

Teoride ve Uygulamada Aktivist Halkla İlişkiler: Toplum ve Toplumsal Değişim için İletişim

Halise Karaaslan Şanlı

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

<https://orcid.org/0000-0002-6840-6096>

halisekaraaslan@gmail.com

Elif Bozkurt

Bağımsız Araştırmacı

<https://orcid.org/0000-0003-1126-205X>

elif.ophelia@gmail.com

Öz

Farkındalık yaratmak, politika ve eylemlere destek oluşturmak için yüzyıllardır çağının mevcut iletişim stratejilerini kullandığı bilinen, farklı sosyal bilim alanlarınca konu edinilen aktivistler, yerel, ulusal ve uluslararası kampanyalarla iletişim araştırmalarının içine dâhil olmuştur. Son yirmi yılda ise aktivizm ve toplumsal hareketler, halkla ilişkiler tarihi ve teorisinin bir parçası olarak kabul edilmiştir. Halkla ilişkiler araştırmacılarının yanı sıra halkla ilişkiler uygulayıcıları da aktivizm üzerine düşünmeye başlamıştır. Son yıllarda, bu düşünme ortaklığının, yeni bir halkla ilişkiler teorisi olan 'aktivist halkla ilişkiler'in disiplin içinde kabulü ile sonuçlandığını söyleyebiliriz. Halkla ilişkileri, politik bir değişim aracı olarak tanımlayarak halkla ilişkilerin demokratik işleyişteki yerini sorgulayan, farkındalığı artırarak sosyal fayda üretme potansiyelini öne çıkaran kamu merkezli tartışmalarla aktivist halkla ilişkiler teorisi, disiplinin amaç, misyon, değer, etik, güç ve etki alanını yeniden tartışmaya açmıştır. Alanın geleceği açısından oldukça önemli olan bu tartışmalarla 'kurum', 'kamu', 'güç' gibi kavramlar, halkla ilişkiler tartışmaları içinde yeniden anlam kazanmıştır. Anaakım ve işlevsel halkla ilişkiler yaklaşımına karşı eleştirel paradigmlar içinde yerini alan aktivist halkla ilişkiler teorisinin gelişimini, taktik ve stratejilerini kapsamlı bir şekilde sunabilmek, bu makalenin konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aktivizm, aktivist halkla ilişkiler, halkla ilişkiler teorisi, eleştirel halkla ilişkiler, toplumsal hareketler

•••••

Makale geliş tarihi: 27.12.2022 ■ Makale kabul tarihi: 4.3.2023

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2023 ■ 10(1) ■ bahar/spring: 135-162

Araştırma Makalesi ■ DOI: 10.24955/ilef.1306658

Activist Public Relations in Theory and Practice: Communication for Society and Social Change

Halise Karaaslan Şanlı

Ankara University Faculty of Communications

<https://orcid.org/0000-0002-6840-6096>

halisekaraaslan@gmail.com

Elif Bozkurt

Independent Researcher

<https://orcid.org/0000-0003-1126-205X>

elif.ophelia@gmail.com

Abstract

For centuries, activists have used the communication strategies of their age to raise awareness and to promote policies. They and their local, national, and international campaigns have been the subject of countless studies in the field of communications and other branches of the social sciences. Over the last two decades, activism and social movements have also become a special focus of practitioners and researchers in the field of public relations history and theory, resulting in the rise of a new public relations theory, "activist public relations," within the discipline. By defining public relations as tool for political change, exploring its role in the functioning of democratic societies, and highlighting the societal benefits of awareness-raising campaigns, activist public relations theory has reopened discussions about the purpose, mission, value, ethics, power, and influence of the discipline. Through these discussions, which are vital to the future of the field, concepts such as "institution," "public," and "power" have gained new meanings in public relations discourse. The aim of this article is to present the development, tactics, and strategies of activist public relations theory as a critical paradigm and alternative to mainstream and functionalist approaches to public relations.

Keywords: Activism, activist public relations, public relations theory, critical public relations, social movements

• • • • •

Received: 27.12.2022 ■ Accepted: 4.3.2023

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ © 2023 ■ 10(1) ■ bahar/spring: 135-162

Araştırma Makalesi ■ DOI: 10.24955/ilef.1306658

Toplumsal değişimi hedefleyen organize gruplar tarafından yapılan aktivist eylemler, 1990'lı yılların başında "halkla ilişkiler araştırmalarının en önemli alanlarından biri" (Anderson 1992, 151) olarak tanımlanmış, "aktivizm ve toplumsal hareketler, halkla ilişkiler uzmanları ve uygulayıcılarının giderek artan ilgisi haline gelmiştir" (Ciszek 2015, 447). Bu ilgi, son yıllarda yeni bir halkla ilişkiler teorisinin, "aktivist halkla ilişkiler" in disiplin içinde kabulü ile sonuçlanmıştır.

Ancak her yeni teorinin gelişim sürecinde olduğu gibi aktivist halkla ilişkilerin de disiplin içinde kabulü kolay olmamış, iki farklı paradigmanın yoğun tartişması sürece damgasını vurmuştur. Aktivizmin "gerçek" ve "meşru bir halkla ilişkiler uygulaması" olduğu görüşü ile (Smith ve Ferguson 2001; Demetrious 2013; Coombs ve Holladay 2014; Ciszek 2014, 2015) şirket ve/veya organizasyon çıkarına halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından "savuşturulması gereken problemler" (akt. Woods 2017, 1), "baş edilmesi gereken kamular" (akt. Ciszek 2014, 20) olduğu iddiaları tartişmanın iki tarafını yansıtmaktadır. Anaakım/yönetmel yaklaşımı benimseyen teorisyenler, kurumsal/şirket odaklı bakış açısıyl a aktivistlerin alana katkılarını, eylemleri sonucunda halkla ilişkiler (PR) departmanlarının önem kazanmasıyla ilişkilendirirken; eleştirel halkla ilişkiler teorisyenleri, aktivist

hareketlerin hedef ve stratejik yenilikleriyle disiplinin gelişimine sağladıkları katkıları öne çıkartmışlardır.

Bu tartışmalar, özellikle halkla ilişkilerin “gerçekten ne olduğu”, kamu ya da halk tanımı, hedef ve misyonu üzerine yeniden düşünmeye olanak tanımış, alandaki “eleştirel seslerin daha çok duyulmasını sağlamıştır” (Adi 2018, 5). Disiplinin bugünü ve gelecekteki konumu açısından önem arz eden, ayrıntıları metnin ilerleyen bölümlerinde sunulacak tartışmalar ve sonuçlarının, halkla ilişkiler akademisyenleri, öğrencileri ve uygulayıcıları açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Dünyada halkla ilişkiler literatürünün son yıllarına damgasını vuran, disiplinin tarihinden teorik bakış açısına pek çok mecrasını etkileyen tartışmaların ve aktivist halkla ilişkilerin Türkçe yazına yansımaları sınırlı olmuştur.¹ Smith ve Ferguson’un da işaret ettiği gibi, İngilizce halkla ilişkiler literatüründe aktivizm ve aktivist halkla ilişkilere dair yoğunlaşan bir tartışma olsa da bu grupların varlıklarını sürdürmek için kullandığı strateji ve taktikleri inceleyen az sayıda çalışma bulunmaktadır (2001, 299).

•••

- 1 Türkçe literatürde aktivizm ve halkla ilişkilere yönelik ilk çalışma A. Pelenk Özel’in 2014 tarihli *Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar* derleme kitabında yer alan “Halkla İlişkiler ve Aktivizm İlişkisine Kuramsal Bir Yaklaşım” başlıklı araştırmasıdır. Çalışmada, aktivizm ve halkla ilişkiler ilişkisini anaakım halkla ilişkiler, özellikle de Mükemmellik Teorisi perspektifinden aktarmaktadır. Aktivist halkla ilişkiler teorisinin yer almadığı çalışma, yönetsel yaklaşımların konuyla ilgisinin kavranması açısından önemlidir. Aktivist halkla ilişkileri konu edinen ilk makale ise G. A. Sancar tarafından 2017 yılında yazılmıştır. “Aktivist Halkla İlişkiler Bağlamında WWF Dünya Saati Kampanya Örneği” başlığını taşıyan makalede, aktivist halkla ilişkilere yönelik tanımların yanı sıra bir kampanya örneği üzerinden uygulamaya yönelik değerlendirmelerde bulunulmuştur. A. İcil Tuncer ise, 2019 yılında yazdığı “Postmodernizm Ardalanında Halkla İlişkilerin Aktivist Rolüne Yönelik Bir Arayış” makalesinde postmodern halkla ilişkiler yaklaşımı perspektifinden halkla ilişkilerin aktivist rolünü, örgütlerdeki halkla ilişkiler uygulayıcıları üzerinden değerlendirmiştir. E. Güllal Şahin tarafından 2021 yılında yazılan “Dijitalleşme Çağında Aktivist Halkla İlişkiler: Uluslararası Literatür Üzerine Bir Analiz” başlıklı makalede dijital medya odağında aktivist halkla ilişkileri konu edinen literatür dört halkla ilişkiler dergisi üzerinden taranarak sunulmuştur. H. Karaaslan Şanlı ve E. Bozkurt tarafından 2022 yılında yazılan “Aktivizm ve Halkla İlişkiler Üzerine Çarpışan Paradigmalar: Anti-Aktivist Söylemden Aktivist Halkla İlişkilere Uzanan Yolun Haritası” başlıklı makalede ise aktivizm ve halkla ilişkiler ilişkisi, yönetsel halkla ilişkiler teorilerinden eleştirel halkla ilişkilere geniş kapsamlı bir şekilde ele alınmaya çalışılmıştır.

Özetle 2014 yılında yazılan bir kitap bölümünün dışında; 2017, 2019, 2021 ve 2022 yıllarında birer adet aktivist halkla ilişkileri konu edinen araştırma makalesi yayımlanmıştır. Diğer bir deyişle, aktivist halkla ilişkiler araştırmaları son birkaç yıldır ilgi görmekle birlikte son derece sınırlıdır.

Bu tespitlerden hareketle yazılan makalenin amacı, halkla ilişkiler ve aktivizm ilişkisini, disiplinin yeni toplumsal hareketler ve sosyal değişimle bağını, aktivist halkla ilişkiler strateji ve taktiklerini kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmektir. Makalede ilk olarak aktivizm ve halkla ilişkiler üzerine tartışmalara, farklı paradigmalara argümanlarına yer verilecektir. Ardından aktivist halkla ilişkiler perspektifi, temel literatürü ve iddialarıyla sunulacak, daha sonraki başlıklarda ise bu perspektifin kullandığı taktik ve stratejiler ele alınacaktır.

Aktivizm ve Halkla İlişkiler Üzerine Tartışmalar: Alana İlişkin Farklı Paradigmalara Ait Argümanlar

Halkla ilişkiler paradigmaları hem tarihsel hem de kuramsal açıdan temel olarak iki kategoride ele alınmaktadır. İşlevselci yaklaşım ile halkla ilişkilerin toplumdaki rolüne farklı perspektiflerden odaklanan eleştirel yaklaşım, alandaki en yaygın analitik ayrımı oluşturmaktadır (Edwards 2012).

İşlevsel/yönetimsel yaklaşım, halkla ilişkiler teorileri denilince akla ilk gelen, Magda Pieczka tarafından uluslararası halkla ilişkilerin “egemen paradigması” olarak tanımlanan, James E. Grunig’in Mükemmellik Teorisi’dir (2006, 349-350). Mükemmellik teorisinde halkla ilişkiler, “bir kuruluşun kamuları arasındaki iletişim yönetimi” yani örgütsel yönetimin bir işlevi olarak tanımlanmıştır (Grunig ve Hunt 1984, 4). Bu tanım, onlarca yıl boyunca halkla ilişkiler disiplini ve mesleki uygulamalarına hâkim olmuş, yönetimsel yaklaşım araştırmaları halkla ilişkilerin amacını, paydaşların çıkarları doğrultusunda kurumsal iletişimin etkinliğini arttırmak olarak ifade etmiştir.

Mükemmellik teorisyenleri, aktivizmi başlangıçta göz ardı etmiştir. Ancak şirketler üzerinde aktivist baskıların artmasıyla göz ardı edilemeyen toplumsal hareketler, şirketlerin halkla ilişkiler uygulamalarına ve uygulayıcılarına, ihtiyacı arttıran bir unsur olarak halkla ilişkiler mesleğini geliştiren bir “katalizör” olarak görülmüştür. Eyleme geçmeden önce ilişki kurulup engellenmesi gereken, eyleme geçtiğinde ise kontrol altına alınarak yönetilmesi planlanan unsurlar olarak görülen aktivistler, halkla ilişkiler programlarının gelişimi için itici bir güç olarak tanımlanmıştır. Örneğin Larissa A. Grunig “Aktivizm: Örgütlerin Etkinliğini Nasıl Sınırlıyor ve Halkla İlişkiler Departmanları Ne Kadar Mükemmel Yanıt Veriyor” (1992) başlıklı makalesinde de iddia ettiği gibi aktivist örgütlerin baskısı organizasyonları mükemmelliğe doğru itmektedir. Mükemmellik kuramında aktivistleri, “halkla ilişkiler uygulayıcısı olarak değil de örgütün dış kamuları” ya da “halkla

ilişkilerin işlevini bozan endişe kaynakları” olarak görme eğilimi yaygındır ve bu yüzden de halkla ilişkilerin asli bir parçası olarak kabul edilmezler (Ciszek 2015, 448-449). Özetle, mükemmellik teorisyenleri aktivizme “aktivist kamuların perspektifinden değil, örgütlerin kamu aktivizmine nasıl tepki verdiği” çerçevesinden odaklanmaktadır (Karlberg 1996, 272).

Başta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olmak üzere halkla ilişkiler uygulamalarının çoğunun temelini oluşturan mükemmellik yaklaşımı, çok sayıda sorgulamayı da beraberinde getirmiştir. Grunig’in mükemmellik teorisi, özellikle “toplumda var olan ırk, sınıf ve cinsiyet konularına odaklanan içsel asimetrik güç ilişkilerinin üzerini örttüğü” ve görünürdeki tarafsızlığı nedeniyle eleştirilmiştir (Curtin ve Gaither 2005; Holtzhausen ve Voto 2002; Pieczka 2006). İşlevselci bakış açısını benimsemeyip eleştirel duruşa sahip pek çok çalışma ise işlevsel halkla ilişkiler araştırmasının tarafsızlığını reddedip kurumlar ve kamular arasındaki kaynak ve güç dengesizliğine işaret ederek politik olarak daha bilinçli bir araştırma talep etmiş ve halkla ilişkilerle ilişkili değerler üzerinde sorgulamalar yapmıştır (Edwards 2012, 19).

Mükemmellik teorilerine yönelik sorgulamalar, eleştirel teorilerin açığa çıkmasının itici güçlerinden biri olmuştur. Disiplin üzerine çalışan çok sayıda akademisyen, disiplinin mevcut ve güncel ihtiyaçlarını da değerlendirerek yeniden tanımlanması için çağrıda bulunmuştur. Halkla ilişkilerin sadece “hizmet satın alan müşteri kamularına değil; genel olarak topluma hizmet etmesi” kamu yararına katkıda bulunması, kamuoyunun ihtiyaçlarına yanıt vermesi için alanı yeniden gözden geçirerek eleştirel, radikal ve kapsayıcı bir halkla ilişkiler tasavvuru geliştirilmeye çalışılmıştır (Pompper vd. 2022; L’Etang 2016).

Örgütsel çıkarlara öncelik veren mükemmellik teorisi gibi baskın işlevselci paradigmalara, eleştirel yaklaşarak yeni bir halkla ilişkiler teorisi oluşturma çabasına giren araştırmacılar, eleştirel ve yorumlayıcı gibi farklı sosyal teorilerle disiplinlerarası konumunu güçlendirmiş, postmodern, postkolonyal, feminist ve eleştirel ırk teorileri gibi farklı bakış açılarını alana taşımıştır. Söylem, kültür, hegemonya, ideoloji, güç, ırk, cinsiyet ve sınıf gibi kavramlara daha geniş yer vererek yeni araştırmalarla literatüre katkı sağlamıştır.

Özellikle işlevselci, tek kültürlü, Batı perspektifli, işletme, yönetim ve organizasyon merkezli teorilerden kamu merkezli teorilere doğru gerçekleşen bir “paradigma kayması” (Taylor ve Kent 2022, 103) olarak

da tanımlanan eleştirel yaklaşımın güçlenmesi ile halkla ilişkilerin tarihi de yeniden tanımlanmaya başlamıştır. Ayrı bir makale konusu olarak sunulması gereken aktivizm ve halkla ilişkiler tarihi için temel sorulardan biri Derina Holtzhausen'in ifadesiyle "Ya ortak tarihimiz P. Taylor Barnum, Ivy Lee ve Edward Bernays'dan değil de İngiliz sömürgeciliğine direnişten kaynaklanıyorsa?" (2007, 375) sorusudur. Egemen tarih yazımına karşı çıkararak halkla ilişkileri, güç ve iktidar oluşturma ya da aracılık etmenin ötesinde aktivizm ya da toplumsal hareketler ile ilişkilendiren çok sayıda eleştirel halkla ilişkiler tarihi teorisyeni vardır.

Egemen halkla ilişkiler yaklaşımının bir sonucu olarak aktivizm, geleneksel olarak halkla ilişkiler tarihinin bir parçası olarak kabul edilmemiş ve çatışmacı gruplar olarak tanımlanmıştır (Edwards 2012, 12). Oysaki halkla ilişkiler tarihinde, özellikle alanın meslek ve endüstri olarak gelişiminde, aktivizm önemli bir rol oynamaktadır (Smith 2005, 5). Örneğin, Coombs ve Holladay (2014), feminizm, ekoloji, tüketici ve eşcinsel hakları gibi sosyal hareketlerin, 19. yüzyıldan bu yana halkla ilişkileri kullandığını belirtirken; Erica Ciszek de ABD tarihinde ilerici kolektif bir kimlik olarak tanımladığı aktivistlerin halkla ilişkileri, en az yüz yıldır kullandığını iddia etmektedir:

19. yüzyılın sonlarında, toplumcu ve ilerici örgütler, tekelci kurumların iktidarına karşı çıkanlar, iş yeri reformunu savunanlar, işçi örgütleri, kölelik karşıtları, kadınların oy hakkını savunanlar, gıda ve ilaç sektörlerinde artan hükümet düzenlemelerine karşı duranlar, doğrudan çatışma ya da temyiz yoluyla baskı oluşturup kurumsal ve kamusal değişime yönelik çabaları yöneterek halkla ilişkileri kullananlar, aktivistler olarak tarihe geçmiştir (2014, 16).

Toplumsal hareketler ve aktivizmi, halkla ilişkilerin dışında tutan, kamuların düşmanı olarak tanımlayan egemen yaklaşım, özellikle internet ve çeşitli sosyal uygulamalarla dijital aktivizmin de yaygınlaşmasının ardından aktivizm üzerine tartışmalara dâhil olmuştur. "Aktivistler, ikna/savunuculuk ve güç gibi bir zamanlar görmezden gelinen terimler, anaakım halkla ilişkiler araştırmaları için göz ardı edilemeyen kaygılar olarak ortaya çıkmıştır" (Coombs ve Holladay 2012, 880).

Aktivist Halkla İlişkiler Literatürünün Oluşumu

Aktivist halkla ilişkiler literatürü oluşturma çağrısı, 1996'da Karlberg'in "Halkla İlişkiler Araştırmalarında Halkı Hatırlamak: Teoriden Operasyonel Simetriye" başlıklı, halkla ilişkileri, sosyal etkileri incelemek için yetersiz bir çaba olarak tanımladığı makalesinde, aktivizmin ve aktivistlerin halkla

ilişkileri nasıl kullandığının araştırılması talebiyle başlamıştır (1996, 264).² Bu öncü çağrıya hem anaakım hem de eleştirel halkla ilişkiler araştırmacıları yanıt vermiştir. Kurumsal bakış açısına sahip araştırmacılar, özellikle dijital alanda itibar yönetimi, şirketlerin paydaşlarını izleyerek nasıl doğru tepkiyi verebileceği gibi konulara yoğunlaşırken; eleştirel bakış açısıyla aktivizm ve halkla ilişkileri inceleyen araştırmacılar, iktidar ilişkilerinin analizi, kamusal alandaki güç dengelerinin daha eşit bir düzleme çekilmesi ve toplumsal değişiminin bir aracı olarak halkla ilişkiler gibi konulara yoğunlaşmıştır.³ Özetle, bu çalışmaların ardından uzun yıllar halkla ilişkiler teorileri tarafından kapsanmayan ancak varlığı da inkâr edilemeyen aktivizm, özellikle eleştirel teorisyenler tarafından geliştirilen ve son on yılda artan bir ilgiyle karşılanan araştırmalarla kendine bir patika bulmuş, teori ve pratikleriyle aktivist halkla ilişkiler literatürü oluşmaya başlamıştır.

Aktivist halkla ilişkiler literatüründe, aktivizmin ne olduğuna ve aktivistlerin toplumsal yaşamı tanımlama ve toplumsal yaşamı dönüştürme dinamiklerine dair çok farklı bakış açısı bulunmaktadır. Örneğin, Smith “aktivizm, aktivistlerin sorunlu bulduğu politikaları, uygulamaları veya koşulları değiştirmek için şirketler veya diğer kurumlar üzerinde baskı uyguladığı bir süreçtir” (2005, 5) derken; Holtzhausen’e göre:

Aktivizm, küçük veya büyük, belirlenen ve çözülmesi istenen tüm mevzular için direniştir. Aktivizm, karşılığında hiçbir şey beklemeden ‘öteki’ni gözetmektir.

•••

2 Karlberg eleştirilerinde, “halkla ilişkilerin, iki yönlü simetrik teori ile sürdürdüğü asimetrik araştırma gündemi” arasında bir çelişki olduğunu savunarak, “nüfusun diğer kesimleri pahasına ticari ve devlet iletişimini sübvansane etmeye devam eden bir gündem”le halkla ilişkilerin gerçek katılım ve dengeyi göz ardı ettiğini ifade etmiştir. “Araştırmaların, nüfusun önceden dışlanmış kesimlerinin kamusal iletişim ihtiyaçlarını ve kısıtlamalarını ele almaya başlaması çağırısı”nda bulunmuştur (1996, 263).

3 Aktivizm ve aktivistlerin halkla ilişkileri nasıl kullandığına yoğunlaşan anaakım çalışmaların çoğu mükemmellik teorisiyle ilgili araştırmacılardan gelmiştir. Örneğin Taylor vd. (2001), “Aktivist Örgütler İlişki Kurmak için İnterneti Nasıl Kullanıyor?” adlı makalede web sitelerinde aktivistlerin diyalog kullanım prensiplerini analiz etmiş, Reber ve Berger (2005), “Aktivist Söylemin Çerçeveleme Analizi: Dikkat Çekici Mesajlar Oluşturmada Sierra Club’ın Başarılı ve Başarısız Yönleri” adlı çalışmasında, aktivistler tarafından oluşturulan medya çerçevelmelerini analiz etmiş, Reber ve Kim (2006) “Aktivist Grupların Medya İlişkilerinde Web Sitelerini Kullanma Biçimleri: Çevrimiçi Basın Odalarının Değerlendirilmesi” adlı araştırmasında aktivistlerin kullandığı çevrimiçi odaları ele almıştır.

Halkla ilişkiler ve aktivizmi eleştirel bir şekilde inceleyen çalışmalara (örneğin Coombs ve Holladay 2012; Demetrious 2013; Weaver 2010, 2014) makale içinde sıkça yer verilmesi nedeniyle, tekrardan kaçınmak amacıyla değinilmemiştir.

Aktivizm, yaşamı anlamlı, bilinçli, etik, aktif, dürüst ve sorumlu bir şekilde yaşamak, 'şey'leri, manipüle etmeden gördüğü gibi çağırmak, insanları marjinalleştiren, insanlıktan çıkararak ve ayrıştıran uygulamaları hoş görmemek anlamına gelmektedir (2012, XV).

Ciszek ise aktivizmi, genel olarak politikaları, pratikleri ve koşulları değiştirmek için bir organizasyon ya da organizasyonlar üzerinde baskı kurmaya çalışan insanların süreci olarak tanımlamaktadır (2015, 447).

İnsan hakları savunucularından hayvan hakları gruplarına, nükleer karşıtı eylemcilerden barış savunucularına, toplum sağlığı için zararlı olan ürünlerden meme kanserine dair farkındalık yaratmaya değin çok sayıda aktivist grubun mevcudiyeti ortadadır. Toplumsal değişim için mücadele eden ve yeni bir iletişimsel anlam dünyası oluşturmaya çalışan gruplar, genel olarak aktivist örgütler çatısı altında bir araya gelmekte ve bu örgütler, toplumsal hareket örgütleri, taban örgütleri, sivil toplum kuruluşları veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olarak adlandırılmaktadır (Smith ve Ferguson 2001, 296)

Aktivist örgütler, farkındalığı arttırmak, tutumları değiştirmek ve insanları belirli eylemlere teşvik etmek veya belirli eylemlerden vazgeçirmek için halkla ilişkileri kullanmaktadır. Smith'e göre aktivist halkla ilişkiler, aktivist örgütlerin halkla ilişkileri kullanarak stratejik hedeflerinin peşinde koştuğu, aynı zamanda bu süreçte örgütsel kimliğini koruduğu ve diğer kurumların kullandığı strateji ve araçlara benzer strateji ve araçlar geliştirdiği iletişimsel bir süreçtir. Aktivist örgütlerin iki ana halkla ilişkiler hedefi bulunmaktadır; birincisi, sorunlu durumun çözümüne dair değişim yaratmak için çaba oluşturmak ve bu çabaları sürekli hale getirmek; ikincisi, bu çabalarla kamuoyunu ve kamu davranışlarını etkilemek (Smith 2005, 5-7). Çünkü aktivist örgütler, tanımladıkları toplumsal sorunların çözüme ulaşmasını sağlamak ve varlıklarını sürdürmek için halkın farklı kesimlerinin onayını almaya çalışırlar. Aktivist örgütlerin, kamu meşruiyeti ve sosyal değişimin meşruiyet zeminini oluşturmak için kazanmaya çalıştığı bu onay süreci, aktivist halkla ilişkiler teorilerini ve pratiklerini kullanmayı gerektirmektedir (Demetrious, 2008).

Aktivist Halkla İlişkiler: "Meydan Okumanın Yönetimi" ya da Paradigmalar Arası Devşirilen Sorun Yönetimi Teorisi

Halkla ilişkiler disiplininde yeni bir teori olarak ortaya çıkan aktivist halkla ilişkiler araştırmalarında, analizlerin sorun yönetimi teorisiyle paralellğine

dikkat çekilmiştir. Sorun yönetimi, 1970’lerde ABD’de şirketlere karşı yapılan güçlü protestolarla baş etmek için kurumsal halkla ilişkiler içinde oluşan ve kurumların kullandığı bir müdahale stratejisi ve erken uyarı aracıdır (Heath 2002, 209). Sorun yönetimi, şirketlerin önceliklerini belirlemek, mevcut ve uzun vadeli performanslarını arttırmak, değişiklikleri tahmin etmek, tehditlerden kaçınmak veya tehditleri azaltmak için (Renfro’dan akt. Jaques 2006, 410) aktivistlere karşı, aktivistlerin kamu diyalogunu ve kamu politikalarını engellemek için oluşturulmuştur.

Aktivizm ile mücadele etmek için aktivist hareketlerin eylem tarzlarından beslenerek oluşturulan ve egemen teoride yerini alan sorun yönetimi teorisi, ironik bir şekilde tekrar kaynağına dönerek aktivist halkla ilişkiler literatürü tarafından benimsenmiştir.

Sorun yönetimi teorisi, sorunları tanımlamayı, uzun vadeli izlemeyi ve çözmeyi amaçlayan stratejik bir yönetim süreci olduğu için aktivist örgütler tarafından da tanınan, kullanılan ve aktivist halkla ilişkiler literatüründeki araştırmacılar tarafından teşvik edilen bir yöntemdir. “Hatta birçok aktivist örgüt, kurumsal sorun yönetimi hakkında bir fikre sahip olmamasına rağmen sorun yönetimi konusunda uzman olabilmekte, sorun yönetimi stratejilerini, kurumlara göre çok daha iyi kullanabilmektedir” (Cralle ve Vibbert 1985, 5-10).

Cralle ve Vibbert, aktivist örgütlerin genelde yaptığı veya yapması gereken bir strateji olarak sorunları ve sorunların müsebbibi olan hedef kurumları belirleyip onları analiz etmek, sorunla mücadele için strateji belirleyip onları uygulamak ve en nihayetinde çözüme ulaşmak için işlevselci geleneğin sorun yönetimi teorisini kullanmaları gerektiğini belirtmektedir (1985, 8). Cralle ve Vibbert’e katılan Smith ve Ferguson da sorun yönetimi teorisinin, savunuculuk faaliyetleri için bir çerçeve sağladığına dikkat çekerek işlevselci geleneğe ait olan ama aktivist örgütler için de bir yol haritası olacağını düşündükleri sorun yönetimi teorisini, mücadele pratiklerini geliştirmek için aktivist örgütlere önermektedir (2001, 400-401).

Aktivist halkla ilişkiler üzerine çalışan ve aktivist örgütlere problemlerin çözümünde sorun yönetimi teorisini öneren araştırmacılarından Tony Jaques’a göre:

Sorun yönetimi teorisi, çevrenin incelenmesi, sorunların erken tanımlanması, sınıflandırılması ve önceliklendirilmesi, önleyici eylemlerde bulunulması, eylemlerin planlanması, gerçekçi hedeflerin belirlenmesi, etkili bir örgütlenmenin

yürütülmesi, koalisyonların kurulması, kaynakların birleştirilmesi ve kaynaklara odaklanılmasından dolayı hem stratejik hem de taktiksel açıdan perspektifi güçlü bir teoridir (2006, 410).

Jaques, ABD’de öncü aktivist Saul Alinsky’nin 1970’lerde basılan *Radikaller için İlkeler* kitabındaki yenilikçi modern aktivist ilkeler ile kurumsal sorun yönetimi teorisinin paralellik gösterdiğini, sorun yönetimi teorisinin, aktivizmin strateji ve taktikleri ile oluştuğunu ve aynı zamanda aktivistlerin, “kurumların yönetim kurulu odalarına kadar girmesiyle sorun yönetiminin kurumsal perspektifini çatlattığını” dile getirmektedir (2006, 407). Bu yüzden de Patrick Jackson, “Meydan Okumanın Taktikleri” makalesinde, işlevselci gelenek terminolojisine ait olan sorun yönetimi yerine “meydan okumanın yönetimi” olarak kavramsallaştırmanın daha doğru olacağını savunmaktadır. Bu yeni kavramsallaştırma ile aktivist mücadelede öznenin ön plana çıkacağını, öznenin davranışları ve sorumluluklarının daha çok vurgulanacağını, “meydan okumanın etkili bir halk üniversitesi olduğunu ve bu halk üniversitesinin halkla ilişkiler pratiğinde de hızlı ve meraklı öğrenciler yetişeceğini” belirtmektedir (1982, 212). Sorun yönetimi teorisi veya alternatif tanımıyla, meydan okuma yönetimi, Robert Heath’e göre aktivistler ile kurumlara ortak bir zemin bulmak, akılcı kamu politikaları oluşturmak ve yürütmek için yeni olanaklar sunmaktadır (akt. Jaques 2006, 411).

Zaman zaman kurumlar aktivist örgütleri ve onların eylemlerini sorun olarak görürken aktivistler de kurumların politikalarını ve uygulamalarını sorun olarak görmekte, iki taraf sorun yönetimi teorisi ile benzer strateji ve taktikleri kullanarak birbirlerine meydan okumaktadır. Bu karşılıklı meydan okumada, aktivist organizasyonlar ile kâr amaçlı organizasyonlar arasında, kamuoyunu etkileme amacı ile pek çok stratejik ve taktiksel benzerlik olsa da amaçlar ve hedefler yönünden çok sayıda farklılık bulunmaktadır. Derina Holtzhausen ve Rosina Voto’nun da belirttiği gibi aktivistler geleneksel halkla ilişkiler uygulayıcılarından farklıdır; çünkü bir kurumun başarısına veya kârına odaklanmaktan ziyade bir sorunu çözmeye odaklanır ve hedeflerine ulaşmak için geleneksel olduğu kadar geleneksel olmayan halkla ilişkiler araçlarını da kullanırlar (2002, 66).

Aktivist Halkla İlişkiler Uygulamaları: İlişki Ağları Geliştirme

Halkla ilişkiler literatüründe son yıllarda öne çıkan araştırmaların da işaret ettiği gibi, halkla ilişkilerin temel işlevi ilişki kurmaktır. İlişkisel paradigma ya

da ilişki yönetimi yaklaşımı, kamular ile kurulması gereken ilişkinin eşitlikçi, etkileşimli, toplumsal faydayı ve ortaklaşa anlam inşasını gözetten bir nitelikte sürdürülmesini odağa alır (Botan ve Taylor 2004, 652-653). Kurumsal halkla ilişkiler profesyonelleri gibi aktivistler de sorunları ele almak ve sorunların çözümüne destek oluşturmak için kamular ile olumlu ilişkiler kurmak zorundadır (Sommerfeldt 2011, 88).

Bryan Reber ve Jun Kyo Kim, aktivizmin etkinliğinin, aynı amacı paylaşan bireyler arasında ilişki oluşturulmasına ve toplumsal değişim için benzer hedefleri olan diğer kuruluşlarla bağlantı kurulmasına, politika üretenlerin gündemlerini etkilemesine ve aktivist örgütün ele aldığı sorunlarla ilgili uzman bir bilgi kaynağı olarak hizmet vermesine bağlı olduğunu savunmaktadır. Bu nedenle, aktivistler hem kamu algısını etkilemek hem de kaynak sağlamak için daha kitlesel kamuların dikkatini çekmeye çalışır (2006, 313).

Aktivist örgütlerin, toplumsal konumunu güçlendirebilmek için sadece destekçilerini değil aynı zamanda henüz destekçisi olmayan başka kamuları da mobilizasyona dâhil edebilmeleri, bunun için de iletişim stratejilerini iyi kullanmaları gerekmektedir (Jahng vd. 2014, 119). Güç kaynaklarını, ne derecede başarılı bir şekilde harekete geçirdiğine bağlı olarak aktivist örgütler, sorun yönetiminde başarılı olmaktadır (Blaylock'tan akt. Sommerfeldt 2013, 349). Aktivistlerin, mücadele süreçlerinde ilişki kurduğu ve kendilerine güç kaynağı olarak belirlediği altı farklı kamu bulunmaktadır: Destekçiler, sorundan etkilenen topluluklar, diğer aktivist gruplar, muhabirler, karar vericiler ve hedef kurumlar. Aktivist örgütler, bu süreç içinde destekçiler ve etkilenen topluluklarla birlikte onların ihtiyaçları veya ilgi alanlarını belirlemede, kampanya sürecine katılımlarını sağlamakta, koalisyon kurabileceği diğer örgütleri tespit etmekte, bu koalisyon örgütleriyle birlikte kaynaklar ve görevler için iş birliği yapmaktadır. Aktivistler, kampanyalarının kapsamını genişletmesine yardımcı olmak için muhabirler, yasal adımların atılması için de karar vericiler ile çalışmaktadır. Aktivistler, destekçileriyle ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek için eğitim, bağlantı kurma, katılım ve tanıma gibi dört adım uygulamaktadır. Aktivistler, etkilenen topluluklarla ilişki kurarken ilişkileri yapılandırmak için dört adımla da süreci yönetmektedir: Dinleme, anlama, güçlendirme ve karşılıklı güven tesis etme (Woods 2017, 195-197).

Aktivistler, destekçileriyle iletişim kurmak, destekçilerinin soruna olan ilgisinin sürekliliğini sağlamak ve gerektiğinde sorunları yeniden tanımlamak için destekçilerine yönelik bültenler ve web siteleri de dâhil

olmak üzere çeşitli dâhili yayınlar kullanmaktadır (Smith 2005, 8). Aktivist örgütün mobilizasyonu sağlamak için kullandığı kaynaklar, aktivist örgütün çözülmesini istediği sorunlara ve stratejik olarak hedeflere nasıl ulaşmak istediğine dayandırılmaktadır. Bir kampanyada kullanılan kaynaklar, genellikle aktivist örgütün karakteristiği olup konulara, örgütsel yapılara ve stratejik iletişim planlarına göre çeşitlilik göstermektedir (Sommerfeldt 2013, 347).

Aktivist Mücadele ve Stratejik İletişim

Aktivist örgütler, sorunlara yönelik farkındalığı arttırmak, meşruiyet oluşturmak ve baskı kurarak hedef kurumun ve kamu politikalarının değişikliğini gerçekleştirmek için stratejik iletişimden yararlanmaktadır. Stratejik iletişim, aktivist örgütlerin, amaçlarına ulaşmak ve misyonunu gerçekleştirmek için geliştirdiği planlı iletişim aktiviteleridir (Hallahan vd. 2007, 5). Stratejik iletişim, savunuculuk ve aktivist faaliyetlerde, kamunun düşüncesini değiştirmek ve kamu politikalarını etkilemek için uygulanmaktadır (Alwood 2015, 12). L'Etang'a göre stratejik iletişimin bir alanı olan halkla ilişkiler de farklı varsayımlar, değerler ve dünya görüşleri tarafından dile getirilen çoklu tanımlarla stratejik iletişim tartışmalarının içinde yer almakta, sosyal gelişim ve değişimi hedefleyen toplumsal hareketlerde kilit rol oynamaktadır (2013, 65). Edward Alwood'a göre de aktivistlerin halkla ilişkiler alanında formel bir eğitimi olmamasına rağmen kamunun düşüncesini, stratejik iletişim aracılığıyla etkilemekte oldukça başarılıdırlar (2015, 12).

Toplumsal hareketlerde halkla ilişkiler, bir kamuoyu oluşturma sürecidir ve bu süreçte halkla ilişkilerin işlevi değişim yaratabilmesidir. Rafael Obregon aktivist örgütlerdeki aktif kolektif öznenin, toplumsal değişimi gerçekleştirebilmesi, ayrımcılık ya da eşitsizliğin köklerini etkili bir şekilde tartışmaya açabilmesi ve yayabilmesi, kolektif eylem ve mobilizasyonu kolaylaştırabilmesi için stratejik iletişime ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Obregon'a göre aktivistler, kamularının seslerini yükseltmek, aşağıdan yukarıya bir strateji geliştirmek, kamularını güçlendirmek ve harekete geçirmek için iletişim kampanyaları düzenleyerek stratejik bir şekilde hikâye anlatıcılığı yapmaktadır (2014, 330-333).

Carl Botan, işlevselci gelenek perspektifinden büyük strateji, strateji ve

taktiğin⁴ tanımlamasını yapmakta, bu kavram ve olguları aktivist örgütler de dâhil olmak üzere başka kamuların da kullandığını vurgulamaktadır. Jaques'a göre iletişim strateji ve taktikleri, aktivist örgütün türüne, boyutuna, yapısal ve iletişimsel özelliklerine göre çeşitlilik göstermektedir (2006, 411). Aktivist örgütler, bir kampanya için strateji hayata geçirirken, diğer örgütler gibi şu faktörleri göz önünde bulundurmaktadır: 1) Örgütün güçlü yönleri, 2) örgütün amaçları, 3) hedef kurum, 4) hedef kurumun tavrı ve 5) kampanyayı taze tutma ihtiyacı (Woods, 2017, 115-119).

Chelsea Lane Woods, "Dışardakiler: Aktivistlerin Kurumsal Davranışa Meydan Okumak İçin Sorun Yönetimini Nasıl Kullandıklarını Anlamak" başlıklı çalışmasında, aktivistlerin bir sorunu çözmeyi amaçladıkları zaman, sorunla ilgili farkındalık yaratmak, kamuları harekete geçirmek ve çözümün meşruiyetini oluşturmak için bir kampanya planladığını, bu kampanya için de stratejik iletişimden yararlandığını belirtir (2017, 140). Aktivist örgütler, sorun yönetimi teorisini veya meydan okuma yönetimini kullanarak tüm kampanya sürecinde sekiz izleğe göre hareket eder: a) Sorunu tanımlama, b) sorun analizi ve seçimi, c) hedef kurumun kimliği, d) hedef kurum analizi, e) strateji geliştirme, f) strateji uygulama, g) rahatlama ve d) değerlendirme (2017, 74-75).

Stratejiler, aktivist örgütler tarafından genellikle sorunların çözümü için kampanyalar geliştirmek ve bu kampanyaları medya, web siteleri ve sosyal medya gibi ağlar üzerinden yayımlamak, sorunla ilgili iletilerini çözüme yönelik ve olumlu olacak şekilde çerçevelemek, destekçileri güçlendirmek, kurumları değişime zorlayan adımları attırmak, birden çok kamuya ulaşmak ve kalıcı olmak için oluşturulmaktadır. Aktivistler, bu aşamada özellikle halkla ilişkiler mesaj stratejilerinden yararlanırlar. Kitlelere ulaşmak için etkili mesaj stratejileri oluşturmak, halkla ilişkilerin temel işlevleri arasındadır. Vincent Hazleton'a göre örgütlerde halkla ilişkiler faaliyetleri, amaçlara ulaşmak için

•••

4 Büyük strateji, bir kurumun hedefleri, iş birliği yaklaşımı, etik anlayışı, kamuları ve çevresindeki diğer güçlerle olan ilişkileri hakkında aldığı politika düzeyindeki kararlardır. Büyük strateji, sadece tek bir sorunun ele alınması için bir seçenek değil; bir kuruluşun tüm ilişkilerine karşı tutumunu yani kurum kültürünü belirleyen ilkelere. Strateji ise örgütsel büyük stratejileri gerçekleştirmek için kaynakların ve argümanların düzenlenmesi ve organize edilmesini içeren kampanyalar düzeyinde karar verme süreci olarak ifade edilmektedir. Yani stratejiler, her zaman büyük strateji tarafından belirlenmekte ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının herhangi bir konuyu ele almak için sahip olduğu stratejik seçenekler, örgütün büyük stratejisi tarafından belirlenmektedir. Taktik de halkla ilişkilerin uygulanmasını veya teknik yönünü kapsayan, stratejilerin uygulandığı spesifik faaliyetler ve ürünleri içermektedir (Botan 2006, 198-199).

tasarlanmış iletişim stratejileri aracılığıyla hayata geçirilir. İletişim stratejileri, ortamda bulunan hedef kitlelere girdi görevi gören mesajlar şeklinde kendini gösterir. Hazleton, sosyal değişim literatüründen yola çıkarak, örgütlerin halkla iletişim kurarken kullandıkları mesaj stratejilerini “bilgilendirici”, “kolaylaştırıcı”, “ikna edici”, “vaat ve ödül”, “tehdit ve ceza”, “pazarlık” ve “işbirlikçi problem çözme” olarak yedi kategoriye ayırır (akt. Werder, 2006).

Aktivist Halkla İlişkiler Mesaj Stratejileri

Aktivist halkla ilişkiler literatüründe, tarih boyunca aktivistlerin kullandığı strateji ve taktiklere gönderme yapılmaktadır.⁵ Aktivist örgütler, geçmişten bugüne toplumsal hareketler tarafından kullanılan iletişim stratejilerini organizasyonun hedeflerine, yapısına, ilişki kurduğu kitlelere, bulunduğu ülkeye ve ülkenin kültürel politik kodlarına, sahip olduğu teknolojik araçlara, bütçesine vb. göre güncelleyerek, yeni mesaj stratejilerinden yararlanarak kamuları ile paylaşırlar.

•••

- 5 Literatürde sıkça atıf yapılan John W. Bowers ve Donovan J. Ochs'un *Ajıtasyon ve Kontrolün Retoriği* başlıklı kitabında aktivistlerin kullandığı stratejiler ve taktikler sınıflandırılmıştır. Aktivist halkla ilişkiler literatürüne kaynaklık eden bu nedenle metne taşınması uygun bulunan strateji ve taktiklerden bazıları şunlardır:

İlan Etme Stratejisi: Amaç, toplumsal hareketin oluşum nedeni ve çözüm önerileri için destek sağlamaktır. Bu strateji için poster yapıştırma, el ilanı dağıtma, kitle toplantılarının yapılması ve kitle iletişim araçlarının kullanılması gibi taktikler kullanılmaktadır.

Pekiştirme Stratejisi: Öncelikle örgüt içindeki aktivistler veya destekçiler için kullanılan bir stratejidir. Amaç, destekçilerin, uyumluluğunu güçlendirmek ve örgüte karşı duyarlılıklarının artırılmasını sağlamaktır. Bu stratejiye uygun taktikler arasında oyunlar, şarkılar, sloganlar, etkileyici semboller ve örgüt içi yayınlar yer almaktadır.

Şiddetsiz Direniş Stratejisi: Haksız ve insan onuruna zarar veren kanunlara karşı başlatılan bir direniş stratejisidir. Yasaların değişimi için toplumsal ceza göze alınmakta, bu strateji aktivist örgüte sempati kazandırabilmekte ve hedef kurumla müzakere olanakları açabilmektedir.

Gerginlik-Meydan Okuma Stratejisi: Hedef kurumda huzursuzluk yaratmak için tasarlanmış bir stratejidir. Kurumun meşruiyetini zedelemek üzerine kuruludur. Bu strateji altındaki taktikler, kurumun işleyişine yönelik usulsüzlükleri açığa çıkarma, sözsüz saldırı, sözsüz müstehcenlik veya sözel müstehcenlik şeklindeki karşı koyma biçimlerini kapsamaktadır.

Kutuplaşma Stratejisi: Bireyleri, hedef kurum veya aktivist örgüt arasında seçim yapmaya zorlamak üzerine kurulu bir stratejidir. Amaç, tarafsız bireyleri aktivist örgüte kazandırmaktır.

Gandi ve Gerilla Stratejisi: Gandi stratejisi, şiddet içermeyen direniş stratejisine bağlı aktivist örgütün hedef kuruma meydan okumasıyken; gerilla stratejisi, kuruma, fiziksel saldırının yapılmasıdır. İlk strateji, retoriktir çünkü davranışları araçsal ve semboliktir. İkinci strateji, gizli olarak hedef kuruma yönelik fiziksel saldırı düzenlemekte eğer başarılı olursa toplumun diğer tarafsız bireylerini kutuplaştırmada etkili olabilmektedir. Bu strateji, tarafsız insanları ya kendi tarafına çekmekte ya da karşı tarafa itmektedir (Bowers ve Ochs 1971, 17-37).

İletişim stratejileri, aktivist örgütün yaptığı eylemler ve mesaj içerikleriyle hedeflerine ulaşmayı kolaylaştıran bir yol haritası çizdiği için aktivist kampanyaların çekirdeğini oluşturmaktadır. Bu konu üzerine araştırma yürüten Woods'un bulgularına göre aktivistlerin kullandığı halkla ilişkiler stratejilerinde yedi farklı tema ortaya çıkmaktadır: a) Bilginin yayılması, b) mesajı çerçeveleme, c) destekçileri güçlendirme, d) "utanç oyunu", e) birden fazla kamuyla etkileşimde bulunma, f) "çok sinir bozucu olma" ve g) hedef kurumla etkileşimde bulunma (2017).

Bilginin Yayılması: Aktivistler, kamular arasında bilginin nasıl yaygınlaştırılacağı konusunda strateji oluşturmaktadır. Bilginin yayılması süreci birçok farklı formdan oluşmaktadır. Bazı aktivist örgütler, bilhassa bilgi kaynağı olarak hizmet sunmakta, bilimsel raporlar ve sorunların literatürüne erişimi kolaylaştıran blog yayınları yapmaktadır. Aktivistler, bilginin yayılması için genellikle kurumların önlerinde kamuya açık protesto gösterileri yaparak ve sosyal medyayı aktif kullanarak herkese ulaşabilecekleri kanalları denemektedir.

Mesaj çerçeveleme: Aktivistlerin, daha fazla kişiyi kampanyalarına dâhil etmek için mesajlarını nasıl çerçevelediği önemlidir. Mesaj çerçevelemek için aktivistlerin kullandığı beş yaklaşım bulunmaktadır: *Zamana riayet;* aktivistler genellikle katılımcıları arttırmada vesile olarak gördüğü belli tarihlerde, tatillerde veya yıl dönümlerinde kampanya düzenlemektedir. *Sahayı oluşturmak;* birçok aktivist örgüt için anaakım medyanın ilgisini çekmek zor olabilmektedir, böylece aktivistler, mesajlarını sosyal hareketler ile çerçeveleyerek dikkat çekmeye çalışmaktadır. Bazı aktivistler, hareket edebilecekleri sahayı oluşturmak için sorunun mağdurlarına ulaşip onlarla görüşmeler yaparak soruna yönelik farkındalık yaratmaya ve böylece sahayı oluşturmaya çalışmaktadır. *Kültür sıkışması;* aktivist örgütlerin, hedef kurumun özenle planlanmış olduğu kampanyaları, hedef kuruma karşı yıkıcı bir şekilde kullanmasıdır. Aktivistler kültürel sıkışmayı, kurumun kendi kampanyası için kullandığı sloganı kullanarak, kurumun *hashtag*ını ele geçirerek ya da sosyal medya paylaşımlarını kendi avantajlarına çevirerek yapmaktadır. *Basit tutmak;* aktivistler genellikle karmaşık konuları ele almakta ancak bu konuları mümkün olduğunca basit tutmanın yollarını bulmaya çalışmaktadır. Konunun karmaşıklığını kaybetmeden mesajları basitleştirmek ciddi bir zorluk gerektirirken mesajların anlaşılmasını kolaylaştırmak önemlidir. Çünkü mesajlar genellikle birden fazla kanalda ve çok farklı kamular arasında yayılmaktadır. *Pozitiflik;* kampanyalarda olumlu ya da umutlu mesajlar

kullanmak önemlidir. Çünkü iyimserlik ve umut kişiden kişiye bulaşan bir duygu ve önemli bir iletişim stratejisidir.

Destekleyicileri güçlendirmek: Aktivistler, destekleyicilerin kendilerini çözümün bir parçası olarak hissetmesi için güçlendirici etkinliklerde bulunmaktadır. Genellikle ne yapacaklarını bilmedikleri için harekete geçmekte zorlanan destekçileri kolay ve hızlı adımlarla eylemliliğe dâhil etmeye çalışırlar. Örneğin, sosyal medya çalışmalarında bulunmalarını önermek gibi. Çünkü insanlar, medya üzerinden hareketlilik üretirken sanki günlük yaşamlarında fazla zaman harcamadan bir şeyler yapıyormuş gibi hissedebilmekte ve bu çalışmalara daha kolay destek verebilmektedir.

“Utançoyunu”: Aktivistler, hedef kurumu, politikalarını ve uygulamalarını değiştirmek için sık sık utandırmaya çalışmaktadır. Aktivistler, ele aldıkları sorunların muhatabı olarak gördüğü kurumların listesini yayımlamakta, kurumları sorumsuz davranışlarından dolayı suçlamakta ve bu kurumları protesto etmektedir. Başka bir strateji olarak da aktivist örgütler, olumlu örnek olarak gördükleri kurumların çalışmalarını övmekte ve bu kurumları örnek göstermektedir.

Birden fazla kamuyu etkileşimde bulunma: Aktivist örgütler, tüketiciler, hissedarlar, kilit rolde karar vericiler, çalışanlar, ortak kuruluşlar gibi kurum üzerindeki baskıyı artırabilecek birden fazla kamuyu etkilemeye çalışmaktadır.

“Çok sinir bozucu olma”: Aktivist örgütler, eylemlerinde devamlılık göstermektedir, aktivistlerin kullandığı çoğu strateji ve taktik, şiddet içermeyen ama kurumların görmezden gelemeyeceği derecede “sinir bozucu” bir gerilime/ çatışmaya yöneliktir.

Hedef kurumla etkileşimde bulunma: Hedef kurumla etkileşimde bulunma birçok aktivist örgüt için ilk adım olmaktadır. Aktivist örgütler, sorunu çözmek için hedef kurumla yüz yüze görüşme talep etmekte, hedef kurumla anlaşılmadığı durumda aktivist örgüt kampanya başlatmaktadır (Woods, 2017, 95-103).

Aktivist halkla ilişkiler literatüründe, stratejilerin tanımlanmasının yanı sıra bu stratejiler uygulanırken kullanılan taktikler de tespit edilmeye çalışılmıştır. Botan’a göre stratejiler bir kuruluşun amaçlarına ulaşmak için yaptığı planlarken, taktikler ise strateji planlarının uygulanmasıyla ilgilidir. Strateji, kampanyaların bir taslağıdır; planlama, manevra ve tahsis

ile ilgilidir (2006, 189-190). Taktikler ise genel olarak aktivist örgütlere, destekçilerinin kimliklerini yeniden tanımlama, destekçilerini güçlendirme, üyelerine anlam duygusu verme, rakiplerinin cesaretini kırma, kamuoyunda farkındalık yaratma ve en nihayetinde toplumsal değişim için farklı olanaklar sunmaktadır (Derville 2005, 527).

Aktivist Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Taktikler

Jackson, aktivist örgütlerin faaliyetlerini ve kullandığı taktikleri temel stratejik hedeflerin izleğinde şöyle sınıflandırır: 1) organizasyon faaliyetleri, 2) bilgilendirici faaliyetler, 3) sembolik faaliyetler, 4) sivil itaatsizlik ve 5) yasal faaliyetler (1982, 215).

Organizasyon faaliyetleri: Aktivist örgütlerin, farkındalığı artırmak ve eylemlerine destek sağlamak için kullandığı kişilerarası iletişim örnekleridir. “Belediye toplantıları, ev toplantıları, halka açık oturumlar, forumlar, paneller, sağlık programları, sosyal yardım ve sivil katılım faaliyetleri gibi yüz yüze iletişim ve etkileşim eylemliliklerini kapsamaktadır” (Sommerfeldt 2013, 355). Gene Sharp, sokak gösterileri, sloganlar, kamusal konuşmalar, afişler, yürüyüşler, mitingler vb. ile örneklediği bu tür organizasyon faaliyetlerini protesto ve ikna taktikleri olarak sınıflandırmaktadır (akt. Martin 2007, 20-21).

Bilgilendirici faaliyetler: Aktivistler, basın konferansları ve röportajlar da dâhil olmak üzere medya ilişkilerini kapsayan bilgilendirme amaçlı taktikler kullanmakta ve bu tür uğraşları neticesinde toplumsal alanda problemleri gördükleri konulara ilgi çekerek gündem belirlemeye çalışmaktadırlar (Crale ve Vibbert 1985, 8). Aktivistler, bir taraftan anaakım medyada görünür olmaya çalışırken diğer taraftan da kendi medyalarını oluşturarak farkındalık yaratmaya çalışırlar (Sommerfeldt 2013, 355). Aktivistler yaygın olarak altı farklı bilgilendirici taktik kullanmaktadır.

1) *Raporlar:* Faaliyet alanlarını bilimsel çalışmalarla desteklemek zorunda kalan aktivist örgütlerin yaygın olarak başvurduğu raporlama faaliyetlerinin amacı farkındalığı arttırarak politik düzenlemelere zemin hazırlayabilmektir.

2) *Basın bültenleri ve basın toplantıları:* Özellikle medya kuruluşlarının dikkatini toplumsal sorunlara çekmek için kullanılan taktik araçlar arasında yer almaktadır. Basın bültenleri ve basın toplantıları hazırlamak hem geleneksel hem de yeni toplumsal hareketlerin başlıca faaliyetleri arasındadır.

3) *Reklamcılık:* Aktivistler, seslerini duyurmak ve ihtiyaç duydukları

maddi kaynaklara erişmek için reklamcılık faaliyetlerinden yararlanmaktadır.

4) *Web siteleri*: Özel ve kamuya ait kurumlarda olduğu gibi aktivist örgütler de yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle varlık alanlarını daha görünür kılmak için web siteleri oluşturmaktadır.

5) *Sosyal medya*: Bilgilenme, bilgi verme, kampanyaları duyurma, destekçilerle etkileşim gibi amaçlar doğrultusunda; aktivist örgütlerin görünürlüğünü ve gücünü arttıran sosyal medya kullanımı hem hız hem de finansal yönden sağladığı avantajlarla son dönemlerde en çok tercih edilen mecra haline gelmiştir.

6) *Filmler*: Hem bilgilendirici hem de eğlendirici bir içeriğe sahip olan filmler aktivist örgütlerce kişilerarası ilişkileri güçlendirmesi, izleyenleri ortak bir tartışmaya dâhil edebilmesi açısından sık kullanılan araçlar arasındadır.

Sembolik faaliyetler: Bilgilendirici faaliyetlerin yanı sıra sembolik faaliyetler de aktivist örgütlerin toplumsal problemlere dikkat çekmek için yararlandığı taktik unsurlar arasında yer almaktadır. Aktivist örgütler, kurumların kararlarını etkilemeye çalıştıkları için “yasal yürüyüşler, gösteriler, protestolar, mitingler ve boykotlar gibi ses getiren toplumsal eylemlerden yararlanmaktadır” (Sommerfeldt 2013, 355). Sembolik faaliyetler sekiz formda görülmektedir:

1) *E-posta kampanyaları*: Tarihsel süreçte öncelikle posta kampanyaları oluşturmakla başlayan, aktivistlerin postanelere aynı zamanda giderek, belirli bir süre işlemleri kilitlemeleri ve hedefledikleri kurum ve kuruluşa (yerel ve ulusal gazeteler, sorunlu buldukları örgütlerin yönetim kurulları vb.) mektup göndermesiyle süren bu eylem türü, yeni gelişen teknolojiler ile e-posta kampanyalarına dönüşmüştür. E-posta kampanyalarının hedeflediği kesimler arasında, yasal mevzuat oluşturma gücüne sahip parlamento üyeleri de bulunmaktadır.

2) *Telefon ile arama*: Geleneksel faaliyetler arasında yer alan ve kampanyaya dönüştürülen telefonla aramalarının hedefi yasama organı üyeleri ve yasal başvuru mercilerini sorunun muhatabı kılabilmektedir. Posta ve E-posta kampanyalarından önemli farkı, sıkça ve toplu olarak yapılan aramaların göz ardı edilebilme ihtimalinin daha düşük olmasıdır.

3) *Çalma*: Aktivistler tarafından kullanılan çevrimiçi ve çevrim dışı bir taktiktir. Aktivistler, kurumların bilgilerini, PowerPoint sunumlarını,

hashtaglarını bir taktik olarak çalmakta ve bunları kampanyalarında kullanmaktadır.

4) *Gerilla aktivizmi*: Paylaşılacak istenilen mesajın hızlı, şaşırtıcı ve maliyetsiz bir şekilde iletilmesini içermektedir. Kamusal mekânlara (parklar, otobüs durakları, sokak araları hatta umumi tuvaletler kapıları) yapıştırılan etiketler gerilla aktivizmine örnek verilebilir. Aynı şekilde, Türkçede “kuşlama” olarak tanımlanan bir anda havadan atılan kısa bildirimler, korsan açıklamalar da gerilla aktivizminin araçları arasında yer almaktadır.

5) *Dilekçe teslimi*: Aktivist örgütlerinin sıkça başvurduğu dilekçe teslimi eylemleri, yasal süreçlerin örgütsel amaçlar doğrultusunda kullanımı içermektedir. Dilekçe yazımı ve dilekçelerin ilgili kuruma/temsilciye iletilmesini içeren bu faaliyetler risk içermemesi nedeniyle daha yoğun destekçi katılıma imkân sağlamaktadır.

6) *Protestolar*: Kurum temsilcileri, kurumun faaliyetleriyle ilgili kamudan gelen sesleri dinlemiyorsa veya kamuya cevap vermiyorsa protesto taktiği kullanılmaktadır. Protesto, kamunun, meydan okuyuşunun “fiziksel bir manifestosu”dur ya da başka bir deyişle protesto, fiziksel bir iletişim biçimidir. Oldukça görünür bir taktik olan protesto, özellikle kurum mekânlarında yapıldığında daha güçlü bir etki yapmaktadır. Protestolar, tartışmalı konularda baskın söylemlerle çatışmayı ve onlara karşı direnişi dile getiren bir aktivist halkla ilişkiler taktiğidir (Weaver, 2010, 39). “Protestolar, karmaşık sorunları, yıkıcı imgesel olayları kullanarak veya daha çarpıcı bir hale getirerek statükoya sırtını dayamış insanların rahatını bozar” (Derville 2005, 531); “performans veya karnaval olarak da tanımlanabilmektedir” (Weaver 2014, 112).

7) *Performanslar*: Aktivistler, performans tarzı eylemler tasarlayarak dikkat çekmeye çalışmaktadır. Aniden ortaya çıkan kalabalıklar, kullanılan maskot ve kuklalar, eylemcilerin ölü gibi davranması şeklinde performanslar sergilenmektedir (Woods 2017, 111). Taylor ve Van Dyke’a göre müzik ve tiyatro gibi unsurlarla zenginleştirilen sokak performansları, toplumsal hareketlere kültürel değişimin aracı olarak kendilerini konumlandırma olanağı sunmaktadır. Siyaseti, eğlence ile birleştiren kültürel performansların dönüşümü sağlamada etkisi büyüktür (2004, 279).

8) *Boykotlar*: Etkili taktikler arasında yer alan “boykotlar, hedef kurum üzerinde vurucu etkiye sahip olup, yoğun baskı oluşturabilmektedir”

(Jackson 1982, 215). Genel kamuya, sorun oluşturduğu iddia edilen kurumu/ şirketi şikâyet etme ve sorun çözülünceye dek tüketimde bulunmama ya da yatırım yapmama çağrısını içeren boykotlar sonuç alıcı faaliyetler arasında yer almaktadır. Boykotlar ulusal olduğu kadar uluslararası kampanyalar şeklinde de açığa çıkabilmektedir.

Sivil itaatsizlik: Sivil itaatsizlik, uygun bulunmayan yasa ve uygulamaların şiddet içermeyen bir şekilde değişmesini talep etmekte; bireylerin zihinsel, fiziksel refahına zarar vermemeyi hedeflemektedir. Sivil itaatsizlik savunucuları, bu taktiğin demokratik sürecin önemli bir parçası olduğunu savunmaktadır; çünkü yönetim sürecine doğrudan katılımın en popüler biçimlerinden biridir. Bu taktik ile vatandaşlar, doğrudan yasalar hakkında yorum yapmakta ve haksız yasaları yürürlükten kaldırma talebini sunmaktadır. Aktivistler ablukalar, oturma eylemleri, bir yere izinsiz girme, trafiği engelleme veya tutuklanma gibi sivil itaatsizlik kapsamına giren taktikleri kullanmaktadır. Sharp, sivil itaatsizlik taktiği örneklerini, “geleneklere uymamak, kira grevleri, üretici boykotları, banka mevduatının geri çekilmesi, uluslararası ticaret ambargosu, oturma eylemleri, şiddet içermeyen işgaller, gerilla tiyatrosu şeklinde çeşitlendirmektedir” (akt. Martin 2007, 20-21).

Yasal faaliyetler: Tüm yurttaşlara tanınan dilekçe hakkı ve dava açma hakkının kullanımı, yasal düzenlemelerin takibi gibi süreçleri içeren bu faaliyetler aktivist örgütlerin ses getiren eylemlilikleri arasındadır. Kazanımları genellikle toplumun genelini kapsadığı için çabuk yankı bulması olasıdır. Bu tür yasal faaliyetler, kamuyu ilgilendiren sonuçları nedeniyle medyanın da dikkati çekmektedir. Aynı zamanda, kurumların mahkeme kararlarını uygulama zorunluluğu nedeniyle pratik sonuçları itibarıyla de etkin bir yöntemdir. Yasal faaliyetler, dava süreçlerini içerdiği gibi imza kampanyalarına dönüştürülen toplu dilekçe yazımı, düzenleyici ve idari kurumlara yönelik lobicilik faaliyetleri, bilgi edinme hakkı çerçevesinde kurum ve kuruluşlara yönlendirilen talep dilekçeleri şeklinde olabilmektedir.

Yukarıda sıralanan faaliyetler aktivist hareketlerin tarih sahnesine çıktığı günden bu yana gelişerek çeşitlenmiştir. Her biri hareketin içinde yeşerdiği tarihsel, toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlama göre değişmektedir. Bir asır önce, neredeyse tüm aktivist örgütler, ziyaretler, posta sistemi ve kamuya açık bildirimler yoluyla gruplar arasında koordinasyon kurarak yüz yüze faaliyet gösterirken günümüzde yeni iletişim teknolojileri ile daha uzak mesafelerde daha hızlı koordinasyonlar sağlanmış, internetle de küresel koordinasyon çok

daha kolay hale gelmiştir. Aktivist örgütlerin kullandığı taktikler teknolojik gelişmeler, özellikle de sosyal ağların gelişmesi ile çok daha çeşitlenmiştir. Hız, maliyet, erişebilirlik ve etkileşim açısından fark yaratan yeni iletişim teknolojileri, aktivistlere yeni olanaklar sağlamış ve yeni eylem türlerinin açığa çıkmasına neden olmuştur. Örneğin; siberaktivizm adı verilen çevrimiçi aktivizm; geleneksel eylemleri iletmek, kampanya organize etmek, bir web sitesine saldırıda bulunmak (hacktivizm) veya bir sistemi yavaşlatmak amacıyla büyük dosyalar göndermek gibi doğrudan aktivist bir eylem aracı olarak kullanılmaktadır (Martin 2007, 21). Özellikle taktiklerin bu kadar çeşitli olmasında, aktivistlerin, sanatsal, kültürel, yasal, ekonomik ve dinsel alanlardaki geleneksel aktivist eylemleri benimsemesi, onları egemenlere karşı bir meydan okuma yöntemi olarak yeni anlamsal kodlarla üretmesi ve onlara bir direniş ruhu yüklemesi gibi yaratıcı çabaları etkili olmaktadır.

Sonuç

Halkla ilişkiler teorileri, bugüne kadar “Halkla ilişkiler nedir?” sorusuna yanıt ararken dünya çapında son dönemde yaşanan teknolojik, kültürel, ekonomik, demografik değişimlerle “Halkla ilişkiler ne olabilir? Ne olmalıdır?” sorularına yanıt arar hale gelmiştir. Bu sorulara yanıt verebilmek için halkla ilişkiler tarihine yönelik yeni araştırmaların yanı sıra teori alanında da yeni tartışmalar açığa çıkmıştır. Halkla ilişkiler disiplinindeki arayışların son noktalarından biri aktivist pratiğin alan içindeki kabulüdür. Dijital teknolojilerin, internetin ve sosyal medya sitelerinin yükselişiyle halkla ilişkiler, marjinal, madun veya öteki olarak kabul edilenler de dahil olmak üzere daha önce hayal edilmemiş çeşitli paydaşları veya kamuları içermeye başlamıştır.

Demetrious’a göre halkla ilişkilere dair araç ve süreçlerin, farklı kamuları temsil etme gücünü anlamaya çalışmak, halkla ilişkilerin gelişimi için hayati olacaktır. Bu noktalar, halkla ilişkiler uygulayıcılarının, geleceği etkileyen sosyal değişimleri başlatması, kapsayıcı politika değişiklikleri oluşturması ve halkla ilişkiler araştırmalarını yeniden canlandırması için olumlu bir etkiye neden olacaktır (2013, 5-6).

Mevcut örgütsel güç ağları içinde, halkla ilişkiler uygulayıcılarının konumunu sorgulayan Bruce K. Berger, egemen anlatılarda yer alan teknisyen ve yönetici olarak halkla ilişkiler uygulayıcıları konumunun yanı sıra üçüncü bir seçenek olarak aktivist rolünü önermektedir. İktidar ilişkilerine, açık ya da örtük tahakküm modellerine karşı direniş biçimlerinden beslenen, toplumsal kesimlerin taleplerini içeren, savunuculuğun ötesine geçen aktivist

rolün akademisyenler, uygulayıcılar, öğrenciler taşıdığı potansiyelin altını çizen Berger, bu çabanın alanın toplum içindeki algılanışını değiştirme olasılığına da vurgu yapar. Berger'in de ifade ettiği gibi mevcut örgütsel güç ağları içinde halkla ilişkiler uygulayıcılarının direnişi ve aktivizmi "birçok kişinin çıkarlarına ve sesine hizmet eden bir uygulamanın olanaklarını gerçekleştirmek için en güçlü umudu sunar" (2005, 6).

Aktivist halkla ilişkilerin ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının aktivizminin disiplin için/içinde sunduğu olanaklara yönelik tartışmaların çoğaltılması önemlidir. Akademik çalışmalar bu tartışmaları çoğaltmanın temel araçlarıdır. Türkiye'de halkla ilişkiler disiplinine dair ders kitapları, ders içerikleri, lisansüstü tezleri ve araştırma makaleleri, büyük ölçüde egemen halkla ilişkiler anlatılarına ve vaka analizlerine odaklanmakta, egemen seslerin dışında kalan toplumsal kesimlere ve uygulamalara alan açmakta isteksiz davranmaktadır. Oysaki aktivizm ve aktivist halkla ilişkiler teorisi hem uygulamaların hem de akademik alanın gelişimi için son derece geniş olanaklar taşımaktadır. Aktivist halkla ilişkiler, gerek halkla ilişkiler uygulamalarının demokratik yönde değişmesi gerekse de eşitlikçi ve demokratik bir siyasal yaşam için kamusal alan, kamu yararı, kamuoyu, katılım ve kapsayıcılık gibi sivil diyalogu güçlendirebilecek kavramların halkla ilişkiler teorileri içine daha çok dâhil edilmesi, kamusal iletişim üzerine düşünülmesi için bir rehber sunmaktadır.

Kaynakça

- Adi, Ana. 2018. *Protest Public Relations: Communicating Dissent And Activism*. London: Routledge.
- Alwood, Edward. 2015. "The Role of Public Relations in The Gay Rights Movement, 1950-1969." *Journalism History* 41 (1): 11. <https://doi.org/10.1080/00947679.2015.12059117>
- Anderson, Deborah S. 1992. "Identifying And Responding to Activist Publics: A Case Study." *Journal of Public Relations Research* 4: 151-165. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0403_02.
- Berger, Bruce K. 2005. "Power Over, Power With, and Power to Relations: Critical Reflections on Public Relations, the Dominant Coalition, and Activism." *Journal of Public Relations Research*, 17:1, 5-28. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1701_3.
- Botan, Carl H. 2006. "Grand Strategy, Strategy, And Tactics in Public Relations." *Public Relations Theory II* içinde, editörler Carl H. Botan ve Vincent Hazleton, 223-248. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Botan, Carl H. ve Maureen Taylor. 2004. "Public Relations: State of the Field." *Journal of Communication* 54, 645-661. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02649.x>.
- Bowers, John W. ve Donovan J. Ochs. 1971. *The Rhetoric of Agitation and Control*. Massachusetts: Addison- Wesley Publishing Company.
- Ciszek, Erica. 2014. "Identity, Culture, And Articulation: A Critical-Cultural Analysis of Strategic LGBT Advocacy Outreach." Doktora tezi, Oregon Üniversitesi.
- Ciszek, Erica. 2015. "Bridging The Gap: Mapping The Relationship Between Activism And Public Relations." *Public Relations Review* 41: 447-455. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.05.016>.
- Coombs, Timothy W. ve Sherry J. Holladay. 2012. "Fringe Public Relations: How Activism Moves Critical PR Toward The Mainstream." *Public Relations Review* 38: 880- 887. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.02.008>.
- Coombs, Timothy W. ve Sherry J. Holladay. 2014. *It's Not Just PR: Public Relations in Society*. Malden, MA: Wiley Blackwell.
- Crable, Richard ve Steven Vibbert. 1985. "Managing Issues and Influencing Public Policy." *Public Relations Review*, 11: 3-16. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(82\)80114-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(82)80114-8).
- Curtin, Patricia A. ve Kenn T. Gaither. 2005. "Privileging Identity, Difference, And Power: The Circuit of Culture As A Basis for Public Relations Theory." *Journal of Public Relations Research* 17: 91-115. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1702_3.

- Demetrious, Kristin. 2008. "Activist Public Relations." *The International Encyclopedia of Communication* içinde, editör Wolfgang Donsbach. Malden, MA: Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieca076>.
- Demetrious, Kristin. 2013. *Public Relations, Activism And Social Change: Speaking Up*. New York: Routledge.
- Derville, Tiffany. 2005. "Radical Activist Tactics: Overturning Public Relations Conceptualizations." *Public Relations Review* 31 (4): 527-533. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.08.012>.
- Edwards, Lee. 2012. "Defining The 'Object' of Public Relations Research: A New Starting Point." *Public Relations Inquiry* 1 (1): 7-30. <https://doi.org/10.1177/2046147X11422149>.
- Grunig, James E. ve Todd Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. New York: CBS College.
- Grunig, Larissa A. 1992. "Activism: How it limits the Effectiveness of Organizations and How Excellent Public Relations Departments Respond." *Excellence in Public Relations and Communication Management* içinde, editör James E. Grunig. Hillsdale, 503-530. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gülal-Şahin, Emine. 2021. "Dijitalleşme Çağında Aktivist Halkla İlişkiler: Uluslararası Literatür Üzerine Bir Analiz." *MEDIAJ* 4 (2): 108-138. <https://doi.org/10.33464/mediaj.1004598>.
- Hallahan, Kirk, Derina Holtzhausen, Betteke van Ruler, Dejan Vercic ve Krishnamurthy Sriramesh. 2007. "Defining Strategic Communication." *International Journal of Strategic Communication* 1 (1): 3-35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>.
- Heath, Robert L. 2002. "Issues Management: Its Past, Present and Future." *Journal of Public Affairs: An International Journal* 2(4): 209-214. <https://doi.org/10.1002/pa.114>.
- Holtzhausen, Derina R. 2007. "Activism." *The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management: Challenges for The Next Generation* içinde, editör Elizabeth L. Toth, 357-379. New York: Routledge.
- Holtzhausen, Derina R. 2012. *Public Relations as Activism: Postmodern Approaches to Theory and Practice*. New York, Routledge.
- Holtzhausen, Derina R. ve Rosina Voto. 2002. "Resistance From The Margins: The Postmodern Public Relations Practitioner as Organizational Activist." *Journal of Public Relations Research* 14(1): 57-84. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1401_3.
- İcil-Tuncer, Aslı. 2019. "Postmodernizm Ardalanında Halkla İlişkilerin Aktivist Rolüne Yönelik Bir Arayış." *OPUS* 10 (17): 973-1001. <https://doi.org/10.26466/opus.522169>.

- Jackson, Patrick. 1982. "Tactics of Confrontation." *The Public Affairs Handbook* içinde, editör Joseph Nagelschmidt, 211-220. New York: American Management Association.
- Jahng, Mi Rosie, Seoyeon Hong ve Eun Hae Park. 2014. "How Radical Is Radical? Understanding The Role of Activists' Communication Strategies on The Formation of Public Attitude and Evaluation." *Public Relations Review* 40 (1): 119-121. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.11.004>.
- Jaques, Tony. 2006. "Activist "Rules" and The Convergence With Issue Management." *Journal of Communication Management* 10 (4), 407-420. <https://doi.org/10.1108/13632540610714836>.
- Karaaslan-Şanlı, Halise ve Elif Bozkurt. 2022. "Aktivizm ve Halkla İlişkiler Üzerine Çarpışan Paradigmalar: Anti-Aktivist Söylemden Aktivist Halkla İlişkilere Uzanan Yolun Haritası." *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13 (1): 63-77. <http://dx.doi.org/10.33537/sobild.2022.13.1.6>.
- Karlberg, Michael. 1996. "Remembering The Publics in Public Relations Research: From Theoretical to Operational Symmetry." *Journal of Public Relations Research* 8(4): 263-278. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr0804_03.
- L'Etang, Jacquie. 2013. *Sports Public Relations*. London, England: Sage.
- L'Etang, Jacquie. 2016. "Public Relations, Activism and Social Movements: Critical Perspectives." *Public Relations Inquiry* 5(3): 207-211. <https://doi.org/10.1177/2046147X16675665>.
- Martin, Brian. 2007. "Activism, Social and Political." *Encyclopedia of Activism and Social Justice*. Vol. 1 içinde, editörler Gary L. Anderson ve Kathryn G. Herr, 19-27. London: SAGE Reference.
- Obregon, Rafael. 2014. "Emerging Issues in Strategic Communication for Development Social Change." *The Handbook of Development Communication and Social Change* içinde, editörler Karin G. Wilkins, Thomas Tufte ve Rafael Obregon, 321-327. Oxford, England: Wiley-Blackwell.
- Pelenk-Özel, Aybike. 2014. "Halkla İlişkiler ve Aktivizm İlişisine Kuramsal Bir Yaklaşım." *Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar* içinde, editör Hale Bozkurt, xI-Ixix. İstanbul: Paradigma Akademi Yay.
- Pieczka, Magda. 2006. "Paradigms, Systems Theory and Public Relations." *Public Relations: Critical Debates And Contemporary Practice* içinde, editörler Jacquie L'Etang ve Magda Pieczka, 333-358. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pompper, Donnalyn, Katie R. Place ve C. Kay Weaver. 2022. *The Routledge Companion to Public Relations*. London: Routledge.

- Reber, Bryan H. ve Bruce K. Berger. 2005. "Framing Analysis of Activist Rhetoric: How the Sierra Club Succeeds or Fails at Creating Salient Messages." *Public Relations Review* 31 (2): 185-195. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.02.020>.
- Reber, Bryan H. ve Jun Kyo Kim. 2006. "How Activist Groups Use Websites in Media Relations: Evaluating Online Press Rooms." *Journal of Public Relations Research* 18 (4): 313- 333. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1804_2.
- Sancar, Gaye Aslı. 2017. "Aktivist Halkla İlişkiler Bağlamında WWF Dünya Saati Kampanya Örneği." *Erciyes İletişim Dergisi* 5 (1): 2-18. <https://doi.org/10.17680/erciyesakademia.291883>.
- Smith, Michael F. 2005. "Activism." *Encyclopedia of Public Relations* içinde, editör Robert L. Heath, 5-9. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Smith, Michael F. ve Denise P. Ferguson. 2001. "Activism." *Handbook of Public Relations* içinde, editör Robert L. Heath, 291-300. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sommerfeldt, Erich. 2011. "Activist E-mail Action Alerts and Identification: Rhetorical Relationship Building Strategies in Collective Action." *Public Relations Review* 37 (1): 87-89. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.10.003>.
- Sommerfeldt, Erich. 2013. "Online Power Resource Management: Activist Resource Mobilization, Communication Strategy, and Organizational Structure." *Journal of Public Relations Research* 25 (4): 347-367. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2013.806871>.
- Taylor, Maureen, Michael L. Kent ve William J. White. 2001. "How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationships." *Public Relations Review*, 27 (3): 263-284. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(01\)00086-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(01)00086-8).
- Taylor, Maureen ve Michael L. Kent. 2022. "Paradigm Shifts in Public Relations Theory." *The Routledge Companion to Public Relations* içinde, editörler Donnalyn Pompper, Katie R. Place ve C. Kay Weaver, 103-114. London: Routledge.
- Taylor, Verta ve Nella Van Dyke. 2004. "'Get Up, Stand Up': Tactical Repertoires of Social Movements." *The Blackwell Companion to Social Movements* içinde, editörler David A. Snow, Sarah A. Soule ve Hanspeter Kriesi, 262-293. Oxford: Blackwell.
- Weaver, Kay C. 2010. "Carnavalesque Activism as a Public Relations Genre: A Case Study of The New Zealand Group Mothers Against Genetic Engineering." *Public Relations Review* 36: 35-41. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.09.001>.

- Weaver, Kay C. 2014. "Mothers, Bodies, and Breasts: Organizing Strategies and Tactics in Women's Activism." *Gender and Public Relations: Critical Perspectives on Voice, Image and Identity* içinde, editörler Christine Daikon ve Kristin Demetrious, 108-131, New York: Routledge.
- Werder, Kelly Page. 2006. "Exploring the Link Between Strategy and Tactic: An Analysis of Strategic Message Content in News Releases." *The Ninth International Public Relations Research Conference Proceedings* içinde, editör Marcia Watson DiStaso, 574-583. Gainesville, FL: Institute for Public Relations.
- Woods, Chelsea L. 2017. "The Outsiders: Understanding How Activists Use Issues Management to Challenge Corporate Behavior." Doktora tezi, Kentucky Üniversitesi.