edilmiştir. Sonrasında temsilcilere ait bu öncelik değerlerinin aritmetik ortalamaları alınarak, SWOT grupları ve her bir SWOT grubu dahilindeki SWOT faktörleri için Tablo 7’de sunulan genel öncelik değerlerine ulaşılmıştır.

Tablo 7’deki genel öncelik değerleri incelendiğinde; bu çalışma sonucunda en yüksek önceliğe sahip SWOT grubunun, 0,25311 öncelik değeri ile “*Tehditler/Tehlikeler*” grubu olduğu ortaya çıkmıştır. Bunu sırasıyla 0,25155 öncelik değeri ile “*Zayıflıklar*” SWOT grubu ve 0,24902 öncelik değeri ile “*Üstünlükler*” SWOT grubunun takip ettiği anlaşılmaktadır. Buna karşın “*Fırsatlar/Olanaklar*” SWOT grubunun ise 0,24632 öncelik değeri ile diğer SWOT gruplarına göre nispeten düşük öneme sahip olduğu belirlenmiştir.

Her bir SWOT grubundaki SWOT faktörlerinin genel öncelik değerleri incelendiğinde; “*Üstünlükler*” SWOT grubu içerisinde yer alan “*Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması*” SWOT faktörü 0,03950 öncelik değeri alarak, en yüksek önceliğe sahip faktör olmuştur. Konuya “*Zayıflıklar*” SWOT grubu açısından yaklaşıldığında, bu grubun en yüksek öncelikli SWOT faktörünün 0,03889 öncelik değeri ile “*İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması*” faktörü olduğu tespit edilmiştir. “*Fırsatlar/Olanaklar*” SWOT grubundaki SWOT faktörleri ele alındığında; 0,03710 öncelik değerine sahip “*Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması*” SWOT faktörü bu SWOT grubunun en yüksek öncelikli faktörü olmuştur. Nihayet “*Tehditler/Tehlikeler*” SWOT grubunun en yüksek öncelikli SWOT faktörü ise 0,03869 öncelik değeri ile “*Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği*” faktörü olduğu görülmektedir.

#### 4. Tartışma ve Sonuç

SWOT çözümlenmeleri, içsel (üstünlükler ve zayıflıklar) ve dışsal (fırsatlar ve tehditler) ortamların incelenmesini sağlamaktadır. SWOT çözümlenmeleri sonucunda, strateji belirlemeyle en çok ilgili faktörlerin bir listesi elde edilmektedir. Bir başka ifadeyle SWOT çözümlenmeleri, SWOT faktörlerinin genelde sadece kalitatif incelemesini içermektedir. SWOT faktörlerinin önemini (önceliğini, ağırlığını) sayısal olarak belirleme yeteneği yoktur. Oysa bir karar verme durumunda ve planlamada sayısal verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle planlama sürecinde, SWOT çözümlenmeleri etkin

şekilde gerçekleştirilemez ve planlamada SWOT çözümlenmelerinden yeterince faydalanılamaz.

Bu çalışmanın birinci bölümünde, SWOT çözümlenmeleri ile ÇKKV tekniklerini bir araya getiren bir melez teknik olan R’WOT tekniği kullanılmıştır. Bu teknik SWOT gruplarının ve her bir SWOT grubu içindeki SWOT faktörlerinin öncelikleri ve önem sırasının belirlenmesinde, Sıralama tekniği ve Doğrusal Kombinasyon tekniğini birlikte kullanan kombine bir yaklaşımdır.

Bir sektörün veya firmanın geleceği için en önemli içsel ve dışsal faktörler, SWOT çözümlenmelerinde ortaya konmaktadır. R’WOT tekniğinde, dört SWOT grubu ve her bir gruptaki SWOT faktörlerine sayısal değerler verilmek suretiyle SWOT çözümlenmeleri daha analitik hale getirilmektedir. R’WOT tekniği kullanımıyla, karar verici üstünlükler, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditlerin sayısal değerlerinin ne olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece bu teknik SWOT çözümlenmelerinde kullanılan faktörler için sayısal öncelikler ortaya koymakta ve bu faktörleri ölçülebilir ve birbiriyle karşılaştırılabilir kılmaktadır.

SWOT çözümlenmeleri tamamlandıktan ve R’WOT tekniğine dayalı olarak öncelikler belirlendikten sonra, toplanan bilgilerden faydalanmak önemlidir. Üstünlüklere dayalı olarak ve bunların tüm potansiyelini kullanarak hareket edilmelidir. Zayıflıkların ya taşıdığı riskler minimize edilmeli ya da bunların üstesinden gelecek şekilde üzerlerinde değişiklik yapılmalıdır. Zayıflıklar mümkün olduğunca üstünlüklere dönüştürülmelidir. Ardından sektörün önünde bulunan her fırsattan yararlanma amaçlanmalıdır. Sonrasında amaçlara ulaşma yönünde mevcut tehditlerin farkında olunmalı ve bu tehditlerin fırsatlara dönüştürülmesine çalışılmalıdır.

Böylece R’WOT tekniği kullanarak bir sektöre veya firmaya yönelik stratejilerin belirlenmesi ve önceliklendirilmesi sonucu, mevcut durumda ve gelecekte ne yapılacağı ve niçin yapılacağı belirlenmekte ve ana faaliyetler tam olarak tanımlanabilmektedir. Bunun yanında gelişme yönünde en büyük avantajların neler olduğu ve hangi konularda değişiklik yapılmaya ihtiyaç duyulduğu da ortaya çıkmaktadır.

Sunulan R’WOT tekniği, farklı stratejik planlama durumları için uygun bir araçtır. Bu örnek uygulama çalışması da sunulan metodolojinin faydalılığını göstermiştir.

R’WOT tekniği ile hesaplama sürecine, ilgili tüm grupların katkısının alınması önemlidir. Zira farklı

Tablo 7. “R’WOT Tekniği” Çözümlemeleri Sonucunda Elde Edilen Genel Öncelikler  
Table 7: General Priorities Obtained as a Result of “R’WOT Technique” Analysis

Swot Grupları	Öncelik	Swot Faktörleri	Öncelik
Üstünlükler	0,24902	Orman bölge müdürlüklerinde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması	0,03631
		OGM bünyesinde Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün bulunması	0,03435
		OGM’nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması	0,03596
		Orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması	0,03844
		Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıda korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması	0,03432
		<b>Orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması</b>	<b>0,03950</b>
		Ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması	0,03013
Zayıflıklar	0,25155	Halkla ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği	0,03353
		<b>İnsanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması</b>	<b>0,03889</b>
		OGM’nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması	0,03576
		OGM’nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi	0,03436
		Orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması	0,03365
		Orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması	0,03710
		Orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı	0,03825
Fırsatlar/ Olanaklar	0,24632	<b>Gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması</b>	<b>0,03710</b>
		Halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı	0,03155
		Son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması	0,03589
		Şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması	0,03383
		Toplumda çevre bilincinin artması	0,03673
		Toplumda eğitim düzeyi artması	0,03668
		Toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi	0,03454
Tehditler/ Tehlikeler	0,25311	Gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı	0,03353
		Halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması	0,03835
		Orman içinde veya bitişğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması	0,03486
		Orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması	0,03615
		<b>Sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği</b>	<b>0,03869</b>
		Sosyal medyaya yönelik güven eksikliği	0,03673
		Toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi	0,03480

gruplara ait olası farklı bakış açıları, sağlıklı sonuçlar alabilmek açısından faydalı olabilir.

SWOT çözümlenmeleri ve ardından R'WOT tekniği uygulamaları sadece bir kez yapıp, gelecekte bir daha tekrar edilmemezlik yapılmamalıdır. Sektörün bulunduğu ortam zaman içerisinde sürekli değişeceği için bu çözümlenmenin de sektör için sürekli bir uygulama olması gereklidir.

Bu çalışmada mevcut üstünlükler, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditler ortaya konularak, Isparta OBM'deki ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesi ve önceliklendirilmesi işlemi gerçekleştirilmiştir. Böylece bu alandaki kitle iletişim araçlarının geliştirilmesine yönelik öneriler geliştirmiştir.

Yapılan SWOT Çözümlenmeleri bu araştırma alanında kitle iletişim araçlarının potansiyelinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim bu araştırma alanının özellikle orman teşkilatının ülkenin en ücra köşesine kadar örgütlenmiş olması, orman işletme müdürlüklerinin yapılan çalışmalar hakkında zaman zaman orman köylülerine ve şehirde yaşayanlara faaliyetleri hakkında bilgi vermesi ve onların görüşlerini alması, OGM bünyesinde basın ve halkla ilişkiler müdürlüğünün bulunması, orman bölge müdürlüğünde basın ve halkla ilişkilerden sorumlu bir birimin bulunması, OGM'nin geçmişe dayalı köklü bir kurumsal kimliğe sahip olması, Orman teşkilatı bünyesinde halkın kullandığı çok sayıda korunan alanda hedef kitleye mesaj iletme imkânının bulunması ve ormancılık araştırma enstitüsü müdürlüklerinde halkla ilişkiler ve sosyal ormancılık bölüm başmühendisliğinin bulunması gibi özellikleri "üstünlükler" kapsamında sayılabilecek özelliklerdir.

Araştırma alanındaki kitle iletişim araçlarının geliştirilmesine yönelik stratejilerde, yukarıda sayılan bu güçlü yanlardan tam olarak faydalanmalı ve daha da geliştirilmesine çalışılmalıdır.

Isparta OBM'de kitle iletişim araçlarının gelişimini zorlaştırıcı bazı "zayıflıklar" da vardır. Bu kapsamda insanların doğrudan bilgilendirilmemesinden kaynaklanan kulaktan dolma bilgilerle yanlış kanaatlere varılması, orman köylerinde halkla ilişkiler çalışmalarını yürütecek, konusunda uzman ve konuları halkın anlayacağı üslupta anlatabilecek elemanların azlığı, orman işletme şeflerinin halkla ilişkiler çalışmalarının sadece kişisel çabalarla sınırlı kalması, OGM'nin yaptığı hizmetlerde algı yönetimine yeterince önem vermemesi, OGM'nin kentte yaşayanlarla kurumsal iletişiminin yetersiz düzeyde kalması, orman işletme müdürlüklerinde halkla ilişkiler uzmanının bulunmaması ve halkla

ilişkiler konularında hizmet içi eğitimlerin yetersizliği önem taşımaktadır.

Araştırma alanına ait kitle iletişim araçları stratejilerinde tüm bu olumsuzlukların bilincinde olunmalı, yok edilmesine çalışılmalı veya taşıdıkları riskler minimize edilmelidir. Böylece her bir zayıflığın üstünlüğe dönüştürülmesi yolları aranmalıdır.

Araştırma alanı kitle iletişim araçlarının gelişimi yönünden pek çok "fırsatlara" da sahiptir. Nitekim gelişen bilişim teknolojisi ile birlikte insanlara ulaşmayı kolaylaştıran medya araçlarının artması, toplumda çevre bilincinin artması, toplumda eğitim düzeyi artması, son yıllarda ülkemizde sesli ve görüntülü yayın organlarının çeşitlenip yaygınlaşması, toplumun sosyo-ekonomik olarak gelişmesi, şehirleşme ile medya kullanım olanaklarının artması ve halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesini amaçlayan etkili sivil toplum kuruluşlarının varlığı en önde gelen avantajlardır.

Isparta OBM'deki kitle iletişim araçları stratejilerinde geliştirilmeye değer tüm bu durumlar değerlendirilmeli ve bunlardan yararlanılmaya çalışılmalıdır.

Öte yandan araştırma alanlarının kitle iletişim araçları gelişimi yönünde karşı karşıya bulunduğu bazı "tehditler" de bulunmaktadır. Bunlardan önem taşıyanları sıralamak gerekirse; sosyal medyada yaşanan yanlış yönlendirmeler ve bilgi kirliliği, halkın çevre bilincinin yeterli düzeyde olmaması, sosyal medyaya yönelik güven eksikliği, orman idaresinin en çok ilişkide olduğu orman köylerinde okur-yazar oranının nispeten düşük olması, orman içinde veya bitişiğinde yaşayan köylülerin sosyo-ekonomik nedenlerle ormana bağımlılıklarının fazla olması, toplumun önemli bir kesiminin ormanların giderek azaldığı algısına sahip olması ve bu süreçte de orman teşkilatının payı olduğunu düşünmesi ve gelişmiş bölgelerde karşılaştırıldığında kırsal bölgede kitle iletişim araçları kullanım kültürünün zayıflığı konusudur.

Isparta OBM'deki kitle iletişim araçları stratejilerinde yukarıda belirtilen tüm bu tehditler göz önünde bulundurulmalı, kitle iletişim araçları gelişimini olumsuz etkileyecek bu durumlardan kaçınılmalı ve her bir tehdidin bir fırsata dönüştürülmesine çalışılmalıdır.

### **Teşekkür**

Bu makale, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Batı Akdeniz Ormancılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğüne "Ormancılık Çalışmalarını Kamuoyuna Duyuracak Etkili Kitle İletişim Araçlarının Belirlenmesi (Isparta OBM Örneği)" adıyla ve

---

19.8501/2019-2020 proje numarasıyla gerçekleştirilen araştırma sonucunda hazırlanan ve OGM Araştırma İhtisas Grupları Toplantısında yayınlanması yönünde karar verilen Proje Sonuç Raporunun (Yılmaz ve ark., 2020) bir bölümünün özetidir.

### **Kaynaklar**

Anonim, 2004. Ulusal ormancılık programı (2004-2023). TC Orman Bakanlığı, 90 sayfa, Ankara.

Anonim, 2014. Sürdürülebilir Orman Yönetimi, Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, 86 sayfa, Ankara.

Erol, S. Y., 2012. Çevre politikası aracı olarak eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları ve Akdeniz bölgesi için işlevsel önemi. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, Özel Sayı, s. 185-192, Kahramanmaraş.

Yılmaz, E., Alkan, S., Kayacan, A., Bayir, Y., 2020: Ormancılık çalışmalarını kamuoyuna duyuracak etkili kitle iletişim araçlarının belirlenmesi (Isparta

OBM örneği). T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Batı Akdeniz Ormancılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Sonuçlanan Proje Sonuç Raporu, 70 sayfa, Antalya.

OGM, 2008. Basın-halkla ilişkiler ve tanıtım büroları tamimi. Tamim No: 6552, Ankara.

OGM, 2016. Stratejik plan 2017-2021. 80 s., Ankara.

Sönmezler, G., 2008. Proje yönetimi yaklaşımıyla en iyi festival mekanı ve içeriğinin seçimi. Yıldız Teknik Üniversitesi, Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, 149 sayfa, İstanbul.

UNICEF, 1989: UNICEF'in Çocuk Haklarına Dair sözleşmesi. UNICEF Türkiye Milli Komitesi, Ankara.

Yılmaz, E., 2006. R'WOT tekniği: arıcılık sektöründe katılımcı yaklaşım ile örnek bir uygulaması. T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı, Doğu Akdeniz Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Çevre ve Orman Bakanlığı Yayın No: 274, DOA Yayın No: 40, Çeşitli Yayın No: 6, 93 sayfa, Tarsus.