

MEDYA VE SOKAK HAYVANLARI:

HAKLAR, TEMSİLLER VE TOPLUMSAL ALGI

EDİTÖRLER

DOÇ. DR. ŞAKİR GÜLER
DOÇ. DR. SERDAR GEZER

EĞİTİM
yayınevi

MEDYA VE SOKAK HAYVANLARI: HAKLAR, TEMSİLLER VE TOPLUMSAL ALGI

Editörler: Şakir Güler, Serdar Gezer

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Tasarım Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Tasarım Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-385-707-3

1. Baskı, Aralık 2025

Kütüphane Kimlik Kartı

MEDYA VE SOKAK HAYVANLARI: HAKLAR, TEMSİLLER VE TOPLUMSAL ALGI

Editörler: Şakir Güler, Serdar Gezer

164 s., 210x297 mm

Kaynakça var, izin yok.

E-ISBN: 978-625-385-707-3

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah.
Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok,
No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.
10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
bilgi@kitapmatik.com.tr

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
yayınevi

SALON
yayınları

Kitapmatik®
yayınları

kitapmatik
internet kitabevi

EĞİTİM
kitabevi

BİLİMSEL YAYIN KURULU

Prof. Dr. Metin Işık - Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa Karaca - Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Kazım Özkan Ertürk - Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Serkan Öztürk – Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Simgе Ünlü - Sakarya Üniversitesi

İçindekiler

Bilimsel Yayın Kurulu

III

<i>Türkiye’de Hayvansever Öznenin İnşa Edilme Sorunu ve Temsili</i> Şakir Güler	1-11
<i>Sosyal Medya Çağında Evcil Hayvan Ebeveynliği: Sahiplik Algılarının ve Ebeveynlik Pratiklerinin Dönüşümü</i> Serdar Gezer	12-19
<i>Sosyal Medyada Hayvan Haklarının Temsili: Sokak Hayvanları Haklarının X’te Sunumu Üzerine Bir İnceleme</i> Bünyamin Uzun & Alper Hakan Yavaşcalı	20-35
<i>Sokak Hayvanlarının Biyopolitik Dışlanması: Medya Söylemi, Risk ve Etik</i> Melis Karakuş	36-48
<i>Hayvanları Koruma Kanununa Tasavvufî Bir Yaklaşım</i> Muhammed Uzunyol	49-65
<i>Hayvanları Koruma Kanunu’nda Yapılan Değişiklik Sürecinde Türkiye’de Hayvansever Toplulukların Siyasal Katılım Faaliyetlerinin İncelenmesi</i> Talha Karlıdağ & Miray Aykurt	66-81
<i>Dijital Çağda Sokak Hayvanları Algısı: Sosyal Medyada Maruz Kalınan İçerikler ile Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutumlar Arasındaki İlişkiler</i> İdris Şimşek	82-96
<i>Sokak Hayvanlarının Medyadaki Temsil Politikaları: Türkiye’de Kutuplaşma, Risk Algısı ve Etik Sorumluluklar Üzerine Bir İnceleme</i> Dursun Yılmaz	97-110
<i>Halkla İlişkilerde Sokak Hayvanlarının Temsili ve Algı Yönetimi Stratejileri</i> Simge Ünlü & Ömer Açı	111-127
<i>Posthümanist Halkla İlişkilerde Kamu Yararı ve Paydaş Faydası</i> Feyza Karaboğa & Simge Ünlü	128-141
<i>Türkiye’de Sokak Hayvanlarına Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pratiklerinin Halkla İlişkiler Perspektifinden Değerlendirilmesi</i> Erdal Bilici & Lütfiye Yaşar Bilici	142-160

Türkiye’de Hayvansever Öznenin İnşa Edilme Sorunu ve Temsili

Şakir Güler¹

1. Giriş

Temsil, gerçekliğin inşa edildiği bir süreç sonucunda, dış dünyanın zihinlerimize yansıyan tezahürü olarak yorumlanabilir. Değerlerin, ideolojilerin, grupların, nesnelerin ve kavramların² kültürel zeminde temsili önem arz etmektedir. Gündelik yaşamı, bizler dil vasıtasıyla, (temsiller aracılığıyla) anlamlandırmaktayız (Hall, 1997). Toplum içerisinde cereyan eden asimetrik güç ilişkilerinde kimi şeylerin temsili, egemen erk tarafından belirlendiğinden kültürel devinim içerisinde üretilen anlam da bu güce odaklı bir biçimde kodlanmaktadır. Dolayısıyla gerek söylem çalışmalarında gerek temsil çalışmalarında temel amaç bu eşitsiz cereyan eden güç ve anlam arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Okuduğunuz bu çalışmada da toplumda görece az bir sese, az bir güce sahip olan hayvansever grupların medyada nasıl temsil edildiği sorusuna odaklanılmaktadır. Zira bu gruplar az bir güce sahip olmasına rağmen yüksek bir özveri ile yaşamın her tür için kutsal olduğuna ve korunması gerektiğine inanmaktadırlar.

30 Temmuz 2024 tarihinde kabul edilen 7527 sayılı “Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile Türk kamuoyunda başlayan tartışmalar, hayvanseverler ve toplumun çeşitli kutuplarını karşı karşıya getirmiştir. Öyle ki bu tartışma hayvansever grupların ötekileştirildiği ve damgalandığı söylemleri beraberinde getirmiştir. Çeşitli haber kaynaklarında hatta mevzuat odaklı blog yazılarında dahi ilgili asimetrik temsilin izlerine rastlamak mümkündür. Aktarılan mesajlarda ilgili kanunda yapılan değişiklik etrafıca açıklanırken temel argüman insanmerkezci söylem etrafında kodlanmaktadır. Bu bloglardan birisinde başlık verilirken, yasa parantez içinde “Köpek Yasası” olarak isimlendirilmiştir (Yıldırım, 2025). Belirli bir gruba, türe dikkat çekilerek anlam çerçevelenmektedir. Öte yandan bu çerçeve sosyal medya zemininde gelişen tartışmalarda ise daha saldırgan bir üsluba dönüşmektedir. Sosyal mecralarda hayvanseverleri yoğun bir biçimde hedef gösteren, ötekileştiren ve damgalayan söylemlere rastlanmaktadır (Yaman, 2025). Medyanın bu temsilin üretilmesinde ve yayılmasındaki rolü ayrı bir tartışmanın konusu olmakla birlikte bu çalışmada daha çok hayvanseverlerin medyada nasıl temsil edildiğine ve anlamlandırıldığına odaklanılacaktır (kavramsal bağlamda). Zira hayvanseverler demokratik sistemlerin idealize edilmesi noktasında kamusal alanda aktif ve menfaatsiz siyasal katılım davranışı sergileyen ender bir gruptur (Güler, 2021). Bu bağlamda söz

¹ Doç. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Isparta, sakirguler@yandex.com, Orcid: 0000-0002-7365-6639

² Değerler, ideolojiler, gruplar, nesneler, kavramlar ve özne: yazının devamı boyunca şeyler olarak ifade edilecektir.

konusu grubun deneyimleri temsil ve söylem literatürü açısından da elzemdir. Zira çevreci hareketlerin insanmerkezci bakış açısına karşı duruş sergilediği ve daha kapsayıcı post-humanist bir görüş benimsediği aşıkardır. Tüm bu farkındalığa ve kapsayıcı bakış açısına rağmen medyada hayvanseverlerin negatif boyutta temsil edilmesi, hayvanseverlere dolayısıyla toplumsal birlikteliğe, diğerkâmlığa zarar vermektedir. Öte yandan Tanzimattan günümüze değin (Işın, 1995) kamusal alanda süregiden hayvansever ve hayvan sevmeyenler arasındaki tartışmayı da ideal çizgiden uzaklaştırmaktadır.

Bu bağlamda sunulan yazı üç temel yapıdan oluşmaktadır. Temsil kavramına Stuart Hall'in (1997) modeli üzerinden açıklama getirilerek etraflıca izahatta bulunulacaktır. Ardından Türkiye'de hayvansever olma ve hayvan karşıtlığına tarihsel bağlamda kısaca değinilecektir, böylece tarihsel bağlamda hayvan karşıtı düşüncenin Batı eksenli ecnebilerce geliştirildiği ve toplumsal tabana yayıldığı izah edilecektir. Ardından hayvanseverlerin bu süreci (temsil problemi) nasıl anlamlandırdığına odaklanan bir soruya kuramsal yanıt aranarak çalışma sonlandırılacaktır. Sahip olduğu amacın doğası gereği çalışma dönüştürücü felsefi paradigmayı temel almaktadır ve olgubilimseldir.

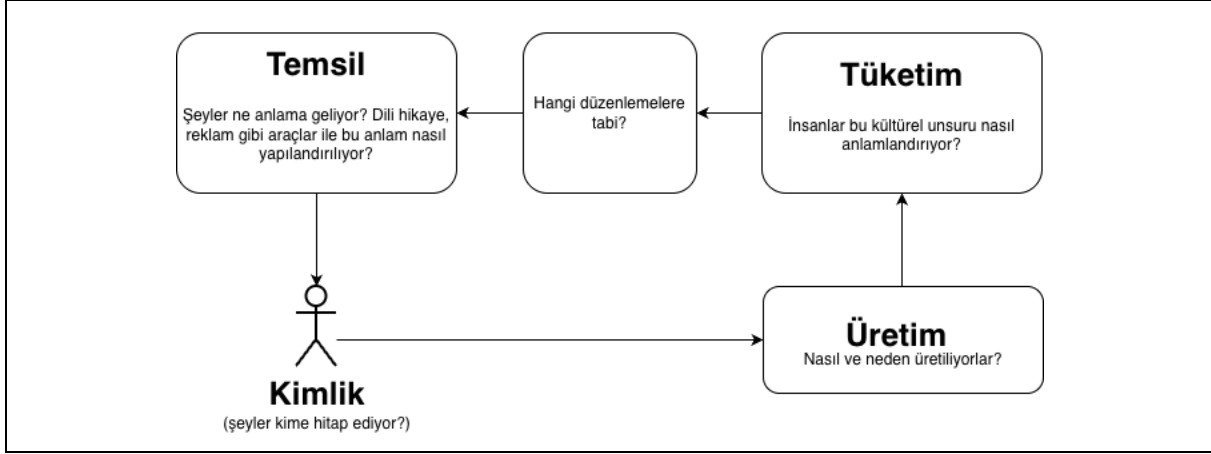
1. Temsil, Hayvansever Özne ve İnşa

Hayvanseverlerin nasıl temsil edildiğine geçmeden önce bu bölümde temsil kavramının kavramsal temellerine yer verilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda Stuart Hall'in teorik çerçevesinden konuya bir açıklama getirilmeye çalışılacaktır. Zira temsil, aynı kültürü paylaşanların zihninde hemen hemen benzer anlamların inşa edilmesine atıfta bulunur. Dolayısıyla temsili anlamak için; kültür, dil, anlam ve "kültürün katılımcılarının" rolüne atıfta bulunularak bir açıklama getirilecektir. Bahsi geçen izlençe doğrultusunda ilk olarak "kültürel" olma kavramının ne anlama geldiğini izah etmek yerinde olacaktır.

Herhangi bir ögenin (nesne, kimlik, fikir) toplumda anlam kazanma sürecini açıklayan "kültürel dolaşım (circuit of culture)" modeline göre bir şeyin yalnızca var olması "kültürel" olabilmesi için yeterli olmamaktadır. Kültürel olabilmesi için onu anlamlı kılan süreçlerden geçerek ve akışta kalarak varlığını devam ettirmesi gerekir. Bu hususta kültürel dolaşım modeli söz konusu akışa dair beş temel aşamaya dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki "temsiliyettir (representation)". Şeylerin ne anlama geldiğine odaklanarak, araçlar (dil, reklam, hikâye vb.) ile bu anlamın nasıl yapılandırıldığına dikkat çekmektedir. Bunu takiben ikinci aşamada kimlik gelmektedir; şeylerin kime hitap ettiği ve kiminle özdeşleştiğine odaklanır. Üçüncü aşamada ise söz konusu şeyin nasıl ve neden üretildiği, üretim sürecinin arkasındaki güçler ve bu güçlerin sağladığı fayda gelmektedir. Dördüncü aşamada ise "tüketim" kavramı ön plana çıkarak insanların bu kültürel unsuru nasıl anlamlandırdığı, bir ürün ya da ideoloji ise neden kullandığı üzerinde durulur. Son aşamada ise bu anlamın ya da kültürel ürünün hangi düzenlemelere tabi olduğu sorunsalı karşımıza çıkarak döngü

tamamlanır. Bu hususta bir şeyin kültürel olabilmesi için bu döngü içinde kalarak yeniden ve yeniden söz konusu sorulara yanıt vermesi elzemdir.

Şekil 1. Kültürel Devinim Modeli – Kültür Döngüsü



Stuart Hall'e (1997) göre temsil, tüm bu kültür döngüsü içinde en önemli an'a karşılık gelmektedir. Zira kültür, katılımcıların etrafında olup bitenleri anlamlı bir şekilde yorumlamasına ve dış dünyaya aşağı yukarı benzer anlamlar atfetmesine bağlıdır. Bu paylaşılan anlamların inşa edilmesinde temsiliyet önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Her kültürde, herhangi bir konu hakkında çoğu zaman büyük bir anlam çeşitliliği ve onu yorumlamanın veya temsil etmenin birden fazla yolu mevcut olmaktadır. Kavram ve fikirlerin (şeylerin) yanı sıra duygular ve bağlanmalar da kültürün önemli bir parçasını, özünü oluşturmakta ve insanlar kültürün içindeki anlamların katılımcılarıdır. Hangi anlamın ne yönde seyredeceğine yine bu katılımcılar karar vermektedir. Kavramlara anlam verme pratiğimiz, onları kullanım şeklimiz, dile getirdiğimiz söylemler, onlar hakkındaki düşüncelerimiz ve hislerimiz kültürel anlamları oluşturur. Kültürel öğelerin günlük pratiklere entegre edilme şekli, onları kullanım tarzımız anlamı inşa eder. Hall'in (1997) benzetmesini kullanacak olursak "bir tuğla ve bir harç yığınına "ev" yapan şey bu malzemeleri kullanım /temsil ediş biçimimizdir; bir evi yuva yapan şey ise onun hakkındaki duygularımız, düşüncelerimiz ve söylediklerimizdir." (s.9).

Bu açıdan düşünüldüğünde toplum içerisinde kültürel alanda hayvansever olma ediminin ne anlama geldiği, nasıl anlamlandırıldığı, kimlerin hayvansever olduğu ve hayvan sevmeyenlerin de dahil olmak üzere toplumun hayvanseverliği nasıl çözümlediği' önem arz etmektedir. Bu döngü içerisinde hayvanseverlik temsili sürekli yeniden üretildiği de göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim sabah haberleri kuşağında "bir köpeğin bir çocuğa saldırdığıyla ilgili haberlerin" sunuluşu toplumda negatif kodlu bir hayvanseverlik temsili üretmekteyken sahadaki bir çocuğun sokak kedilerini beslemesi, barındırması, şefkat göstermesi (gerçeğin müdahalesiz sunumu) pozitif bir hayvanseverliği temsil edebilir. Bu iki temsilin birbiriyle örtüşmediği aşıkardır. Üstelik medyada, negatif hayvanseverlik (köpek saldırısı vb) temsili sık sık inşa

edildiği bariz bir gerçektir. Bu durum egemen ideolojinin toplumsal zemindeki temsili, söylemi kendi bakış açısı ile inşa ediyor oluşunun, şekillendiğinin bir göstergesidir (Oskay, 2003, s.10-11). Egemen erk¹ ideolojik aygıtları ile temsile biçim vererek belirli bir anlatı kurgulamaktadır. Kültürel döngü içerisine sokulan bu anlatılar, imajlar (kavramlar) genelde toplumun dış dünyayı anlayışını, özelde ise hayvansever olma temsili etkilemektedir. Egemen erkin temsil çerçevesinin dışına çıkabilmek için şu sorular sorulabilir; Medya niçin sokak hayvanlarının kısırlaştırılmasında ve rehabilite edilmesinde kurumların sorumluluğunu sorgulamıyor? Haberlerde neden hayvansever dışındaki paydaşlara yeterince yer verilmiyor? Neden barınaklarda yeterince hayvanseverler istihdam edilmiyor? Neden hayvanlar barınaklarda yaşamak zorunda?(...) Bu sorular medyada çarpıtılmış temsillerin aksine farklı bir gerçekliğe kapı aralayabilir. Descartes'in hayvanları insanlardan ayırarak bir makine gibi değerlendirdiği günden bu yana ne yazık ki antroposentrik bakış açısı sisteme nüfuz etmiş durumdadır (Berger, 2015, s.10-11).

Nitekim antroposentrik anlayışın egemen olduğu günümüzde dahi, sahipsiz veya güçten düşmüş hayvanların kısırlaştırılması ve bakımlarının yapılması hususunda, bakımevlerinin kurulmasında ve yerinde yaşatma gibi sorumluluklarda 5199 sayılı kanun ile yurttaşların (hayvanseverler) dışında belediye gibi kurumsal yapılara da önemli sorumluluklar yüklenmektedir (Resmi Gazete, 2004). Üstelik bu kurumlar belirli bütçe ve fonlara da sahiptir. Büyükşehir, il ve nüfusu 25 bini geçen belediyeler bütçe gelirlerinden binde 5, binde 3 ve ihtiyaç duyulduğunda %40'a dek hazine desteği gibi destekler alabilmektedir (Resmi Gazete, 2024; 2025). Fakat medyaya yansıyan talihsiz olaylar aktarılırken (inşa edilirken, çerçevelenirken) hayvanseverlerin söz konusu olaydan sorumlu olduğuyla ilgili bir ambalaj (ima) habere giydirilmektedir. Bu durum toplumda var olan hayvansever ve sevmeyen gruplar arasındaki tartışmayı alevlendirmektedir.

Üstelik bahsi geçen tartışmanın kökeni oldukça eskidir ve hayvan karşıtlığı modernleşmenin bir uzantısı olarak inşa edilmiştir.

2. Türkiye’de Hayvansever Olmanın Kökeni, Dinamikleri ve Dönüşümü

Tanzimattan günümüze değin kamuoyunun gündeminde sokak hayvanları üzerinde bir tartışma süregelmektedir. Bu tartışmanın temel sebebi Osmanlı döneminde dahi Türk kültürünün sokak hayvanlarını merhamet ekseninde benimseyip şehrin ve yaşamın bir parçası olarak görmelerinden kaynaklanmaktadır. Işın'ın (1995) aktarımıyla manevi hayat çizgisinde yaşamayı benimseyen Osmanlı insanı sokak hayvanlarına karşı beslediği merhamet duygusunu kendi iç dünyasındaki huzurun bir parçası olarak değerlendirmekteydi. Buna karşılık Avrupalı gezginlerin notlarında aktardığı üzere o dönemlerde Batı, Osmanlı şehirlerini bir nevi hayvanat bahçesi gibi hor görmektedir. Karşılaştığı manzarayı yadırgayan Batılılar, aynı zamanda hayvanları bile toplumsallaştıran Türk kültürünün inceliklerine karşı merak duygusu da besleyerek

¹ Temsil ve söylem araçlarını elinde bulunduran kademe.

bu manzarayı anlamlandırma gayreti içerisinde girmişlerdir. Yine Işın'ın (1995) aktarımına göre 1806 Paris-Kudüs yolculuğuna çıkan Chateaubriand İstanbul'a geldiğinde İstanbul'u üç temel özelliğe ithafen tanımladığı görülmektedir. Bunlar; ıssız sokaklar, tekerlekli arabaların olmayışı ve kalabalık köpek nüfusu' olarak kayıtlara geçmiştir. İlgili yıllarda İstanbul, ana yollar ve pazarlara giden kesişim yolları dışında oldukça ıssız bir manzaraya sahiptir. Bu ıssızlık sokak hayvanlarını toplumsal yaşama kazandıran bir fırsat sunmuştur. Öte yandan insanların hayvanlara karşı beslediği merhamet duygusu mancacılık gibi bir mesleğin doğuşuna vesile olmuştur. Mancacılar Osmanlı'da bir sırık üzerine dizilmiş ciğer, dalak ve türevi sakatatları sokak hayvanlarına ikram eden kimseleri nitelendirmekteydi. Bu sakatatlar yine yerel halkın mancacılarla bağışladığı bağışlardan oluşmaktaydı. Bu yardımlar kimi zaman para şeklinde de yapılabiliştir (Menekşe, 2022). Bununla birlikte Osmanlı insanının sokağa mesafeli cumbalı evlerde mahrem dairede yaşamayı önceleyen bir inanç dünyasına sahip olduğunu da belirtmek gerekmektedir. Bu faktörler diğer canlıların da şehrin dokusuna uyum sağlamasına ve bir ahenk oluşmasına aracılık etmiştir (Işın, 1995).

Söz konusu düşünce sisteminin bir uzantısı olarak klasik dönem Osmanlı şehir hayatında sokak; kimsesizlerin, meçhullerin yurdu olarak tasavvur edilmiştir. Sokak dışında üç temel yaşam dairesi daha tasvir edilmektedir. Bunlardan ilki ailenin yaşamını güvence altına alan kutsal mabetler (sivil konutlar) iken ikincisi yine bu aile üyelerinin dini vecibelerini icra ettiği, cem oldukları camilerdir. Üçüncü mekân ise ticari iş hayatının yürütüldüğü çarşılar olarak karşımıza çıkar. Dolayısıyla bu işlevsel mekanlarda mesai harcayan Osmanlı-Türk toplumu sokağa uzak kalmıştır. Tüm bu uzaklığa ve ulemanın sokak hayvanlarını (köpekleri) mekruh olarak nitelendirmesine rağmen Türk toplumu sokak hayvanlarını merhametle kucaklayarak onları gözetlemiş, kol kanat germiştir. Mahalle aralarında barınaklar, yalaklar ve su çeşmeleri yapılarak sokak hayvanlarının rahatça yaşamaları hedeflenmiştir. Öte yandan İstanbul'un her bölgesinde aynı rahat koşulların varolduğu söylenemez. Galata-Pera gibi Levantenlerin¹ yaşadığı bölgelerde sokak hayvanlarının muhtelif işkencelerle ya da zehirli etler verilerek öldürüldüğü ve aç bırakıldığı da aktarılmaktadır. Ecnebler Türklerin kendilerini engellediğini, sokak hayvanlarından kurtulmak için parayla kayık tutup hayvanları karşı adalara götürdüklerinden bahsetmektedirler. Doğu toplumu hayvanları sokağa ait bir parça (sokak hayvanı) olarak görmekteyken Batı ise yalnızca belirli türleri eve ait (ev hayvanı) olarak değerlendirmektedir. Batılılar pragmatist dünya görüşleri ile Türk insanının (Doğunun) hayvanlara verdiği değeri görmek istemeyerek bu hayvanların sokakta yaşayabiliyor olmasını, işlevsel rollere bağlamaktadır.

¹ Levantenler: Kelime olarak Levanten, Fransızca bir kelime olan "Lever"den türemiştir. Doğmak ve Doğu anlamlarına gelmektedir, yaygın olarak Doğu Akdeniz ülkelerini ve insanlarını tasvir etmek için kullanılmaktadır. Avrupalı ailelerden gelen ve İstanbul-İzmir civarına yerleşen kimseleri tanımlamaktadır. Osmanlıdaki yerli azınlıklar ile Batı'dan gelen azınlıklar arasındaki ayrımı vurgulamak amacıyla kullanılmıştır. Levantenler İngiliz, İtalyan, Fransız, Macar ve Slav kökenlerine mensuptur. Osmanlı'da bürokrasi ve ticari yaşamda oldukça etkin hareket alanına sahip olduklarıyla da bilinmektedirler (Çakıcıoğlu, 2007).

Muhtemelen sokaklardaki hayvanların artıkları yiyerek çevreyi temizlediğini ve buna benzer rolleri sayesinde sokaklarda bulunabildiklerini düşünmüşlerdir. İlerleyen dönemlerde 19. yüzyıla gelindiğinde batılılaşma hareketleri ile sokak hayvanlarına yönelik bakış açısı ülkemizde de değişmeye başlamıştır. İnsanların sokağa inmesiyle dışarıdaki hayat Batının standartları ile mukayese edilmiştir. Bu değişimde Batı kültüründen etkilenen sorumluların rolü büyüktür (Işın, 1995). Cevdet Yılmaz da bu kimselerdendir. II. Abdulhamid döneminde Batıda yaşanan gelişmelere (özellikle bilimsel gelişmeler, askeri sistem ve idari sistem) ayak uydurabilmek amacıyla kurulan Harbiye, Mülkiye ve Askeri Tıbbiye programları arasında Askeri Tıbbiyeden mezun olmuştur. Cevdet Yılmaz, genel kanaatin aksine Devlet-i Aliyye'nin yalnızca Batı'daki belirli alandaki dar gelişmeleri örnek alarak gelişim gösteremeyeceğini Batı'daki tüm yeniliklerin ve kültürel uygulamalar da dahil olmak üzere her hususun bütüncül olarak örnek alınması gerektiğini iddia etmiştir. Bu noktada sokak hayvanlarının itlafını desteklemiştir (Sümer, 2021). Benzer şekilde Avrupa'ya eğitim almaya gönderilen öğrenciler, bürokrat olarak memlekete geri döndüğünde ülkenin dar sokakları, eski evlerin harabe görüntüsü ve diğer belediyeciliğe dair eksiklikler "bu yeni nesil aydınları" rahatsız etmeye başlamıştır. Tüm bu durumların üzerine bir de sokak hayvanları konusu gündeme geldiğinde ülkenin bürokrasisine sirayet eden Batı zihniyeti, (Jön Türkler) hayvanların sokaklardan arındırılması konusunda sert adımlar atmışlardır (Işın, 1995). Bu adımlardan birisi tarihe "Hayırsızada" Vakıası olarak geçen, 1910 yılının baharında 80.000'in üzerindeki sokak köpeğinin belediyeler vasıtasıyla toplatılarak Sivriada'ya götürülmesi olmuştur. Adada ölüme terk edilen köpekler açlıktan birbirlerini yiyerek itlaf olmuşlardır. Bu noktada her Batılı'nın da aynı hissetmediğine dikkat çekmek adına, Alman kraliçesinin dönemin Jön Türk hükümetine telgraf çekerek, adada açlıkla can çekişen köpeklere merhamet edilmesini rica ettiğini de ifade etmek gerekir (Yıldırım, 2024).

Bu öldürme ediminin arka planını anlamak için kapitalist sistemin dayattığı ekonomik ve sosyal yörüngeleri anlamlandırmak gerekir. John Berger (2015) sanayi devriminin icadı olan motorların keşfedilmesiyle birlikte artık yük taşıyan ya da evlerimizin bahçesinde güvenliğimizi sağlayan hayvanlara ihtiyaç kalmadığını ve insan merkezci bakış açısının hayvanları yok saydığına, onları yok etme eğiliminin gelişim gösterdiğine dikkat çeker. Hayvanların görüş alanımızdan çıktığı bu dönemde kentleşme giderek artmış ve çarpık yapılar doğal yaşam alanlarını tehdit eder hale gelmiştir. Bu durum doğal yaşam alanlarındaki hayvanların da zor koşullarla yüzleşmesine neden olmuştur. Kapitalist sistem üretim sürecinde rol almayan her canlıyı kademeli olarak ayrımcılığa maruz bırakmıştır. Hiçbir fayda sağlamayanları ise öldürmüştür. Önce sokak hayvanları, sonra güçsüz insanlar bu acımasız çarkın dişlerinde ezilmektedir. Nitekim Berger (2015) bu çağda doğal yaşam alanlarında nesli yok olan onlarca hayvana karşılık, evcil hayvan üretiminde ise artış yaşandığına dikkat çekmektedir. Geriye sağ kalan yaban hayatının ise milli parklara ve av koruma alanlarına hapsedildiğini de ekler. Evcilleşen ve üretim bantlarına çıkan hayvanlar ise kapitalist zihniyetin biçtiği değer ile bir ürün mal gibi muamele görmektedirler.

Ayakları toprak yerine tel kafeslere temas eden tavuklar, hiç güneş ışığı görmeyen inekler, sırf insanlara daha sempatik gelsin diye (burnu, yüzü vs) genetik kodu değiştirilen pet hayvanları ve daha niceleri özel olarak tasarlanmış ağıllarda kesimlerine ya da satışlarına dek beslenmekte acı içinde bir yaşam sürerek doğalarından koparılmış vaziyettedir.

Bu gelişmeler sevgi ve empati odaklı bir kültürün varisi olan Türk insanın değerleriyle ve vicdanı ile uzunca bir süredir çatışma halindedir. Yaratılanı Yaradan'dan ötürü hoş gören mayanın gereği sokak hayvanlarının bakımını ve rehabilitesini üstlenen Türk insanı, ne yazık ki kapitalist düzenin güdümüyle kurumlar aracılığıyla bu iyi niyetli etkileşimden koparılma istenmiştir. 1910'lu yıllarda Hayırsızada vakasından itibaren sistematik olarak kurumlar, sokak hayvanlarını toplumsal yaşamdan koparma politikasını benimsemiş gibi görünmektedirler (Işın,1995). Bu politika gereği hayvanların sokakta iyi yaşayabilmelerinin yerine "iyi" şekilde öldürmesini salık veren yöntem ve teknik arayışları gündeme gelmeye başlamıştır. İnsan ve hayvanların etkileşimini sınırlandıran mekânsal ve zihinsel düzenlemeler (Yıldırım, 2024, s.883) medyada sunulan saldırgan hayvan imgeleri ve temsillerin üretilmesine aracılık etmiştir. Bu temsillerin bir gereği olarak kamuoyunu ikna etmeye yönelik stratejik söylemler üretilmeye başlanmıştır (Yıldırım, 2024, s.883). Öldürme yerine "uyutma", kedi-köpek yerine "başiboş köpek, başiboş kedi" gibi söylemler inşa edilmiştir. Üstelik bu gayri insanı politikaları eleştiren hayvanseverlerin sesini kısmak için de hayvanseverler "ittapar", "köpeksever" gibi etiketler ile anılmaya başlamıştır. Ne yazık ki Yıldırım'ın (2024) da dikkat çektiği üzere günümüz Türkiye'sinde bu söylemler sokak hayvanlarını ortadan kaldırmaya yönelik bir rıza üretiminden başka bir şey değildir.

Bu hususta temsil kavramına geri dönerek "kültür" üstünde durmak yerinde olacaktır. Basitçe ifade etmek gerekirse, kültür 'paylaşılan anlamlardan ibarettir. Dil vasıtasıyla nesnelere olaylara olgulara atfedilen 'anlamlandırmalar' ve değiş tokuş edilen anlamlar kültür havuzunu besler, inşa eder. Anlamlar ancak ortak dil vasıtasıyla paylaşılabilir. Bu nedenle dil, anlam ve kültür için başat öneme sahiptir ve her daim kültürel değerlerin ve anlamların ana toplanma yeri olarak işlev görür (Hall, 1997, s.11-12). Dolayısıyla hayvanseverlik ve sokak hayvanı imgelerine dair kavramsal anlam, kültür içerisinde dolanan mesajlarla sürekli bir üretim halindedir. Türk kültürü içinde dolaşan hayvanseverlik algısını ve medyada temsil edilen hayvansever temsiliyi idrak edebilmek için başkalarınca (özellikle kurumsal araçlarla) üretilen anlamın dikkatlice çözümlenmesi elzemdir. Ilımlı hayvanseverlik politikalarını ve kolay ölümü süslü cümlelerle ambalajlayan medyadaki ideolojiye daha yakından bakmak gerekmektedir. Zira medyada üretilen hayvansever imgesi her tüketildiğinde hayvanseverliğe dair ortak kod da yeniden egemen (Batı) ideoloji doğrultusunda üretilmektedir. Diğer bir ifade ile medya mevcut bir kavramsal anlatıyı alıcıya iletirken kodlarına nüfuz ederek kavramı zihinlerde dönüştürebilir, pozitif bir anlatıyı negatif dairede yeniden kodlayabilir. Yahut negatif bir anlatıyı pozitif bir ambalaj ile gizleyebilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye’de hayvanseverliğe yönelik bakış açısının tarihsel çizgide ilk olarak resmi otoritenin dimağında değiştiğini (hayırsız ada sürgünü vs.) ve kamuoyunun bu tutuma direnç gösterdiği yorumunda bulunulabilir. Söz konusu toplumsal direnç medyada üretilen anlam ve temsiller yoluyla dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Egemen erk’in bakışının insan merkezci olduğu, bu nedenle üretilen söylemlerin ve hukuki normların da hayvanları ikinci kategoride değerlendirdiği aşikardır. Bu minvalde hayvanseverler, egemen bakışa karşı alternatif söylem ürettiğinden medyada hayvanseverler itibarsızlaştırılmakta, ötekileştirilmekte, yer yer damgalanmaktadır. Nitekim kamuoyunda da hayvan karşıtı tezler günümüzde ciddi oranda kabul ve destekçi görmeye başlamıştır.

3. Çatışmalı Hayvansever Temsillerinin Medyaya Yansıması

Türkiye’de hayvansever olma edimi bir önceki bölümde de izah edildiği üzere toplumun empati, sevgi ve şefkat gibi yatkınlıklarını içeren, doğaya sevgi ve saygı gösteren bir kültürel mirasın aktarımıyla ilgilidir. Bu miras Türk toplumunun gerek göçebe geçmişindeki hayvanlarla içli dışlı doğasından gerek dini temeller üzerinde hayvanseverlik öğretisini içselleştirmesinden beslenerek günümüze dek aktarılagelmiştir. Orta Asya’da İslamiyet’ten önceki köklerimizde dahi çevreci ve kapsayıcı bir bakış açısı hakimdir. Her canlıya (hatta cansız olarak nitelendirilen doğa öğelerine de) bir anlam addedip onun kutsal ve manevi bir temsile sahip olduğuna dair inanç mevcuttu. Öyle ki bu güçlü inanç birikimi¹, Türk toplumunun vatan sevgisi olarak adlandırdığı kutsal duygunun temellerini oluşturmuştur (Birdoğan, 1998, s.59). İslamiyet ile birlikte doğa ve canlılara gösterilen bu merhamet bir sünnet halini alarak Türk kültüründe hayvanseverlik, önemli bir yapı taşı olarak yer almıştır. Bununla birlikte hayvanseverliği ortaya çıkaran referansların çeşitlilik gösterdiğini hepsinin dini olmadığını da belirtmek yerinde olacaktır.

Günümüze gelindiğinde hayvansever grupların bu iç dinamiklerini halen korudukları, empati ve merhamet odaklı faaliyetlerini politik alanda da sürdürdükleri görülmektedir. Güler (2021) tarafından 524 hayvansever üzerinde yapılan bir araştırmada hayvanseverlerin güçlü bir grup bilincine sahip oldukları, kolektif hareket ettikleri ve dijital medya kanallarında menfi bir çıkar gözetmeksizin hayvanların haklarını savunma gayreti içerisinde bulundukları tespit edilmiştir. Dahası hayvansever grupların politik alandaki bu siyasal katılım davranışlarının toplumdaki birçok gruba nazaran daha güçlü olduğu aktarılmaktadır. Toplumsal alandaki diğer grupların siyasal katılım davranışlarını menfi çıkarlar güdülemekteyken söz konusu araştırmada ifade edildiği üzere hayvanseverlerin yarısından fazlasının düzenli bir gelire sahip olmadığı (n288) tamamıyla empati gibi iç motivasyon kaynakları ile hareket ettikleri anlaşılmaktadır.

Tüm bu özveri ve fedakârca tutuma karşın toplum kademesinde “hayvansever” olma niteliğinin hak ettiği biçimde temsil edilmediği ve çoğu zaman hayvanseverlerin

¹ Su ve doğa parçalarına gösterilen hürmet: yer-su kültü, ağaç ve orman kültü, dağ kültü benzeri değerler.

damgalandığı da aşıkardır. Özellikle dijital mecralarda 'ittapar', 'köpek tapar' ve benzeri ifadelerle hayvanseverlik, irrasyonel bir inanç biçimi ya da toplumsal tehdit olarak çerçevelenmektedir. Bu tür söylemler, hayvanseverleri meşru kamusal aktörler olmaktan çıkararak ötekileştirmekte ve taleplerini değersizleştirme amacı gütmektedir. Her ne kadar egemen erk hayvanseverlik kavramını dar ve insan merkezci bir alana sıkıştırmak istese de hayvanseverler söz konusu negatif temsili kabul etmeyerek sahada aktif katılım davranışları sergilemektedirler. Bu hususta sosyal platformlarda patlak veren tartışmalarda hayvanseverlerin geliştirdiği söylemler "hayvanseverlerin" zihnindeki "hayvanseverlik" temsili anlamlandırma açısından ya da bu damgalamaya karşı verilen mücadelenin görünür kılınması açısından önem taşımaktadır. Damgalanmanın ve ötekileştirilmenin hayvanseverlerin psikolojileri üzerinde oluşturduğu negatif etki, söylemler üzerine de yansımaktadır. Bu sert tepkiler ve yanıtlar dikkate alındığında hayvanseverlerin sistematik bir dışlanma ile yüzyüze olduğu açıkça görülebilmektedir.

Her ne kadar bu yazıda kavramsal bağlamda bir tartışma yürütülmüş olsa da bazı örneklerle yer vermek, anlatıyı somutlaştırmak adına yerinde olacaktır. Bu minvalde sosyal medya platformu X'te yürütülen tartışmalarda genelde hayvan sevmeyen grupların; hayvanların toplu yaşam alanlarında (Karadağ, n.d), metro duraklarında (Bahtiyar, n.d), sokaklarda insanlar için tehdit oluşturduğuna yönelik argümanlar oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bu paylaşımlarda hayvanseverlerin damgalandığı ve tahrik edildiği aşıkardır. Söz konusu gönderilerin altındaki yorumlar incelendiğinde .gif uzantılı postlarda sık sık kemik resmi gibi tahrik edici paylaşımlar yapıldığı, hayvanseverlere hakaret edildiği görülmektedir (Bahtiyar, n.d). Hayvanseverlerin ise yer yer sert bir üslup takınarak hayvanların zor koşullarda bir yaşam sürdüğüne dikkat çektikleri ve politika yapıcıların gerekli sorumlulukları almadığına dikkat çektikleri gözlenmektedir.

Hayvan sevmeyen paylaşım örneği: "Mesut Bahtiyar @Mesutt_Bahtiyar Bunun adı hayvan sevgisi değil, katmerli **** çocukluğudur. #KöpekTerörü"

Hayvanseverin tepki yorumu: "Grkmdmn @emekgdy Tüm kalbimle Allahtan sokaklarda titremeni ve bir avuç yeme muhtaç olmanı dilerim."

Kaynak: (Bahtiyar n.d ve Grkmdmn, n.d).

Sosyal medya platformlarının hayvanlara ilişkin içeriklerde oynadığı rol, hayvanseverlere yönelik damgalayıcı söylemlerin görünürlük kazanmasında da belirleyici olmaktadır. Fakat negatif etkiler bununla sınırlı değildir. Sosyal Media Animal Cruelty Coalition (SMACC) tarafından yayımlanan güncel bir rapora göre, 2024 yılı içerisinde çevrimiçi ortamda şüpheli hayvan istismarı içeren 80.000'den fazla bağlantı raporlanmış; bu içeriklerin %87,5'inin Facebook platformunda yer aldığı tespit edilmiştir. Daha da dikkat çekici olan husus, raporlanan içeriklerin yalnızca %36,3'ünün platformlar tarafından kaldırılmış olmasıdır. Bu durum, dijital mecralarda hayvanlara yönelik şiddetin ve buna eşlik eden nefret temelli söylemlerin yeterince denetlenmediğini ve normalleşme riski taşıdığını göstermektedir (World Animal

Protection, 2025). Dolayısıyla hayvanseverleri demoralize eden ve olumsuz etkileyen hususların yalnızca damgalayıcı içeriklerle sınırlı olmadığı aynı zamanda hayvanlara yöneltilen şiddetin de “hayvanseverlik” tutumunu pekiştirdiği ifade edilebilir. Tüm bu mevcut tabloya rağmen gerek geleneksel medyada gerek sosyal medyada hayvanseverlik temsili egemen anlatı tarafından dönüştürülmek istendiği, hayvanseverlerin bu insanmerkezci anlatıya karşı direnç gösterdiği yorumunda bulunulabilir. Yazı genelinde bu sav temsil aracılığıyla görünür kılınmaya çalışılmıştır.

Sonuç Yerine

Berger’in (2015) ifade ettiği üzere kapitalist düzende hayvan imgesi özünden koparılıp hayvanat bahçesinde kontrol altında tutulan bir minyatüre, temsile dönüştürülmüştür. Medyada yer alan söylem ve paylaşımlar incelendiğinde benzer bir dönüşüm sürecinin Türk toplumu üzerinde “hayvanseverlik” kavramı için de yapılmaya çalışıldığını göstermektedir. Zira hayvanseverlik konusunda gerek tarihsel tutumumuz gerek vicdani ve bilimsel çıktılar hayvanların da tıpkı insanlar gibi doğanın bir parçası olduğu görüşünü desteklemektedir. Buna karşılık medya aracılığıyla üretilen temsiller “hayvanseverlik” kavramına yönelik anlamın ötekileştirildiği ve dışlandığı bir çerçeveyi dikte etmektedir. Diğer bir ifade ile hayvanseverlik kavramının negatif dairede toplum tarafından dışlanan bir çizgide yeniden inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu sistematik ve acımasız inşa neticesinde hayvanseverlerin keskin ve kollektif davranış kalıpları geliştirdiği, yer yer sert üsluplar takındığı buna rağmen sahip oldukları özgeci tutumdan vazgeçemedikleri anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda söz konusu sistematik dışlamanın görünür kılınması adına yeni araştırmaların yapılması, özellikle ampirik saha araştırmaları ile medyadaki asimetrik temsil kaynaklarına projeksiyon tutulması gerekmektedir. Çalışmanın ilk bölümünde de değinildiği üzere temsil kültürel döngüde en önemli an’a karşılık gelmektedir. Kültürün ortak katılımcıları bir anlam (hayvanseverlik) üzerinde hemfikir olmadığında bu durum kamusal alanda kaçınılmaz suretle bir tartışmanın çıkışına aracılık etmektedir. Bahsi geçen çatışmalı kamusal alanda post hümanist bir yaklaşım ile mevcut durumun bir analizi yapılmaya çalışılmıştır.

Kaynakça

- Bahtiyar, M. [@mesutbahtiyar]. (n.d). Replies [X profile]. X. October 18, 2025, from https://x.com/Mesutt_Bahtiyar/status/1996114258921136378
- Berger, J. (2015). About looking. Bloomsbury Publishing.
- Birdoğan, N. (1998). Anadolu Aleviliğinde çevre sevgisi. *Gazi Üniversitesi Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Merkezi Hacı Bektaş Veli Dergisi*, 6, 59-76.
- Çakıcıoğlu, R. O. (2007). Levanten kavramı ve Levantenler üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (22), 337-356.
- dusuncell [@dusuncelxx]. (n.d.). Post [X profile]. X. October 18, 2025, from <https://x.com/dusuncelxx/status/1996128425275163103>

- Güler, Ş. (2021). Dijital iletişim mecralarında dezavantajlı türlerin sesi olmak: hayvanseverlerin siyasal katılım faaliyetleri üzerinde empati ve grup bilincinin rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2021(56), 142-164.
- Hall, S. (Ed.). (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. SAGE Publications.
- Işın, E. (1995). Dört ayaklı belediye, ya da İstanbul köpekleri. İstanbul'da Gündelik Hayat içinde. Yapı Kredi Yayınları.
- Karadağ, A. [@Dr_Akaradag23]. (n.d.). Post [X profile]. X. Retrieved October 18, 2025, from https://x.com/Dr_Akaradag23/status/1995721556845003247/photo/1
- Menekşe, M. (2022). Osmanlı medeniyetinde hayvan sevgisinin mesleğe dönüşümü: mancacılık. *Sdü Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 84-101.
- Oskay, Ü. (2003). Önsöz. İçinde Çoban, B. (Eds.) Söylem ve ideoloji - mitoloji, din, ideoloji. Su Yayınları.
- Resmî Gazete (2004). 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu. Türkiye Cumhuriyeti Resmî Gazete, Sayı: 25509.
- Resmî Gazete (2024). 7527 sayılı Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. Resmî Gazete, E-14399437-622.02-11841804. (5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'na eklenen Geçici Madde 4).
- Resmî Gazete (2025, 21 Şubat). 5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu Geçici Madde 4'ün Üçüncü Fıkrasının Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar (Sıra No: 93) Tebliği. 32820.
- Sümer, M. (2021). Osmanlı modernleşmesini hayvanlar üzerinden okumak: abdullah cevdet'in istanbul'da köpekler risalesi. 5(4), 2628-2652. <https://doi.org/10.34083/akaded.997409>
- World Animal Protection. (2025). Facebook leads in hosting animal cruelty content, new report reveals [Report]. <https://www.worldanimalprotection.org/>
- Yaman [@muratyaman1071]. (2025, December). Başiboş köpeklere tapan ve onları aşırı derecede yüceltenler "Kutsal Başiboş Köpek Sendromuna" yakalanmış RUH HASTALARIDIR! Bunlar özellikle çocuklardan nefret ederler. Bu mizantropoların acilen tedavi altına alınmaları ŞARTTIR!!! [Post]. X. <https://x.com/MURATYAMAN1071/status/1996954107949596938>
- Yıldırım, M. (2024). Sürgünden İtlafa, "Mahallinde Öldürmeden" Ötanaziye: Hayırsızada Vâkâsının Ardından İstanbul'da Sokak Köpekleri. *REFLEKTİF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 879-919. <https://doi.org/10.47613/reflektif.2024.195>
- Yıldırım, U. (2025, October 30). Yeni sokak hayvanları yasası (köpek yasası). <https://kadimhukuk.com.tr/makale/yeni-sokak-hayvanlari-yasasi-kopek/>

Sosyal Medya Çağında Evcil Hayvan Ebeveynliği: Sahiplik Algılarının ve Ebeveynlik Pratiklerinin Dönüşümü

Serdar Gezer¹

Giriş

Evcil hayvanlar modern dünyada her geçen gün ailenin bir ferdi olarak kabul edilmekte ve onların bakımı, beslenmesi, temizliği, sağlık ihtiyaçları düşünüldüğünde insanların “ebeveynlik” kavramını giderek artan oranda sahiplendiği görülmektedir. “Evcil hayvan ebeveynliği” kavramı ailenin bir ferdi olarak kabul edilmiş evcil hayvanın ihtiyaçlarına, onunla olan etkileşime ve ilişkiye para, zaman ve duygu yatırımı olarak tanımlanmaktadır (Volsche, 2018). Kimi aileler tarafından ise evcil hayvanlar sahip olunan bir varlık olarak kabul edilebilmektedir. Bu iki yaklaşım aslında insana ve hayvana yönelik merkezîyetçi bakışın sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğaya ve hayvanlara ilişkin içkinî anlayış hayvanları da insanları da doğanın bir parçası olarak değerlendirirken; insan dışındaki varlıkların ve doğanın insanın hizmetkârı olduğuna yönelik bilinci paylaşan aşkîncî yaklaşım ise insanı biricikleştirip varlığın merkezine yerleştirmektedir. En temelde bu iki perspektifin izlerini barındıran evcil hayvan sahipliği ve evcil hayvan ebeveynliği olguları günümüzde ebeveynlik tarafına doğru meyletmektedir. Bu olgunun ortaya çıkmasında ise postmodern dünyada genel anlamda epistemolojik değişimin ve paradigma dönüşümünün izleri sezilebilir. İnsan merkezci (antroposentrik) anlayışın yerini doğanın bir parçası olarak insan anlayışının alması, spritüel inanç ve pratiklerin yaygınlaşması, geleneksel çağdan ödünç alınan normların sorgulanması, ekonomik güçlüklerin yeni yaşam biçimleri ve yaşam mantığı arayışlarına neden olması gibi paradigma değişimleri çağımız insanın her alanda yaşam pratiklerini ve normatif kabullerini dönüştürmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda insan çocuk ebeveynliği ve evcil hayvan ebeveynliği pratiklerinde de değişim ve dönüşümler görülmektedir. Bu bağlamda bu kitap bölümü çağımızda evcil hayvan-insan etkileşimine yönelik sahiplik ve ebeveynlik pratiklerini değerlendirecek, etkileşimlerin hangi pratikle açıklanabileceğini ortaya koymaya çalışacak, daha sonra sosyal medya platformlarının evcil hayvan ebeveynliğine etkisini çeşitli boyutlarıyla irdelleyecektir.

Ebeveynlik mi sahiplik mi?

Evcil hayvan sahipliği olgusunun tarihi yüzlerce yıl öncesine kadar gitse de insanların para, zaman harcamaları ve duygusal olarak onlara bağlanmaları nispeten yeni bir olgudur. Bununla birlikte son yıllarda insanların evcil hayvanlara yönelik artarak

¹ Doç. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Isparta, mail: serdar.gezer@outlook.com Orcid: 0000-0002-8639-3831

devam eden duygusal bağlarını ve evcil hayvanlara yönelik sahiplenme ve ebeveyn olma pratiklerini inceleyen araştırmalar yapılmaya başlanmıştır (Volsche, 2019, 129). Evcil hayvan ebeveynliğinin Amerika Birleşik Devletleri, Batı Avrupa ülkeleri ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerde sayıca fazla olduğu; bununla birlikte en çok sahiplenilen evcil hayvanın köpekler olduğu; bunu da kuşların, kedilerin ve sürüngenler gibi diğer hayvanların takip ettiği yapılan araştırmalarda ortaya çıkan verilerdir. Dahası kent merkezlerinde ve metropollerde yaşayan insanların ve insan çocuk sahibi olmamayı gönüllü olarak tercih edenlerin evcil hayvan sahibi olma tercihlerinin daha yaygın olduğu görülmektedir (Gray&Young, 2011).

İnsanların günümüzde evcil hayvanlar olarak kabul edilen türlerden olan ve ilk evcilleştirilmiş tür olan köpeklerle etkileşiminin yaklaşık kırk bin yıl önceye kadar uzandığı tahmin edilmektedir (Botigue ve ark., 2017). Köpeklerin insanların yaşamındaki yeri binlerce yıl boyunca insan yaşamında kültürel değişimlerle paralel olarak değişim göstermiştir. Köpekler yüzyıllarca koyunlara çobanlık eden, koyunları koruyan, savunma amacıyla kullanılan, atık toplama amacıyla veya avcılara yardım eden işçiler olarak kullanılmıştır. Bu işleri yerine getirirken köpekler genellikle hane dışında tutulmuşlar ve hastalık ve yaralanma durumlarında çok azı tıbbi destek almışlardır. Fakat sanayi devrimi sonrasında kentleşmenin artış göstermesiyle bu durumun değiştiği ve insan ile etkileşimi olan hayvanların, özellikle insanların can dostu köpeklerin hane içerisine alındığı ve aile üyesi olarak kabul edildiği görülmeye başlanmıştır (Gray&Young, 2011). İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerika’da yaşanan ekonomik refahtaki artışın insan-hayvan etkileşimine olumlu etkileri olmuştur. Amerika’da orta sınıfın yükselişi statü harcamalarının önünü açmış ve “çekirdek aile” (Evlioğlu Gezer, 2022) olarak kabul edilen anne-baba ve çocuk denkleminde bir de aile köpeği veya evcil hayvan eklenmiş, bilinen aile imajı yenilenmiştir. Bu yeni revizyon ile insanların aile dostu köpekler özellikle çocukların oyun arkadaşı görevi ile hane içerisine girmeye başlamış ve ailenin bir ferdi olarak kabul edilmiştir. 1970’lerin ortalarına gelindiğinde ise gelişmiş ülkelerde evcil hayvan harcamalarının önemli ölçüde arttığı görülmüştür (Veevers, 1980). Günümüzde ise sanayi sonrası teknolojik ilerlemeler, mega kentlerde yoğunlaşan nüfus, sağlıklı gıdaya ulaşım güçlüğü, doğurganlık oranlarındaki düşüş ve bilinçli olarak çocuk sahibi olmamayı tercih etme olgusuna olan rağbet gibi etmenler evcil hayvanların bir çocuk gibi edinilmesine ve onların çocuk rolünü üstlenmesine olanak sağlamaktadır (Lesthaeghe, 2014; Blouin, 2013).

Evcil hayvan “sahiplenme” mi yoksa evcil hayvan “ebeveynliği” mi üzerine evrimsel psikoloji literatüründe tartışmalar sürmektedir (Gray&Anderson, 2010; Hrdy, 2009). Evcil hayvanlar genellikle ailenin bir üyesi olarak kabul edilmektedirler (Charles, 2014). Herzog (2010) insan çocuklarına ebeveynlik yapan bireylerin evcil hayvan ebeveynlerine oranla daha az oranda evcil hayvan sahiplendiğini ileri sürer. Zaman, enerji ve maddi olanakların kendi çocuklarına yönlendirilmesinin daha tercih edilebilir olduğu yaklaşımıyla, evrimsel psikoloji tartışmaları Herzog’u destekler niteliktedir

(Volsche, 2019, 133). Gray vd.'lerine göre (2015) göre evcil hayvan ebeveyni olan ve zaman, para, enerjisini bu yönde harcamayı tercih eden insanların büyük çoğunluğu gönüllü-gönülsüz-geçici olarak çocuksuz bireylerdir.

Modern çağda ebeveynliğin getirdiği maddi ve manevi yükümlülükler düşünüldüğünde, insanların çocuk sahibi olmaya alternatif ama yine benzer duyguları deneyimleyebileceği pratik arayışına girmesi anlaşılabilir bir durumdur. Bu alternatiflerin en başında ise evcil hayvan sahipliği ya da evcil hayvan ebeveynliği gelmektedir. Giderek artan oranlarda yeni evli çiftlerin de çocuk sahibi olmamayı bilinçli bir tercih olarak kabul ettikleri ve yerine ikame edecek şekilde evcil hayvan ebeveyni oldukları görülmektedir. Bu çiftlere göre çocuk sahibi olmanın getirdiği yükümlülüklerden özgürleşerek maddi manevi bu enerjilerini yaşamlarına ve kariyerlerine yönlendirmek daha tercih edilebilir bir seçenektir. Çocuksuz evcil hayvan ebeveynleri çocuk yetiştirmenin getirdiği baskı ve yükümlülüklerin hayvan ebeveynliğine kıyasla görece daha yoğun olduğunu düşündükleri için çocuk sahibi olmak yerine hayvan ebeveynliğini tercih ettiklerini kabul etmektedirler. Volsche ve Gray'ın yaptığı araştırmaya göre hali hazırda çocuksuz ve ileride de çocuk edinme planı olmayan bireylerin evcil hayvan ebeveynliğini deneyimleme oranlarının çocuklu bireylere göre daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Bu araştırmada ayrıca kadın köpek sahiplerinin %80 oranında bilinçli bir tercih olarak çocuk sahibi olmamayı seçtiği sonucuna ulaşılmıştır (Volsche & Gray, 2016). Fakat baskı ve yükümlülükler düşünüldüğünde çocuk sahibi olmanın evcil hayvan ebeveynliğine kıyasla daha talepkar olmasının yanında, evcil hayvan ebeveynliğinin de hayvanların hastalanması, korkması vb. durumlarda yoğun ilgi gerektirdiği evcil hayvan ebeveynleri tarafından kabul edilmektedir. Kadın evcil hayvan ebeveynlerinin erkeklere göre bu tür beklentiler düşünüldüğünde daha şefkatli ve fedakâr oldukları düşünülse de Herzog'a göre (2007) erkekler de kadınlar kadar evcil hayvanlarına düşkündürler. Fakat kadınlar ebeveyn sıfatını erkeklere nazaran daha fazla sahiplenmektedirler.

Evcil Hayvan Ebeveynlik Pratikleri

Çağdaş toplumlarda evcil hayvanların aile içerisinde hem ailenin bir ferdi hem de sahip olunan bir şey olarak çift rollü yapıya sahip olduğu görülmektedir (Fox, 2006, s. 530). Yasal statüye göre ise evcil hayvanlar ailenin bir ferdi olmaktan ziyade sahip olunan bir şey olarak kabul edilmektedir. Bu durum uygulamada çağdaş toplumların pratiklerine tezat teşkil etmektedir. Günümüzde evcil hayvanlar ailenin bir ferdi veya ailenin çocuğu olarak kabul edilir. Çocuk ebeveynliği ve evcil hayvan ebeveynliği tarzlarına bakıldığında aslında ikisinin arasında benzerlikler olduğu görülebilecektir. Van Herwijnen ve arkadaşlarının (2018) çalışmalarına göre gerek çocuk ebeveynliği gerekse hayvan ebeveynliği "duyarlılık" ve "talepkarlık" olmak üzere iki temel eksende açıklanabilir. Çocuk ebeveynliğini bu iki eksen üzerinden dört farklı tarza ayırmak mümkündür. (1) İzin verici tarz ebeveynlikte çocuk merkezdedir ve kurallar en aza indirgenerek çocuğun talepleri öncelenir. Ebeveynlerde aşırı hoşgörü vardır. (2) Yetkin ve otoriter ebeveynlik tarzında net kurallar ve beklentiler vardır ama sorunlar ebeveyn

ve çocuk arasında çözülür. (3) İlgisiz ve ihmalkâr ebeveynlik tarzında adından da anlaşılacağı üzere ebeveynler ilgisizdir, çocuğun maddi manevi ihtiyaçlarına duyarsızlık söz konusudur. (4) Otoriter ebeveynlik tarzında ise yine adından da anlaşılacağı üzere ebeveyn merkezlidir, katı kuralları ve cezaları olan ebeveynlik tarzıdır. Çocuğun ihtiyaçlarının çok fazla dikkate alınmadığı ve iletişimin tek yönlü olduğu bir ilişki biçimidir (van Herwijnen vd. 2018). Bu ebeveynlik biçimleri insan çocuklarına yönelik ailelerin ilişki biçimlerini listelemektedir. Diğer yandan van Herwijnen ve arkadaşları yine insan çocuğuna ilişkin ebeveynlik tarzlarından hareketle yaptıkları çalışmada köpek sahipliği ebeveynliğine ilişkin ebeveynlik biçimlerinin taksonomisini yapmışlardır. Bu da üç ana başlıkta listelenmektedir. (1) Otoritatif ve içsel tarz ebeveynlik biçimi köpeğin ihtiyaçlarına ve duygularına önem verir. (2) Otoritatif ve eğitici tarz ebeveynlik biçiminin köpeklerle kurduğu iletişim daha yumuşaktır ve itaat ettirmekten ziyade eğitici bir yaklaşımı benimser. (3) Otoriter ve düzenleyici ebeveynlik tarzında ise adından da anlaşılacağı üzere evcil hayvan sahibi daha otoriterdir ve istenmeyen davranışlar gördüğünde onları çeşitli müdahalelerle engelleme yoluna başvurur (van Herwijnen vd. 2018). Hayvan ebeveynliğinde köpeklerle kurulan ilişki biçimlerinde ebeveynlik tarzlarının çocuk ebeveynlik tarzlarıyla ortak birtakım özelliklere sahip olduğu görülebilmektedir. Örneğin yetkin ve otoriter ebeveynlikle otoritatif ve eğitici ebeveynlik arasında benzerliğin yanı sıra hem çocuk hem evcil hayvan otoriter ebeveynlik tarzlarının ortak yanları dikkati çekmektedir. Bütün bunlarla kıyaslandığında yine çocuk ebeveynliği ve kedi ebeveynliği biçimleri arasında da benzerlikler görmek mümkündür. Örneğin Hill'in (2024) yaptığı çalışmada kedi ebeveynliğine ilişkin 3 farklı tarz bulunmuştur. Bunlardan ilk grubu (1) çocuksu biçimde bağımlı karaktere sahip kediler oluşturmaktadır. Bu tür ebeveynlikte kediler insan ebeveynlerine çocuksu bir biçimde bağımlılık duyarlar. Diğer grupta (2) rehberliğe ihtiyacı olan genç karakterde kediler yer almaktadır. Bu grupla ilişkilerde ebeveynler çok ısrarcı olmadan kedilerine görece özerklik sağlarlar. Son olarak (3) özgür birey karakterli kediler grubudur ve bu grupla ilişkilerde ebeveynler kedileri oldukça rahat bırakırlar, kediler istedikleri zaman gelip gitmekte özgür bireydirler (s. 1149). Fakat yine de (insan çocuklar için de aynıdır) herhangi bir kedi için uygun olan ebeveynlik tarzının başka bir diğer kedi için uygun ebeveynlik biçimi olamayabileceğini, her kedinin kendi karakterinin olduğunu ve ona iyi gelecek şekilde ebeveynlik yapmanın daha sağlıklı olacağını unutmamak gerekmektedir. Çocuk ebeveynliği ve evcil hayvan ebeveynliğinin belli hususlarda birbirine benzemesinin nedeni belki de evcil hayvanların da kendilerine has karakterleri ve duygulanımları olması hasebiyledir. Evcil hayvanlarda insana benzer duygulanımları bulmak adına yapılan empati davranış çalışmalarında köpeklerin insanlara empati tepkiler verdiği bulgulanmıştır. Örneğin Madsen ve Persson'un yaptığı çalışma köpeklerin bulaşıcı esneme eylemine tepki verdiklerini bulgulanmıştır. Dahası çalışma köpeklerin sahiplerinin esnemesine diğer insanların esnemesine nazaran daha hızlı tepki verdiğini kanıtlamıştır (Madsen&Persson, 2012). Bundan daha ilgi çekici bir çalışmayı Custance ve Mayer gerçekleştirmiştir. Deneyde köpek sahipleri ve deneyciler köpeklerin yanında

ağlıyormuş gibi görünen eylemler yapmışlardır ve 17 denek köpekten 15'inin ağlayan insana yaklaşarak sızlanma, yalama ve pati atma gibi eylemler yaparak ağlayan kişiyi teselli etme eylemleri gerçekleştirdikleri görülmüştür (Custance&Mayer, 2012). Bu çalışmaların işaret ettiği şey esasında evcil hayvanların da insanlara benzer duygulanımlara sahip oldukları yönündeki inançtır. Bu nedenle evcil hayvan ebeveynlerinin evcil hayvanlarıyla etkileşime girdiklerinde insan çocuk ebeveynlik pratiklerine benzer pratikleri deneyimliyor olmaları anlaşılır bir durumdur. Diğer yandan evcil hayvan ebeveynliği çocuk ebeveynliğinden çok daha farklı pratikler gerektiriyor olabilir. Özellikle sağlık, bakım, beslenme, hastalık önleyici tedbirler düşünüldüğünde evcil hayvan ebeveynliğinin birtakım uzmanlık gerektiren bilgilerin edinilmesi zorunlu hale gelmektedir. Bu doğrultuda günümüzde bu tür bilgilere ulaşmada sosyal medya evcil hayvan ebeveynlerinin hem bilgi edindikleri hem de etkileşim kurdukları mecra haline gelmiştir.

Sosyal Medyanın Evcil Hayvan Ebeveynliği Pratiklerine Etkisi

Evcil hayvanlar günümüzde ailenin bir ferdi olarak görülmektedirler ve evcil hayvan sahipleri de kendilerini daha da artan oranda ebeveyn olarak görmektedirler. Diğer yandan evcil hayvanların bakımı birtakım zorlukları da beraberinde getirmektedir. İnsan çocuk ebeveynliğine nazaran farklı pratikleri ve bilgileri gerektiren evcil hayvan ebeveynliği günümüzde sosyal medyadan öğrenilebilmekte ve bu anlamda sosyal medya evcil hayvan ebeveynliğine yönelik yeni pratik yollar keşfetmek için kullanılmaktadır. Evcil hayvanların eğitimi, sağlık bakımı, hastalıkların önlenmesi, mama tercihleri ve uygulama yöntemleri gibi daha birçok pratik, sosyal medya paylaşımlarından öğrenilebilmektedir. Ayrıca günümüzde, sosyal medya yoluyla farklı görüşlere, uzman kişilerin fikirlerine ve ebeveynler arasında etkileşimlere ulaşılabilirlik mümkündür. Diğer yandan sosyal medya bilgi edinme ve insanların birbirine destek olması açısından yararlı olsa da hatalı bilgilerin dolaşıma sokulduğu, aldatma, yanlış yönlendirme ve doğru olduğu kesin olmayan bilgilerin iletilmesi konularında da riskler barındırmaktadır. Bu yanlış bilgilerin evcil hayvan bakımında tehlikeli sonuçlar doğurabileceği aşikardır. Bu bakımdan sosyal medyadaki evcil hayvan ebeveynliğine yönelik bilgilerin avantajlı yanlarının yanı sıra tehlikeli taraflarının da olduğu göz önünde bulundurulmalıdır (Whiting & Williams, 2013).

İnsanlar faydalı, arzu edilir ve hoşuna giden davranışlar sergilediği diğerlerini gözlem yoluyla taklit eder ve onlardan bu gibi davranışları öğrenirler, bu sosyal öğrenme kuramı olarak adlandırılmaktadır. Bu anlamda sosyal medya evcil hayvan ebeveynlerinin bilgiye doğrudan ulaşabilecekleri bir ortam işlevi görmektedir. İnsanların evcil hayvan bakımı konusunda bu mecralarda gördükleri pratikleri benimsemeleri ve uygulamaları oldukça yüksek bir olasılıktır. Bununla birlikte insanlar bu mecralarda sevimli hayvanlarının videolarını paylaşarak ve birbirlerine tavsiyelerde bulunup destek olarak etkileşim de kurmaktadır. Inyu'nun yaptığı araştırmada evcil hayvan eğitim pratikleri, sağlık bakımı ve beslenmeye yönelik pratikler konusunda evcil hayvan ebeveynlerinin %68'inin sosyal medya paylaşımlarından yararlandığı

bulgulanmıştır. Inyu'nun evcil hayvan ebeveynleriyle yaptığı görüşmelerde katılımcıların %72'sinin evcil hayvanlarını temizlemek ve daha yeni teknikler öğrenmek için sosyal medyaya başvurdukları ortaya çıkmıştır. Instagram reels videolarının ve TikTok gibi hızlı ve kısa videoların bulunduğu platformlar popülerdir. Araştırma ayrıca sosyal medyayı kullanan evcil hayvan ebeveynlerinin uzmanların oluşturduğu sosyal medya hesaplarını ve deneyimli olduklarına inandıkları kişilerin oluşturduğu hesapları daha fazla takip ettiklerini ve daha bilinçli uygulama ve pratikleri benimseme olasılıkları bulunduğunu göstermiştir. Katılımcıların %72'si temizlik, beslenme, aksesuar seçimi gibi konularda evcil hayvan pratiklerini sosyal medyadan edindikleri bilgilere göre dönüştürdüklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte insanlar takip ettikleri hesaplardan ve uzman kişilerin paylaşımlarından edindikleri bilgiler sayesinde evcil hayvan bakımı konusunda kendilerini daha güvende hissedebilmektedirler. Bu anlamda sosyal medya aynı zamanda duygusal destek sağlayıcı bir rol de üstlenmektedir. Inyu'nun araştırmasında katılımcıların %75'inin evcil hayvan bakımı konusunda deneyimlerini paylaşmak için sosyal medya platformlarındaki gruplara katıldıkları ve bu yolla özgüven ve motivasyonlarının arttığını belirtmişlerdir. Bu kişiler bu gruplarda birbirlerine tavsiye ve önerilerde bulunmakta, benzer sorunlar karşısında buldukları pratik çözümleri birbirlerine iletmektedirler. Bu anlamda sosyal medya platformlarındaki gruplar aidiyet duygusunu geliştirmekte ve evcil hayvan bakımı konusunda kaygıyı azaltmaktadır. Diğer yandan sosyal medya paylaşımlarının yanlış olduğu durumlar ise evcil hayvan ebeveynleri için oldukça zorlayıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Katılımcıların %34'ü sosyal medyada alerjik reaksiyonlara neden olabilecek kimyasalların tavsiye edilmesi, hastalığa neden olabilecek beslenme pratiklerinin önerilmesi gibi evcil hayvanların sağlığına zarar verebilecek paylaşımlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir (Inyu, 2025). Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımların kimi zaman yanlış anlaşılmalara yol açabilecek içerikleri barındırabileceği ve yanlış-hatalı uygulamaların tehlikeli sonuçlar doğurabileceği unutulmamalı, doğru kaynakların seçilmesine dikkat edilmelidir. Evcil hayvan ebeveynlerinin sosyal medyada tükettikleri içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirmeleri ve orada gördükleri pratikleri uygulamadan önce tehlikeli olasılıkları göz önünde bulundurmaları bir zorunluluktur.

Sonuç Yerine

Evcil hayvan sahipliği olgusu yüzyıllarca önceye dayansa da evcil hayvan ebeveynliği olgusu ve evcil hayvanlara zaman, para ve duygu yatırımı pratikleri oldukça yenidir. Yapılan araştırmalar evcil hayvan ebeveynliğinin bilinçli bir tercih olduğunu, insan çocuk sahibi olmamayı tercih eden ailelerin olduğu kadar insan çocuklu ailelerin de evcil hayvan ebeveynliğini giderek artan oranda tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan insan çocuk ebeveynliği ile evcil hayvan ebeveynliği pratikleri arasında da benzerlikler bulunmaktadır. Bunun temel sebebi evcil hayvanların da insanlar gibi farklı ve ayırt edilebilir karakterleri olmasındandır. Özellikle kedi ebeveynlerinin sıklıkla dile getirdiği özgür birey veya rehberliğe ihtiyaç duyan genç karakterli kediler insan çocuk karakterleriyle benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan evcil hayvan ebeveynlik

pratiklerinin bazı konularda uzmanlık gerektirdiği de aşıkardır. Beslenme, hastalık önleyici uygulamalar, hastalıklara yönelik tedavi uygulamaları gibi hususlar insanlardan farklı olduğu için belli uzmanlık bilgilerine ulaşmayı zorunlu kılmaktadır. Günümüzde insanlar artan oranda sosyal medya hesaplarından ve uzman kişilerin bu konuda yaptıkları paylaşımlardan bilgi edinmekte ve uygulamaktadır. Sosyal medyada evcil hayvan ebeveynliğine yönelik gruplar, insanlara hem bilgi vermekte, onların güvende hissetmelerini sağlamakta hem de aidiyet duygusu geliştirerek kaygıyı azaltmaktadırlar. Fakat sosyal medya paylaşımlarının kimi zaman yanlış bilgi paylaşımı yapabileceği ve bunlar uygulandığı taktirde tehlikeli sonuçlar doğurabileceği de unutulmamalıdır. Bu anlamda evcil hayvan ebeveynlerinin bakım, beslenme, temizlik ve sağlık gibi konularda uzman kişilerin sosyal medya hesaplarını seçmeleri önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Blouin, D. (2013). "Are dogs children, companions, or just animals? Understanding variations in people's orientations toward animals". *Anthrozoös*, 26(2), 279–294.
- Botigue, L., Song, S., Scheu, A., Gopalan, S., Pendleton, A., Oetjens, M. (2017). "Ancient European dog genomes reveal continuity since the early neolithic". *Nature Communications*, 8, 1–11. <https://doi.org/10.1038/ncomms16082>.
- Charles, N. (2014). "Animals just love you as you are: Experiencing kinship across the species barrier". *Sociology*, 48(4), 715–730. <https://doi.org/10.1177/0038038513515353>
- Custance, D., & Mayer, J. (2012). "Empathic-like responding by domestic dogs (*Canis familiaris*) to distress in humans: An exploratory study." *Animal Cognition*, 15(5), 851–859. <https://doi.org/10.1007/s10071-012-0510-1>.
- Evlioğlu Gezer, E. (2022). "Queer Kuram, Queer Öznellikler: Hamam ve Cahil Periler". *Sosyal Mucit Academic Review*, 3(2), 263–283. <https://doi.org/10.54733/smar.1106702>
- Fox, R. (2006). "Animal behaviours, post-human lives: Everyday negotiations of the animal–human divide in pet-keeping". *Social & Cultural Geography*, 7(4), 525–537.
- Gray, P., & Young, S. (2011). "Human-pet dynamics in cross-cultural perspectives". *Anthrozoös*, 24(1), 17–30.
- Gray, P., & Anderson, K. (2010). *Fatherhood: Evolution and human paternal behavior*. Harvard University Press.
- Gray, P., Volsche, S., Garcia, J., & Fisher, H. (2015). "The role of pet dogs and cats in human courtship and dating". *Anthrozoös*, 28(4), 673–683.
- Hill, K. (2024) "To Roam or Stay Home? Understanding "Pet Parenting" Types in Relation to the Indoor/Outdoor Cat Debate", *Anthrozoös*, 37(6), 1133–1154. DOI:10.1080/08927936.2024.2360788
- Herzog, H. (2010). *Some we love, some we hate, some we eat*. New York: HarperCollins Publishers.
- Hrdy, S. (2009). *Mothers and others: The evolutionary origins of mutual understanding*. Harvard University Press.
- Inyu, K. (2024). "The Impact of Social Media on Pet Care Practices". *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 12(2), 46–49.
- Lesthaeghe, R. (2014). "The second demographic transition: a concise overview of its development". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(51), 18112–18115.
- Madsen, E. A. & Persson, T. (2012). "Contagious yawning in domestic dog puppies (*Canis*

- lupis familiaris): The effect of ontogeny and emotional closeness on low-level imitation in dogs". *Animal Cognition*, 16, 233–240. <https://doi.org/10.1007/s10071-012-0568-9>.
- van Herwijnen, I. R., van Der Borg, J. A. M., Naguib, M., & Beerda, B. (2018). "The existence of parenting styles in the owner–dog relationship". *Plos One*, 13(2), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0193471>
- Volsche, S., & Gray, P. (2016). "Dogs moms" use authoritative parenting styles". *Human-Animal Interactions Bulletin*, 4(2), 1–16.
- Volsche, S. (2018). "Negotiated bonds: The practice of childfree pet parenting". *Anthrozoös*, 31(3), 367–377.
- Volsche, S. (2019). "Understanding Cross-Species Parenting: A Case for Pets as Children". (Der.) Lori Kogan & Christopher Blazina, *Clinician's Guide to Treating Companion Animal Issues Addressing Human-Animal Interaction*. (s. 129-140). ISBN 978-0-12-812962-3
- Veevers, J. (1980). *Childless by choice*. Toronto: Butterworth Publishing.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). "Why people use social media: A uses and gratifications approach". *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369.

Sosyal Medyada Hayvan Haklarının Temsili: Sokak Hayvanları Haklarının X'te Sunumu Üzerine Bir İnceleme

Bünyamin Uzun¹ Alper Hakan Yavaşcalı²

Giriş

Bu çalışma, dijital ağlarda gerçekleştirilen ve yeni toplumsal hareketler kapsamında değerlendirilen hayvan haklarına odaklanmaktadır. Çalışmada bir hak mücadelesi olarak değerlendirilen hayvan haklarına yönelik bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu bakımdan çalışma, Türkiye’de 2024 yılında gerçekleştirilen ve hâlâ üzerinde tartışmaların sürdüğü Hayvanları Koruma Kanunu’nda yapılan değişikliğe ilişkin çevrim içi protestoları incelemektedir. Hayvanların yaşama hakkı başta olmak üzere zorla kısırlaştırma ve özgürce dolaşma gibi haklarını etkileyecek olan yasa değişikliği toplumsal, kültürel ve tıbbi gibi çeşitli bağlamlarda tepkilere ve tartışmalara neden olmuştur. Ancak hayvan hakları bağlamı en belirgin konu olarak dikkat çekmektedir.

Hayvan hakları, tarihsel bağlamda etik, hukuksal ve toplumsal bir mücadele alanı olarak gelişim göstermiştir. Günümüzde ise bu alan, büyük oranda dijital ortama taşınmış durumdadır. Geleneksel anlamda kamusal alanın sınırlarını aşır çok daha kısa sürede ve geniş kitlelere erişim olanağı sağlayan sosyal medya platformları, kullanıcıların sadece bilgiye erişim sağlamakla kalmayıp görüş, duygu ve eylemlerini kamuya ifade edebildiği yeni kamusal alanlar olarak işlev görmektedir. Sosyal medya uygulamaları, toplumsal duyarlılıkların şekillendiği veya şekillendirildiği, görünürlüğün sağlandığı ve söylemlerin yayılıma girdiği bir dijital kamusal alan olarak ifade edilebilir (Ayhan ve Demir, 2023). Sosyal medya platformlarında hayvan haklarına yönelik yaşanan bireysel olaylardan örgütlü kampanyalara, imza toplamadan politik taleplere kadar geniş bir yelpazede bir etkileşim ağı söz konusudur. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yürütülen tartışmalar, hayvan haklarına dair farkındalık üretmenin yanı sıra bu hakların temsil biçimlerini, söylemsel sınırlarını ve toplumsal meşruiyetini de yeniden üretmesi bakımından önem taşımaktadır.

Web 2.0 teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan sosyal medyanın temel özelliği olan aktif kullanıcı katılımı, içerikte anlamlar üreten, yorumlayan ve dolaşıma katılan bir üretici konumunu ortaya çıkarmaktadır (Ayhan ve Demir, 2023; Karakuş, 2021). Castells’e göre de sosyal medya yalnızca iletişim kurmanın ötesinde güç, kimlik ve görünürlük mücadelelerinin yürütüldüğü alanlardır. Bu alanlarda toplumsal örgütlenme

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, bunyamin.uzun@bozok.edu.tr.

² Arş. Gör. Dr., Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, alperhy@anadolu.edu.tr.

biçimleri de dönüşüme uğralmış ve sosyal hareket bu ağların sağladığı olanaklar sayesinde daha geniş kitlelere çok daha hızlı ulaşabilir hâle gelmiştir. Böylelikle toplumsal adalet, eşitlik ya da hak temelli talepler çok daha görünür hâle gelebilmektedir (Castells, 2012, s. 162). Fiziksel olarak bir araya gelme zorunluluğunun ortadan kalkması, farklı toplumsal grupların zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın görüş, değer ve duygularını kamusal dolaşıma sokabildiği yeni bir alan yaratmıştır. Dijital kamusal alan olarak adlandırılan bu yapı, klasik kamusal alanın yeni medya teknolojileri aracılığıyla dijital ortama taşınmış biçimi olarak tanımlanabilir (Eyüboğlu ve Kodak, 2023, s. 530; Baloğlu ve Uçak, 2023). Dijital kamusal alanlar olarak da ele alınabilen sosyal medya platformlarının bu bağlamda değerlendirilmesi, internet teknolojisinin yapısı ve dijital eşitsizlikler gibi olgular üzerinden eleştirilse de dijital kamusal alan kavramı iletişim araştırmalarında önemli potansiyeli olan çalışma alanlarından biri durumundadır.

Sosyal medya temelli dijital kamusal alanlar, bireysel paylaşımların yanı sıra hak temelli tartışmaların da çevrim içi ortamlarda farklı biçimlerde görünürlük kazanmasına olanak tanımaktadır. Hayvan hakları örneğinde bu etki açık biçimde gözlemlenmektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan görüntüler, olaylar veya kampanyalar, geniş kesimlerde empatiyi, öfkeyi veya sorumluluk duygusunu tetikleyerek çevrim içi dayanışma ağlarını harekete geçirmektedir. Dijital ortamlarda paylaşılan sokak hayvanının insana zarar verdiği bir görüntü, sokak hayvanına yönelik şiddet anı ya da kurtarma girişimi, kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşarak hem duygusal hem de politik yankılar yaratabilmektedir. Böylelikle dijital kamusal alan, yalnızca bir iletişim zemini değil, toplumsal adaletin ve etik duyarlılığın yeniden üretildiği bir mücadele alanı hâline gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları, platformların sağladığı beğeni, yeniden paylaşım ya da etiket gibi olanaklarla gönderilerini dolaşıma sokarak diğer kullanıcıları da etkileşim zincirine dâhil edebilmektedir (Schmidt, 2016). Bu durum, dijital kamusal alanda bir dayanışma ve dijital eylemlilik zemini hazırlamanın yanında görünürlüğü de önemli oranda artırmaktadır. Özellikle X (eski adıyla Twitter), anlık etkileşim kapasitesi ve gündem oluşturma gücüyle, en aktif kullanılan mecralarından biri hâline gelmiştir (Başcı, 2025, s. 303; Maireder ve Ausserhofer, 2016). Bu durum dijital ortamlarda hayvan hakları kavramının nasıl temsil edildiği ve kullanıcıların bu süreçte nasıl bir özne konumuna yerleştirildiği gibi soruları gündeme getirmektedir.

Türkiye’de de son yıllarda, özellikle 2024 yılında Hayvanları Koruma Kanunu’nda yapılan değişikliklerle birlikte sokak hayvanlarının yaşam hakkına dair yürütülen tartışmaların ve protestoların oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Sosyal medyada da bu anlamda #HayvanlaraDokunma, #HayvanlarıÇinAdalet, #hayvanhakları, #katliamyasasinahayir ve #KısırlaştırAşılYerindeYaşat gibi etiketlerle merkezi yönetim ve yerel yönetimlere yönelik talepler görünürlük kazanmış ve etki yaratılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla, dijital kamusal alan olarak sosyal medyanın yalnızca gönderilerin kitlelere aktarıldığı bir ortam olmanın ötesinde, toplumsal baskı unsuru ve

politik müzakere zemini olarak kullanıldığı da görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyada hayvan haklarının temsiline dair üretilen içeriklerin analizi hem dijital kamusal alanın dinamiklerini hem de hayvan haklarına yönelik paylaşımların temsil niteliklerini anlamak açısından önemlidir. Bu çalışmada, Hayvanları Koruma Kanunu'nda yapılan değişikliğe yönelik tepkilerin X'te nasıl yer aldığı ve çevrim içi protestoların nasıl temsil edildiğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, X platformunda hayvan haklarının hangi söylemler yoluyla savunulduğu, dijital kamusal alanda hayvan hakları savunucularının konum alışları ve bir özne konumu olarak hayvan hakları savunuculuğu pratiğinin hangi söylemler yoluyla gerçekleştirildiğine odaklanılmıştır. Bu doğrultuda, X platformunda hayvan haklarına ilişkin öne çıkan gönderilere niteliksel olarak kategorik analiz uygulanmıştır. Hayvan haklarının X'te temsilinin hangi söylemsel stratejiler aracılığıyla kurulduğu, kullanıcıların bu söylemlerde nasıl konumlandığı ve dijital kamusal alanda hangi anlamların dolaşıma sokulduğu çözümlenmiştir.

Çalışmada, Türkiye'de sokak hayvanlarının haklarını koruma amacıyla gerçekleştirilen dijital aktivizm eylemlerinden 2024 yılı "Hayvanları Koruma Kanunu" protestolarına yönelik X paylaşımları incelenmiştir. Bu durum iki ana nedene dayanmaktadır. Bunlardan ilki sokak hayvanları temelli olarak gerçekleştirilen hayvan hakları eylemleridir. Türkiye'de son yıllarda zaman zaman hem dijital medyada hem de geleneksel medyada sokak hayvanlarına ilişkin tartışmalar yer almaktadır. Ancak 2024 yılında sokak köpeklerine yönelik tartışmalarla birlikte "Hayvanları Koruma Kanunu" kapsamında değişiklik yapılacağına açıklanmış ve söz konusu değişiklik başta sosyal medya ağları olmak üzere geniş bir toplumsal muhalefete karşı 30 Temmuz 2024 tarihinde mecliste kabul edilip 2 Ağustos 2024 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yasalaşmıştır (Oksijen Gazete, 2024; Resmî Gazete, 2024). İkinci ana neden ise Türkiye'deki dijital ağ kullanıcıları yer almaktadır. Türkiye'de ciddi bir gündem oluşturması nedeniyle söz konusu yasal düzenlemeye ilişkin dijital aktivizm örnekleri incelemeye alınmıştır. Yasa değişikliğinin gündeme gelmesinin ardından sivil toplum kuruluşları çeşitli protesto eylemleri gerçekleştirmiştir. Elbette bu durum yeni toplumsal hareketlerin doğasına uygun olarak sosyal medya ağlarında da ciddi anlamda görünürlük sağlamıştır. Özellikle X platformunda hem protesto paylaşımları yapılmış hem de gerçekleştirilecek sokak protestoları için organizasyon oluşturmuştur. Ancak birçok sosyal medya ağı içerisinde X platformunun inceleme sahası olarak seçilmesi etki gücü ile ilişkilidir. Nitekim Türkiye, X platformunun kullanıcılarının dağılımına bakıldığında en fazla kullanıcının yer aldığı 6. ülke konumundadır (We are social, 2024). Dolayısıyla Türkiye'de yoğun bir X kullanıcısı olduğu için ve oluşturduğu kamuoyunun gücü de dikkate alınarak bu platform üzerine inceleme yapılmıştır.

1. Hayvan Hakları Kavramı ve Düşünsel Temelleri

İnsanın dünyayı ve doğayı algılayış biçimi geliştikçe ve dönüştükçe, kendisi dışındaki canlıların da hak sahibi olmasına yönelik düşünceler ortaya çıkmıştır. Hayvanların insanlar karşısındaki konumunun sorgulanmaya başlaması, esasen toplumsal ya da hukuki bir gelişmeden ziyade, insanı merkeze alan "her şey insanlar

için" anlayışının değişmeye başlamasıyla ilgilidir. Bu süreç, insanın doğayla ilişkisini yeniden tanımladığı ve kendini merkeze alan bakış açısından uzaklaşmaya başladığı bir zihinsel dönüşümün göstergesidir. Antik Yunan'dan itibaren şekillenen "hiyerarşik canlılar" anlayışı, hayvanları akıl ve ruha sahip olmayan varlıklar olarak alt kategoriye yerleştirmiştir. Ne yazık ki bu durum çok uzun süre etkisini sürdürmüştür. Dolayısıyla, hayvan hakları kavramı, tarih boyunca egemen olan insan merkezli etik anlayışının sorgulanmasıyla ortaya çıkmaya başlamıştır (Kılıç, 2015, s. 100-102). Bu zihinsel dönüşümün, II. Dünya Savaşı sonrasında Batı toplumlarında yaşanan büyük etik değişimlerin bir parçası olarak ortaya çıktığı söylenebilir. 1960'lı yıllardan itibaren çevrecilik, insan hakları, feminizm gibi toplumsal hareketlerin yanında insanı merkeze alan ahlaki anlayışın sorgulanmaya başladığı görülmektedir. Hayvanlar acı çekirtmemeyi temel alan "anti-cruelty" (zalimlik karşıtı) anlayışı, yerini hayvanların doğalarına ve yaşam haklarına saygı gösterilmesini savunan yeni bir etik düşünceye bırakmıştır. Bu süreç, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa toplumlarında, modern tarımın endüstrileşmesiyle birlikte hız kazanmıştır (Rollin, 2011, s. 104-108).

Hayvan hakları kavramı, sadece evcil ya da insanın ihtiyacını karşılayan hayvanları kapsayan bir kavram olmanın ötesinde evcil, yabani, kobay, besi gibi geniş yelpazede yaşayan tüm hayvanları kapsayan çatı bir kavramdır (İlgar, 2007, s. 350). Geniş anlamıyla hayvanların sağlıklı ve refah bir şekilde yaşamlarını sürdürmesini ifade eden hayvan hakları kavramı, hayvanların da insanlar gibi yaşam hakkına saygı duyulması gerektiğini öne sürer ve "yaşam" gibi temel bir hakkın gasp edilmesini engellemeyi amaçlamaktadır (Aksulu, 2013, s. 25).

Hayvanların yaşam hakkının olduğu ve çevrenin de korunması, etik ve ahlak anlayışı ile zihinsel olarak gelişmiş bir canlı olması dolayısıyla insana düşmektedir. Bu sorumlulukla hareket ederken genel olarak insan merkezli (antroposentrik) yaklaşım öne sürülmektedir. İnsan merkezli yaklaşımda insanın tüm doğanın ve hatta kâinatın ana unsuru olduğuna inanılır ve diğer tüm unsurları kendi faydasına kullanabilir anlayışı söz konusudur. İnsanın kendisi dışındaki her şey, faydalı olduğu ölçüde değerlidir (Karakoç, 2004, s. 63). İnsanın çevresi ile etkileşimine dair en eski yaklaşımlardan biri olan bu yaklaşımın yanı sıra ilerleyen dönemlerde canlı merkezli (biyosentrik) ve çevre merkezli (ekosentrik) yaklaşımlar da ileri sürülmüştür. İnsanın en tepeye konumlandığı ve çevresini tahakküm altına aldığı yaklaşımın aksine diğer canlıların da değerli ve biricik olduğu, insanların da diğer canlılara karşı etik ve ahlaki sorumlulukla hareket etmesi gerektiğini öne süren canlı merkezli yaklaşım, canlıların tümünün aynı değerde olduğunu kabul ederek insanı "insanlığa" bir adım daha yaklaştırmaktadır (Kayaer, 2013, s. 69-72). Çevre merkezli yaklaşım da benzer şekilde insan merkezli yaklaşımın benmerkezci anlayışına karşı çıkmakta ve canlı veya cansız tüm varlıkların değer taşıdığını öne sürmektedir. Bu yaklaşıma göre insan da dâhil olmak üzere canlı veya cansız tüm varlıklar çevrenin bir unsurudur ve doğada var olmaları başka hiçbir şart aranmaksızın onları değerli kılmaktadır (Tümer ve Yoğurtçu, 2023, s. 320).

Hayvan hakları kavramının ortaya çıkışında, hayvanlara yapılan kötü muamelelerin ve ticaretlerinin yapılmasının etkisi olduğu söylenebilir. Özellikle Peter Singer ve Tom Regan, hayvan haklarına yönelik düşüncelerin temelini atan yaklaşımları ortaya koymuşlardır. Singer, 1976 tarihli “Animal Liberation: A New Ethics for Our Treatment of Animals” adlı kitabında hayvanların da acı ve haz hissedebildiklerini ve insanların hayvanlarla olan etkileşiminde yeni etik değerlerle hareket etmesi gerektiğini öne sürerek hayvan haklarının tartışmaya açılmasını sağlamıştır (Ünder, 1996, s. 70’ten akt. Olgun, 2020, s. 3926). Regan ise 1983’te yayınladığı “The Case for Animal Rights” adlı kitabında hayvanların da birer “yaşam öznesi” olduklarını ve insana faydalı olup olmadıklarına bakılmaksızın, sadece bu yüzden dahi bazı haklara sahip olduklarını ifade etmiştir (Regan, 2007, s. 63’ten akt. Olgun, 2020, s. 3929). Hayvanları birer meta, hatta makine gibi gören anlayışa karşı toplumsal tepkilerin gelişmeye başlamasıyla siyaset de hayvan hakları kavramına kayıtsız kalmayarak hayvanlara kötü muameleyi yasaklayan hukuksal düzenlemelere yönelmiştir. 1978 yılında, UNESCO tarafından Hayvan Hakları Evrensel Bildirgesi açıklanmış ve bildirgede, hayvanlar arasında ayırım olmaksızın fiziksel ve zihinsel olarak zarar görmesi hak ihlâli olarak kabul edilmiştir. 1800’lü yıllarda ilk kez İngiltere’de kanuni düzenlemeyle “evcil” hayvanlara kötü muamele yasaklanmış, arkasından Amerika Birleşik Devletleri, Almanya gibi diğer ülkelerden de siyasiler ve dernekler, çeşitli sözleşme ve yasalarla hayvan haklarını koruma konusunda girişimlerde bulunmuşlardır (Kılıç, 2015, s. 106; Karakoç, 2004, s. 65-66).

Türkiye, günümüzde olduğu gibi tarih boyunca da hayvanlarla birlikte yaşamasıyla dikkatleri çekmektedir. İstanbul, henüz 1912 yılında ilk resmi hayvanseverler derneğine ev sahipliği yapmaktadır. Bu dernek, Atatürk’ün emriyle 1923 yılından itibaren “Türkiye Hayvanları Koruma Derneği” adını almıştır. İlerleyen süreçte Türkiye’nin çeşitli illerinde benzeri isimler altında dernekler kurulup faaliyetler sürdürmüştür (Yaşar ve Yerlikaya, 2004, s. 43). Türkiye’de hayvan hakları, 2004 yılında yürürlüğe giren 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu ile güvence altına alınmıştır. Fakat 2024 yılında, sokak hayvanlarının popülasyonunu kontrol altına almak amacıyla Kanun’un 17 maddesinde değişikliğe gidilmiş ve bu durum kamuoyunda olumlu / olumsuz tepkilerle karşılanmıştır. Tepkiler daha çok sokak hayvanlarının aşılama ve kısırlaştırmanın ardından barınaklardan çıkamayacak olmaları ve belirli hâllerde “ötanazi” yapılmasına olanak tanınması etrafında toplanmaktadır (Daşar, 2024, s. 223-224). Bu gelişmelerden de görüldüğü üzere, “hayvan hakları” kavramı yalnızca etik bir tartışma konusu değil, aynı zamanda güncelliğini koruyan bir toplumsal uzlaşmazlık alanıdır. Bu tartışmalar, dijital kamusal alanda dinamik bir zeminde sürmektedir.

Hayvan hakları, özellikle son yıllarda etik ve hukuki boyutlarıyla öne çıkan bir tartışma alanı olarak göze çarpmaktadır. Sosyal medya mecralarının da etkisiyle toplumsal duyarlılığın ve kamusal tartışmaların merkezinde yer almaya başlayan hayvan hakları konusunda, özellikle sokak hayvanları bağlamında, toplumun farklı kesimlerinde birbirinden farklı görüş ve tutumların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu

tartışmaların önemli bir kısmı da dijital kamusal alan üzerinden yürütülmektedir. X gibi kullanıcı etkileşiminin yoğun olduğu platformlar, hayvan hakları açısından hem dayanışma hem de kutuplaşma üreten dinamik bir zemin sunmaktadır.

2. Yöntem

Bu çalışmada inceleme sahası olarak kabul edilen X platformunun katılımcı gözlem aracılığıyla izlenmesi nedeniyle netnografik yöntem benimsenmiştir. Kozinets (2015), netnografik yöntemin etnografik araştırmaların dijital ağlara uyarlanarak dijital kültürlerin incelenmesinin bir yolu olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda netnografi, çevrim içi alanlarda var olan kültürleri katılımlı bir şekilde inceleme olanağı sunan nitel bir araştırma yöntemidir (Bartl vd., 2016). Netnografik yöntemin çerçevesini çizen Kozinets (2010), netnografinin içinden doğduğu etnografiden dört temel noktada ayrıştığını belirtmektedir. Netnografik çalışmalarda incelenecek kültüre ilişkin araştırmalar, bilgisayar teknolojilerinin etkileşim, anonimlik, erişilebilirlik ve arşivleme gibi işlevlerine dayanarak gerçekleştirilmesi temel farkları oluşturmaktadır. Nitekim ilk nokta olan çevrim içi sosyal ve kültürel etkileşimler hem kısıtlamalar hem de özgürlükler yaratan teknolojik ortamın kuralları ve doğası tarafından şekillendirilir ve netnografik çalışma yapanlar bu tekno-kültürel unsurları hesaba katmalıdır. İkinci nokta, çevrim içi etkileşimler anonim olarak veya takma adlar altında gerçekleşebilir ve "gerçek" kimliklerin gerçekliği sorgulanabilir, bu da araştırma etiğini ve veri toplama süreçlerini etkileyebilir. Üçüncü olarak, çevrim içi sosyal etkileşimlerin geniş erişilebilirliği, araştırmacılar için veri toplama sürecini kolaylaştırarak bol miktarda veri sağlar. Son olarak, çevrim içi etkileşimlerin otomatik olarak arşivlenmesi, veri toplama ve analiz süreçlerini önemli ölçüde dönüştürür (Kozinets, 2019). Netnografik gözleme ilk olarak ön inceleme ile başlanmıştır. Bu aşamada çeşitli dijital platformlarda sokak hayvanlarının haklarını savunan dijital aktivist içerikler incelenmiştir. Söz konusu inceleme sürecinde 30 Temmuz 2024 tarihinde kabul edilen "Hayvanları Koruma Kanunu" değişikliğinin gündeme gelmesi ile birlikte ciddi bir kamuoyu oluştuğu saptanmıştır. Özellikle X platformunda hayvan hakları ve hayvanları korumayı amaçlayan hashtag çalışmaları da dâhil olmak üzere ciddi bir çevrim içi protesto olduğu saptanmıştır. Bunun sonucunda "Hayvanları Koruma Kanunu" hakkında değişiklik yapılmasına ilişkin gündemin başladığı günlerden itibaren oluşan kamuoyu dikkate alınarak söz konusu çevrim içi protestolar netnografik yöntemle incelenmiş ve saha notları alınmaya başlanmıştır. İnceleme sürecinde çevrim içi protestoların önce "Hayvanları Koruma Kanunu" değişikliğini engelleme çabası ardından kabul edilen yasaya bir tepki ve son aşamada da Anayasa Mahkemesi tarafından iptal isteğini içeren protestolar kaydedilmiştir. Bazı hashtag çalışmalarının kanunun kabul edilmesinden önce başlayıp günümüze kadar aktif bir şekilde devam ettiği gözlenmiştir. Ancak bir yılı aşan süreç ve oldukça yoğun paylaşım olması nedeniyle 5 aylık bir süreç incelenerek sürecin yaklaşık olarak üçte birlik dilimi incelemeye alınmıştır. Bu aşamada kanun değişikliğinin gündeme geldiği andan itibaren olan ilk 5 ay daha yoğun bir çevrim içi protesto içermesi nedeniyle incelemeye dâhil edilmiştir. Dolayısıyla 1

Temmuz 2024 – 1 Aralık 2024 döneminde paylaşılan tweetler incelemeye alınmış ve 28704 tweet elde edilmiş ve bunların içinden anlamsız sözcük öbekleri, yalnızca hashtag ve emoji içeren tweetler yer almamaktadır. Nitekim inceleme dışında bırakılan tweetler anlamsal bütünlük bakımından oldukça zayıf içerikler olması nedeniyle dışarıda bırakılmıştır. Böylece netnografik yöntemle elde edilen 28704 tweet MAXQDA 2020 nitel veri analizi programıyla kodlanmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında analizin yürütülmesi için bir çerçeve oluşturmaya çalışılmıştır. Bu aşamada, dijital aktivizm, çevrim içi protestolar ve hayvan hakları eylemleri literatürleri, gözlem notları ve kodlama yoluyla temalar oluşturulmuştur. Birbirini takip eden bu süreçlerin sonucunda kodlama ve analiz için elde edilen kategoriler arasında; Yasal Süreç ve Adalet Algısı, Etik ve Vicdani Tutumlar, Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış, Toplumsal Tepkiler, Yaşama Etkiler ve Medya Bağlamı yer almaktadır. Analiz belirtilen kategoriler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Burada belirtilen 6 kategorinin beşi literatürde yer alan bağlamlardan oluşmuş ve araştırmacılar kendi çerçevelerinde bu kategorileri tanımlayıp kodlama gerçekleştirmiştir. Ancak Medya Bağlamı kategorisi verilerin incelenmesi ve kodlanması sürecinde saptanarak analize dâhil edilmiştir. Burada görülen kategoriler hayvan hakları protestolarında yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Bu kategoriler çerçevesinde gerçekleştirilecek bir çözümleme ile çalışma sonucunda şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Çevrim içi olarak gerçekleştirilen hayvan hakları protestolarında yasal düzenlemeler ve adalet algısı nasıl bir yer tutmaktadır?
2. Çevrim içi olarak gerçekleştirilen hayvan hakları protestolarında toplumsal tepkiler hangi bağlamda gelişmektedir?
3. Çevrim içi olarak gerçekleştirilen hayvan hakları protestolarında siyasi/ideolojik konumlanış nasıl bir rol oynamaktadır?
4. Çevrim içi olarak gerçekleştirilen hayvan hakları protestolarında medya nasıl bir rol oynamaktadır?

3. Bulgular

Çalışma kapsamında elde edilen bulguları ortaya çıkartan çözümleme daha önce de belirtilen altı ana kategori çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kategoriler; Yasal Süreç ve Adalet Algısı, Etik ve Vicdani Tutumlar, Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış, Toplumsal Tepkiler, Yaşama Etkiler ve Medya Bağlamı şeklindedir. Belirlenen kategoriler kendi içinde bazı alt kategorileri de içermektedir. Yasal Süreç ve Adalet Algısı kategorisi, kanunların yeterliliği ve yetersizliği ile cezaların caydırıcılığı olmak üzere iki alt kategoride toplanırken Etik ve Vicdani Tutumlar kategorisi hayvan hakları-insan hakları ve “can” kavramına vicdani duyarlılık alt kategorilerini içermektedir. Buna ek olarak Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış kategorisi hükümet politikaları, iktidar muhalefet tartışmaları, popülist söylemler ve politik araçsallaştırma alt kategorilerini içerirken Toplumsal Tepkiler ve Yaşama Etkiler

kategorileri hayvanlara şiddete karşı öfke ve duygusal tepkiler, barınak sorununa yönelik yaklaşımlar ve hayvanseverler ile karşıtlarını kapsayan “biz” ve “onlar” dili kullanımı gibi alt kategorileri içermektedir. Öte yandan Medya Bağlamı kategorisinin herhangi bir alt kategoriye içermediği söylenebilir. Medya Bağlamı kategorisi daha çok dezenformasyon üretme ile suçlama ve hayvan hakları konusunda yanlış bilgi akışı ile yanlış bir kamuoyu oluşturma iddiaları ile de ön plana çıkmaktadır. Bu anlamda protestocuların çevrim içi ortamlarda anaakım medyayı eleştirdiği de görülmektedir. Hayvan haklarına yönelik çevrim içi protestoların en yoğunlaştığı kategorilerin vicdani tutumlar ile toplumsal tepkiler olduğunu söyleyebiliriz. Nitekim hayvanların maruz kaldığı şiddet ve söz konusu yasal değişikliğin bunu daha da artıracak düşüncesi söz konusu protestoları artıran temel etkenlerdendir. Dolayısıyla söz konusu hak arayışının mağduriyetleri giderme temelli olması nedeniyle bu beklenen bir sonuçtur.

Yasal Süreç ve Adalet Algısı

Yasal süreçler ve adaletin sağlanması toplumsal hareketlerin büyük bir çoğunluğunun temel amaçlarından biridir. Bu anlamda yeni toplumsal hareketlerde de yasal süreçlerin takibi ve adaletin tahsisi önemli bir noktayı temsil etmektedir. Dijital ağlarda varlık gösteren yeni toplumsal hareketlerin içerisinde değerlendirilebilecek olan eylemler de adalet ve yasal süreçlere ilişkin gelişmeleri ciddi anlamda takip etmektedir (Karaca, 2025; Tani & Boztepe Taşkıran, 2018). Bu aşama iki ayrı alanı kapsamaktadır. Hak arayışlarının ilk aşaması mevcut yasalar söz konusu hakları korumakta mı ya da yapılan değişiklik bir hak kaybına yol açmakta mı gibi sorular ön plana çıkarken ikinci aşamada ise yasaların uygulanıp uygulanmadığına odaklanmaktadır. Başka bir deyişle yasalar ve onun uygulanma biçimleri hak arayışına yol açmakta mıdır sorusu ön plana çıkmaktadır. Hayvan haklarına ilişkin dijital aktivizm örneklerine bakıldığında da adalet vurgusu ön plana çıkmaktadır (Aji, 2019). Bu çalışmada incelenen konu doğrudan bir kanun değişikliği ile ilişkili olması nedeniyle yasal süreçlere yoğun bir gönderme içermektedir. Ancak bir yasal düzenleme ile koruma altına alınması talebi olmayıp yasal değişikliğe karşı bir duruş görülmektedir.

Örnek 1: Adının Muammer Sezer olduğu iddia ediliyor. İzmir'de olmuş bu vicdansızlık. Destek olmak için paylaşın duyulsun, bu canı adam cezasız kalmasın #hayvanhakları #katliamyasasinahayir

Örnek 2: Geçici madde 4'de yer alan 31.12.2028 süre sınırı kaynağın zorunlu olarak harcanması gereken süreyi belirlemek için getirilmiştir. Belediyelerin sahipsiz başıboş köpekleri toplaması ve bakımevlerini hemen tesis etmesini öngören düzenlemeler ise 3 Ağustosta yürürlüğe girmiştir. Görevinizi suistimal etmeyin.

Hayvanları koruma kanunu, yasal bir düzenleme olması nedeniyle hayvan haklarındaki yasal süreçler bakımından sıkça tartışılmıştır. Bu tartışmaların büyük bir çoğunluğunun yasal düzenlemenin içeriği ve hayvan haklarını gasp edenlere karşı uygulanmayan yasalar olmuştur. Nitekim Örnek 1'de de görüldüğü gibi hayvanlara eziyet eden ya da katleden kişilerin yeterli bir şekilde hatta hiç ceza almaması

eleştirilmektedir. Örnek 1’de hayvanlara şiddet gerçekleştiren bir kişinin ceza alması için kamuoyu oluşturduğu görülürken buna benzer şekilde hayvanları öldüren ya da ağır işkenceler yapan kişilerin ceza almadığı da sıkça vurgulanmaktadır. Bu anlamdaki içerikler hem geçmişte yaşanmış ve bir anlamda süreci takip edilen olaylardan hem de hayvan hakları yasası tartışmalarının olduğu günlerde yaşanan olaylardan oluşmaktadır. Öte yandan sosyal medya ağlarında güncel olarak sunulan hayvan hakları yasasının konuşulduğu günlerde ortaya çıkan hak ihlali videolarının gerçekten güncel olup olmadığı teyite muhtaçtır. Örnek 2’de de görülen yasal düzenlemeye ilişkin bilgilendirmeler ise hayvan hakları ihlallerine ilişkin yapılan itirazlara yönelik bilgilendirme amaçlı paylaşımlardır. Bu anlamda yapılan paylaşımları hem kamu görevlileri hem de hukukçular ve hayvan hakları örgütlerinin temsilcileri yapmıştır. Hukukçular ve hayvan hakları örgütleri temsilcilerinin yaptığı paylaşımlar çoğunlukla yasal düzenlemenin yetersizliği ve hak ihlallerinin yeterince cezalandırılmadığı vurgusuna dayanmaktadır. Öte yandan kamu görevlileri ve bazı hukukçular yeni yasal düzenlemenin hayvanları daha fazla koruyacağını vurgulamaktadır. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki incelenen paylaşımlardaki genel görünüş itibarıyla yasal düzenlemelerin hayvan haklarını korumaktan uzak olduğu savunusunu belirginleşmektedir.

Etik ve Vicdani Tutumlar

Hayvan hakları gibi insanların duygularına ve vicdanına seslenen bir protesto veya toplumsal hareketin etik ve vicdani tutumları barındırması normaldir. Hayvanlara karşı yaklaşımların ya da alınan kararların etik boyutunu düşünmek gerekmektedir. Nitekim protestolara konu olan kanun değişikliği hayvanların yaşamını etkileyebilecek bir noktadadır. Buna ek olarak hayvan hakları protestolarında “can” kavramı üzerinden bir tartışma yürütülmektedir (Aşar, 2018). Hayvanların birer canlı olması nedeniyle onlara karşı vicdani davranılması gerektiği vurgulanmaktadır. Elbette alınan kararların etik bir boyutunun olması da kaçınılmaz bir beklentidir.

Örnek 1: Hayvanları Koruma Kanunu'nun Getirdiği Katliam!!... Bütün benliğimi yitirdim o gece. Ya siz ? @AYMBASKANLIGI #YasayıİptalEtAYM #KatliamYasasınaHayır

Örnek 2: Maymunun bir evde bulundurulması hem Hayvanları Koruma Kanunu hem de Kara Avcılığı Kanunu hükümlerine göre kabahattir. Peki maymunu hukuka aykırı şekilde sahiplenilen Çorumlu vatandaş, maymununa sahip çıkmadığı için bu yaralamadan taksirli olarak sorumlu tutulabilir mi? Maymun saldırgansa ve evden kaçtığında birine zarar verebileceği objektif olarak öngörülebilir ise evet.

Hayvanlara yönelik şiddet ya da başta yaşam hakkı olmak üzere hayvan haklarının ihlalleri etik ve vicdani olarak ciddi anlamda tartışılmaktadır. Hayvan ölümleri ve hayvanlara yönelik işkenceler yoğun bir tepkiye yol açmakta ve bu tepki hayvanları koruma kanuna yönelmektedir. Yasanın iptal edilmesi gerektiği #YasayıİptalEtAYM başlıklı etiket ile daha belirgin hâle gelmiş ve hayvanları koruma kanununa karşı X’te oluşan kamuoyunun merkezi bu etiket olmuştur. Bu kapsamda yapılan paylaşımların

içerisinde şiddet gerçekleştirilerek öldürülmüş hayvan görüntüleri hem fotoğraf hem de video olarak sıkça kullanılmıştır. Buna ek olarak Anayasa Mahkemesi'ne yönelik mahkemenin duvarı ve logosunu kanlı bir şekilde tasvir eden paylaşımlar sıkça kullanılmıştır. Örnek 1'de Anayasa Mahkemesi'nin yasayı iptal etmesi talep edilirken canice öldürülmüş hayvan görüntüleri kullanılmıştır. Söz konusu paylaşımda görselde yer alan hayvan ölümlerinin suçlusu olarak da yasa değişikliği gösterilerek bir daha böyle şeylerin yaşanmaması için yasanın iptal edilmesi gerektiği ön plana çıkarılmıştır. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki kullanılan görsellerin ne zaman çekildiğine ilişkin bir bilgi bulunmamaktadır. Buna karşın söz konusu durumun gerçekleşmesi ne zaman gerçekleştiğini önemsiz hâle getirmekte ve hayvan hakları ihlalini belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. Öte yandan, Örnek 2'de de görüldüğü gibi bazı kullanıcılar da yasa değişikliğinin insanların hayvanlara karşı korunması için gerekli olduğunu savunmaktadır. Yasa değişikliği ve yasanın iptaline ilişkin kamuoyunun olduğu günlerde evde bakılan bir maymunun kaçarak insanlara zarar vermesi örneğinden bir karşıt kamu oluşturulduğu görülmektedir. Burada belirtilen örnek çok spesifik ve nadir görülebilir bir durumdur ancak bunun genel olduğu ve insanların da korunması gerektiği düşüncesi ön plana çıkarılmaktadır. Bu anlamda yapılan paylaşımlarda sokak köpeklerinin saldırıları ile yaralanan ya da yaşamını yitiren kişilerin hakları vurgulanmakta ve insanlara karşı da aynı şekilde vicdani davranılması gerektiği belirtilmektedir. Başka bir deyişle insanların haklarının öncelikli olması gerektiği ve insana karşı vicdani davranılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış

Toplumsal hareketlerde ve protesto hareketlerinde ideolojik bir konumlanış ve siyasal kimliğin ön plana çıkması beklenen bir durumdur. Nitekim hem toplumsal hareketler hem de yeni toplumsal hareketler odaklandıkları konular bakımından belirli bir ideolojik kimliğe ve bulundukları toplum içerisindeki siyasete temas etmektedir. Ortaya çıkan sorunlar ya da toplumun belirli bir kesimi tarafından eksik görülen noktalar yönetenlerle ilişkili görüldüğü için bir karşı çıkış ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla toplumsal hareketlerin hedefinde olan siyasi yapılanmaya karşı bir söylem ya da eylem gerçekleştirmesi kaçınılmaz bir durumdur (Yeygel Çakır, 2017). Bu anlamda hayvan hakları için gerçekleştirilen dijital protestoların da siyasal söylemler içermemesi beklenemez.

Örnek 1: HAYVANLARI KORUMA YASASI DEĞİL, KATLİAM YASASI! Ankara Altındağ'da ve Niğde'de yaşanan acımasız köpek katliamları, bizleri derinden yaralamıştır. Bu korkunç olaylar, Hayvanları Koruma Kanununda değişiklik yapılmasının hayvan haklarının ihlali noktasında daha da vahim sonuçlarının olacağını bize göstermektedir.

Örnek 2: Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi'mizi kabul ederek yasalaştırdık. Sokaklarımızın daha güvenli hale gelmesini, evlatlarımızın parklarda gönül rahatlığıyla vakit geçirmesini, cami yolunda ve işe

giderken vatandaşlarımızın yaşadığı mağduriyetlerin önüne geçilmesini; hayvan, çevre ve toplum sağlığının korunmasını sağlayarak büyük bir sorunu çözüme ulaştıracaktır.

Hayvan haklarına yönelik paylaşımlar bir yeni toplumsal hareketin parçası olmaları nedeniyle belirli oranda siyasal ya da politik söylem içermektedir. Hayvanları koruma kanuna ilişkin oluşan kamuoyu hem kanunun hazırlayan siyasal iktidar hem de muhalefet tarafından şekillendirilmiştir. Muhalefetin oluşturduğu ya da katkı verdiği kamusal tartışma çoğunlukla yeni toplumsal hareket bağlamında oluşan söylemleri içermektedir. Örnek 1’de de görüldüğü gibi hayvanları koruma kanununda yapılacak değişikliklerin daha büyük hak ihlallerine neden olacağını ön plana çıkarmaktadır. Çeşitli yerlerde yaşanan hak ihlalleri örnek olarak verilmekte ve sürecin durdurulması amaçlanmaktadır. Öte yandan, Örnek 2’de de görülen siyasal iktidarın ve yasayı hazırlayanların görüşü ise hayvanları koruma kanunun hem insanlar hem de hayvanlar için bir konfor olduğu vurgusunu içermektedir. Örnek 2’de hayvanların daha korunaklı yerlerde karınlarını doyurarak iyi şartlarda yaşayacağı belirtilirken insanların da başta sokak köpekleri olmak üzere hayvan saldırılarına maruz kalmayacağı düşüncesi savunulmaktadır. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki her iki ideolojik görüş de ciddi anlamda popülist söylem içermektedir.

Toplumsal Tepkiler

Toplumsal hareketler ya da protestolar gerçek dünyada yani sokaklarda gerçekleştirilen eylemler de olsa dijital aktivizmin birer parçası olarak çevrim içi protestolar da olsa toplumsal tepkileri barındırmaktadır. Söz konusu protestolar karşı konulan bir durum için oluşan duyguları, üzüntüyü veya öfkeyi de barındıran eylem ya da söylemlerdir. Geleneksel toplumsal hareketlerde bir protesto eylemi ortaya çıkarken dijital aktivizmi barındıran protestolarda çok büyük bir oranda söylem bağlamında protestolar ortaya çıkmaktadır. Buna karşın dijital dünyada ortaya çıkan protestoların söylem ile oluşmasına karşın eylemlere kaynaklık ettiği de bilinmektedir. Bu anlamda yeni toplumsal hareketler toplumsal tepkileri ya da toplumun ortak duygu ve düşüncelerini dışa vurmaktır (Acar ve Tosun, 2019). Doğa ve hayvan hakları gibi durumlar duygu ya da hisleri daha yoğun bir şekilde etkilemektedir. Nitekim hayvanların yaşamını tehdit eden bir durum ortaya çıktığında bu durum daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Örnek 1: Türkiye’nin dört bir yanı hayvanları, hayvanları koruma kanunu çıkaranlardan koruyor. Fıkra bu kadar #AltındağdaKatliamVar #TürkiyedeKatliamVar #YasaDeğilCinayet

Örnek 2: Adı Hayvanları Koruma Kanunu ama Hayvanları korumuyor! Siyasiler verdikleri sözleri tutmadı, katliam hem insan hem de belediye eliyle devam ediyor! Hayvanların korunmadığı ortamda bir tweet ve Instagram postuyla #4EkimHayvanlarıKorumaGünü ’nü süslü sözler ve samimiyetsiz pozlarla kutlamak samimiyet getirmiyor! #Katliamda4Ekim

Hayvanları koruma kanunu hakkında yapılan değişikliğe ve hayvan hakları ihlallerine yönelik gerçekleştirilen protestolar dikkat çekmektedir. İncelenen paylaşımların hem sokak protestoları hem de dijital protestoların birbirini beslediğini göstermektedir. Örnek 1'in yer aldığı paylaşımda Türkiye'nin çeşitli yerlerinde gerçekleştirilen hayvan hakları protestolarından görseller kullanılmıştır. Burada yer alan görüntülerden birinde #yasadgilcinayet yazılı bir pankart açıldığı görülmektedir. Nitekim bu da hem sokağın hem de dijitalin birbirini beslediğini göstermektedir. Öte yandan toplumsal tepkilere bakıldığında hem Örnek 1 hem de Örnek 2'de hayvanların korunamadığı ve yasal düzenlemenin yetersiz kaldığı gibi geçmişe göre daha kötü bir noktaya gelindiği vurgulanmaktadır. Toplumsal tepkilerin temelinde hayvanların korunması talebi yatmaktadır. Ancak hem insanların hem de kamu kurumlarının bunda uzak olduğu düşüncesi tepkilerin merkezinde yer almaktadır.

Yaşama Etkiler

Toplumsal hareketlerin bir sonuç ortaya çıkarma dolayısıyla var olan bir şeyi değiştirme amacı vardır. Bu nedenle de çeşitli bağlamlarda eleştiriler getirilerek bir değişiklik yapılması için çalışılmaktadır. Örneğin yeni toplumsal hareketlerin odaklandığı iklim konusu iklim yasalarının çıkarılması ya da çevreci bir bilinç ile çevreye zarar verici eylemlerden uzak durulmasına yönelik önlemlerin alınmasını sağlamayı amaçlar. Başka bir deyişle toplumsal hareketler ve yeni toplumsal hareketler pratik yaşamda karşılığı olan sonuçlara ulaşmak için çabalamayı barındırmaktadır. Dolayısıyla da eksiklikler saptanmakta ve eleştirel bir dille değişiklik yapılması için kamuoyu oluşturulmaktadır. Bunun yanı sıra insanları bilinçlendirmek için çabalanması da söz konusudur (Mavi, 2021). Hayvan haklarına yönelik toplumsal hareketler ve protestoların da pratik yaşama yansıması olan beklentileri içermesi gerekmektedir. Nitekim bu anlamda yapılan çevrim içi protestoların hayvanlara daha iyi yaşam koşullarının sağlanmasına ilişkin bir gündemin oluşması kaçınılmazdır.

Örnek 1: Sokak hayvanlarına el uzatan ve onlara sıcak bir yuva sağlayan takım arkadaşlarımızla gurur duyuyoruz. 💜🐾🐾 #sokakhayvanlarıyalnızdeğildir

Örnek 2: Osmangazi'den örnek hareket! Personeler hayvan hakları eğitimi...

Hayvanları koruma yasasına ilişkin tepkiler ve gerçekleşen toplumsal hareketler insanların gündelik yaşamlarına çeşitli etkilerde bulunabilmektedir. Bu durum bireysel bir etki olabileceği gibi toplumsal ya da toplumsal yaşamı düzenleyen kurumları etkileme bağlamında da olabilmektedir. İncelenen tweetlerde görüldüğü gibi birçok insan hayvanlara mama ya da barınak sağlama anlamında faaliyetlerde bulunmuş ve bunları etiketlerde paylaşmıştır. Buna ek olarak bazı belediye, sivil toplum kuruluşu ve kamu kurumları hayvan hakları ile ilgili seminerler ya da hayvanlara yönelik faydalı aktiviteler gerçekleştirmiştir. Örnek 1'de birçok kişi tarafından sokak hayvanlarına yardım edilmiş ve bunlar paylaşılmıştır. Söz konusu paylaşımlar birçok kişiyi içererek bir topluluk yaratma ve bireyleri bu topluluğa dahil ederek hayvanlara daha fazla değer yaratma amacını taşımaktadır. Kurumlar bazında bakıldığında hayvan barınakları da

bulunan belediyelerin faaliyetleri oldukça önemlidir. Nitekim belediye personelleri sokak hayvanları ile etkileşim halinde bulunabilecek kişileri oluşturmaktadır. Bilinçli bir şekilde hayvanlara yaklaşan ve onların güvenli bir şekilde barınaklara getirilmesini sağlayacak adımların atılması oldukça önemlidir. Dolayısıyla ortaya çıkan toplumsal hareketlerin hayvan hakları anlamında bir pozitif durum ortaya çıkardığı ya da bunu geliştirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Medya Bağlamı

Medya, toplumların yaşamında önemli bir yeri kapsamaktadır. Toplumsal hareketler ya da toplumsal değişimler bakımından bir değerlendirme yapıldığında da medyanın önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Protestoların nasıl gerçekleştiği ve hangi bağlamların ön plana çıktığının belirginleştirilmesinde medya önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlamda medyanın ekonomi politik konumlanışı söz konusu protestoları nasıl aktardığını belirlemektedir. Buna ek olarak dijital medyada gerçekleşen çevrim içi protestoların da anaakım medya tarafından sunulma ya da görülmeme biçimleri de önemlidir. Bu anlamda medyanın söz konusu toplumsal harekete yaklaşımı onun toplumda algılanma biçimini belirli oranda etkileyebilmektedir (Ayhan ve Baloğlu, 2019). Hayvan hakları protestolarında da medyanın konuyu sunma biçimi çeşitli bağlamlarda ilgi çekici olmuştur. Bu durum zaman zaman siyasi söylem ile de ilişkilendirilebilir ancak medyanın konumunun protestolar içerisinde nasıl görüldüğünü saptamak önemlidir.

Örnek 1: Başiboş köpek çeteleri 🐕 2 Ağustos'ta yürürlüğe giren Hayvanları Koruma Kanunu'nun uygulanmasını ve tehlikeli sokak köpeklerinin toplanmasını engelleyen çeteler türemeye başladı. #KimÇözer

Örnek 2: Hayvan katliamcılarının bu acelesi neden? #hayvanhakları

Medya toplumsal hareketlerin gelişmesi ve yaygınlaşmasında önemli roller oynamaktadır. Hayvanları koruma kanununa ilişkin yürütülen protesto süreçlerinde de medyanın rolü zaman zaman ön plana çıkmıştır. Söz konusu rolün oluşmasında medyanın ekonomi politik konumlanışı belirgin bir şekilde kendini göstermiştir. Nitekim bazı medya kuruluşları yasa değişikliğini katliam yasası olarak tanımlarken bazı medya kuruluşları da yasa değişikliğine destek vermek için kamuoyu oluşturmak için çabalamıştır. Örnek 1, kanun değişikliğini radikal bir şekilde savunun bir örnek olarak görülmektedir. Yasa değişikliğine karşı çıkanlar çete olarak tanımlanırken tehlikeli "hayvanların toplanmasını engelleyen" gibi bir tanımlama dikkat çekmiştir. Bu anlamda popülist söylem ile habercilik gerçekleştirildiği ve kendi gündemini ön plana çıkarmak için radikal bir dil tercih edildiği söylenebilir. Öte yandan Örnek 2'de de görüldüğü gibi tam tersi durum ise "katliam" kelimesini kullanarak içi boşaltılmış bir söylem benimsenmiştir. Bu anlamda medyanın tam olarak kutuplaşmış ve ekonomi politik konumu nedeniyle politik ya da radikal bir dil kullanmıştır.

Sonuç

Çalışmada Türkiye’de 2024 yılının Temmuz ayında mecliste kabul edilerek yürürlüğe giren Hayvanları Koruma Kanunu’nda değişiklik yapılmasını öngören düzenlemeye yönelik protestolar incelenmiştir. Bu bakımdan çalışma yeni toplumsal hareketlere yönelik bir inceleme olmasının yanı sıra yalnızca dijital dünyadaki protestoları incelemeyi amaçlamıştır. Yapılan incelemede X platformunda Hayvanları Koruma Kanunu’na yönelik ciddi bir toplumsal muhalefetin olduğu saptanmıştır. Söz konusu muhalefet yalnızca politik bir bağlamda olmayıp konu ile ilişkili farklı kesimlerden insanları da kapsar niteliktedir. Nitekim hayvan hakları örgütleri, veterinerler ve hukukçular gibi konu ile ilişkili farklı kesimlerden yasa değişikliği ve hayvan haklarının konumuna yönelik açıklama ve paylaşımların yapıldığı saptanmıştır. Dolayısıyla Hayvanları Koruma Kanunu’na karşı hak arayışı bağlamında geniş katılımlı bir toplumsal hareketin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışma kapsamında incelenen tweetler 6 ayrı kategoride analiz edilmiştir. İnceleme kapsamındaki kategorilerden Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış ve Medya Bağlamı kategorileri karşıtlıklar üzerinden kurulan iki ayrı kamuoyunu barındıran paylaşımlar olmuştur. Bu anlamda, Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış kategorisi hem yasanın faydalı bir değişiklik olduğu ve hayvanlar için de insanlar için de yararlı olduğu savunulmuş hem de tam tersi olarak hayvanlara zarar verdiği ve hak ihlallerine yol açtığı öne sürülmüştür. Bu durum siyasal sistem ile ilgili olduğu gibi hayvan haklarına karşı hassasiyet gösteren insanların sayısına göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Ancak Siyasal Söylem/İdeolojik Konumlanış kategorisinde yer alan paylaşımlardan siyasilerin bilgilendirici açıklamaları çıkarıldığında popülist söylemler olduğu saptanmıştır. Öte yandan medya bağlamına bakıldığında medyanın ekonomi politik konumunun Hayvan Hakları Kanunu’na bakışı da hayvanlara ilişkin tartışmayı da belirlediği de açıkça görülmektedir. Medya kuruluşlarının ekonomi politik ilişkilerinin hayvan haklarına yönelik tutumlarını açıkça belirlediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu anlamda bazı medya kuruluşları Hayvan Hakları Kanunu’na karşı söylemler geliştirerek zararlı yanlarını aktarırken diğerleri ise olumlu yanlarını ön plana çıkartmaktadır. Söz konusu medya tutumları karşıt kamuların bir arada ve belirgin bir şekilde kurulduğu alanlar olmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen diğer 4 kategori olan Yasal Süreç ve Adalet Algısı, Etik ve Vicdani Tutumlar, Toplumsal Tepkiler ve Yaşama Etkiler kategorileri büyük bir oranda kendi içinde çelişmeyen bir bütünlük göstermiştir. Yasal Süreç ve Adalet Algısı kategorisi yasa değişikliğine ilişkin açıklamaların yanı sıra hayvan hakları ihlallerinin cezasız kaldığı vurgusuna dayanmaktadır. Etik ve Vicdani Tutumlar kategorisi hayvan haklarına yönelik etik tutumlar ve hak ihlallerinin vicdani boyutuna dayanırken Toplumsal Tepkiler de vicdani boyuta benzer şekilde hayvanların yaşama ve sağlık haklarının ihlallerine tepkileri barındırmaktadır. Ancak Etik ve Vicdani Tutumlar içerisinde hayvan hakları savunuculuğunun insan hakları ihlaline yol açmaması ve insanlara yönelik de vicdani bir bağlamın olması gerektiği vurgusu dikkat

çekmektedir. Buna ek olarak Toplumsal Tepkiler kategorisinin çoğunlukla spesifik olaylar üzerinden gittiği görülürken Etik ve Vicdani Tutumlar'ın genel bir bağlam içerdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bir diğer kategori olan Yaşama Etkiler ise söz konusu yeni toplumsal hareketin nasıl sonuçlar verdiği ve hak arayışına ilişkin olumlu adımların olup olmadığına yöneliktir. Bu bakımdan başta kamu kurumları olmak üzere çeşitli çevrelerin attığı adımların hak savunusu etiketlerine yansıdığı görülmüştür. Dolayısıyla belirli bir kesime de olsa protestoların etki ettiğini ve hak ihlallerinin etkilerini ortadan kaldıracak adımların atıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Kaynakça

- Acar, S., & Tosun, E. (2019). Kürk modası, kürk karşıtı hareketler ve modaya etkileri. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 9(19), 42-62. <https://doi.org/10.16950/iujad.501090>
- Aji, A. P. (2019). The role of social media in shaping the animal protection movement in Indonesia. In Proceeding of International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCCMS).
- Aksulu, M. (2013). Yeni toplumsal hareketler: Türkiye'de hayvan hakları savunuculuğu ve sosyal medya [Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Aşar, H. (2018). Hayvan haklarına yönelik temel görüşler ve yanlışları. Kaygı Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, (30), 239-251.
- Ayhan, B. ve Baloğlu, E. (2019). Yeni toplumsal hareketler ve sosyal medya. T. Livberber ve S. Tiryaki (Eds.), Sosyal Medya Çalışmaları: Kuram, Söylem, Pratik. İçinde (ss. 263-286). Literatürk Academia.
- Ayhan, B. ve Demir, Y. (2023). Sosyal medya, kamusal alan ve gözetim. H. Hülür ve C. Yaşın (Eds.), Yeni Medya, Toplum ve Kamusal Alan. İçinde (ss. 372-393). Ütopya Yayınevi.
- Baloğlu, E., & Uçak, A. (2023). Yeni toplumsal hareketler üzerine yapılan akademik çalışmaların bibliyometrik analizi. Türkiye Medya Akademisi Dergisi, 3(6), 544-563. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378885>
- Bartl, M., Kannan, V., & Stockinger, H. (2016). A review and analysis of literature on netnography research. International Journal of Technology Marketing, 11(2), 165-196. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2016.075687>
- Başçı, G. (2025). Sosyal medyanın siyasal katılımı etkilemedeki rolü. Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 6(2), 286-312.
- Castells, M. (2012). Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age. Polity Press.
- Daşar, E. (2024). Sokak köpekleri saldırısının hayvan hakları ve belediye sorumlulukları bağlamında ulusal basında sunumu: Hürriyet, Cumhuriyet ve T24 örneği. Intermedia International e-Journal, 11(21), 218-236. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1579036>
- Eyüboğlu, E., & Kodak, D. (2023). İnfodemi ve dijital kamusal alan: Afet dönemi özelinde bir araştırma. TRT Akademi, 8(18), 528-551. <https://doi.org/10.37679/trta.1277312>
- Ilgar, R. (2007). Türkiye'de hayvan hakları ihlallerine coğrafi açıdan bakış. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 347-360.
- Karaca, M. (2025). Dijital aktivizm bağlamında yeni toplumsal hareketler: Ulusal alan yazın üzerinden sistematik literatür taraması. Türkiye Medya Akademisi Dergisi, (10), 93-117. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17208127>
- Karakoç, A. G. (2004). Çevre sorunlarına etik yaklaşım. İçinde M. C. Marin & U. Yıldırım (Ed.), Çevre sorunlarına çağdaş yaklaşımlar (ss. 59-72). Beta Yayınları.

- Karakuş, M. (2021). Gelenekselden dijital propaganda araçlarının dönüşümü. *Selçuk İletişim*, 14(1), 462-491. <https://doi.org/10.18094/josc.776626>
- Kayaer, M. (2013). Çevre ve etik yaklaşımlar. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 63-76.
- Kılıç, S. (2015). Modern toplumda hayvan hakları üzerine felsefi bir yaklaşım. *TAAD: Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 6(22), 91-114.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. London: Sage.
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography for management and business research*. C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy (Eds.), *The Sage handbook of qualitative business and management research methods*, içinde (ss. 384-397). Sage.
- Maireder, A. ve Ausserhofer, J. (2016). Twitter’da siyasal söylemler: Ağlaştıma konuları, nesneleri ve insanlar. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, ve C. Puschmann (Eds.), *Twitter ve Toplum*. (Çev: E. Erbatur), içinde (s. 403-419). Kafka Yayınları.
- Mavi, İ. (2021). Küresel iklim değişikliği bağlamında yeni toplumsal hareket örneği olarak küresel çevreci hareketler. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 116-126. <https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.992608>
- Oksijen Gazete (2024). Sokak hayvanları yasa tasarısı Genel Kurul’da: Milletvekillerinden kırmızı boyalı eldivenlerle protesto. Erişim Tarihi: 08.10.2025. <https://gazeteoksijen.com/turkiye/sokak-hayvanlari-yasa-tasarisi-genel-kurulda-milletvekillerinden-kirmizi-boyalı-eldivenlerle-protesto-218162>
- Olgun, H. (2020). Batı felsefesinde hayvanın ahlâkî statüsü: Francione’nin abolisyonizmi üzerine bir değerlendirme. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(25), 3918-3935. <https://doi.org/10.26466/opus.720047>
- Resmî Gazete (2024). Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. Erişim Tarihi: 08.10.2025. <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/08/20240802-5.htm>
- Rollin, B. E. (2011). Animal rights as a mainstream phenomenon. *Animals*, 1(1), 102-115. <https://doi.org/10.3390/ani1010102>
- Schmidt, J. H. (2016). Twitter ve kişisel kamuların doğuşu. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, ve C. Puschmann (Eds.), *Twitter ve Toplum*. (Çev: E. Erbatur). İçinde (s. 47-61) Kafka Yayınları.
- Tani, E., & Boztepe Taşkiran, H. (2018). Çevreci sivil toplum kuruluşlarının dijital aktivizm faaliyetlerine yönelik bir araştırma. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, (47), 524-546.
- Tümer, S., & Yoğurtçu, G. (2023). Çevre etiği ve medyanın hayvan haklarına yönelik sorumluluğu: Türkiye gazeteleri örneği. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi (The Journal of International Civilization Studies)*, 8(2), 317-332. <https://doi.org/10.58648/inciss.1383310>
- We are social. (2025). X kullanıcı sayıları. Erişim Tarihi: 08.10.2025. <https://www.hootsuite.com/pages/digital-trends-2021#c-237279>.
- Yaşar, A., & Yerlikaya, H. (2004). Dünya’da ve Türkiye’de hayvan haklarının tarihsel gelişimi. *Veteriner Bilimleri Dergisi*, 20(4), 39-46.
- Yeygel Çakır, S. (2017). Sosyal medyada dijital aktivist hareketler üzerine kuramsal bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 753-783. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.303261>

Sokak Hayvanlarının Biyopolitik Dışlanması: Medya Söylemi, Risk ve Etik

Melis Karakuş¹

Giriş

Türkiye’de sokak hayvanları tartışmaları, son yıllarda toplumsal yaşamın ve gündelik siyasetin merkezi meselelerinden biri haline gelmiştir. Özellikle 2024 yılında Hayvanları Koruma Kanunu’nda yapılan kapsamlı değişiklikler, siyasal aktörlerin ve kamuoyunun dikkatini sokak köpekleri üzerine yoğunlaştırmış; bu süreçte medya söylemleri tartışmanın yönünü belirleyen başlıca etkenlerden biri olmuştur. Meclise sunulan teklifin ardından kamuoyunda “katliam yasası” olarak adlandırılan düzenlemeye ilişkin tartışmalar, medya gündeminde önemli bir yer tutmuş; haber sayısında gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Böylece sokak hayvanları meselesi, yalnızca hukuksal bir düzenleme alanı olmaktan çıkarak, medyanın üretim pratikleri, siyasal söylemler ve toplumsal kaygılarla iç içe geçmiş çok boyutlu bir tartışma zemini hâline gelmiştir.

Bu dönemde sokak hayvanlarının medyadaki temsili, yalnızca bilgi aktarımı açısından değil, kullanılan dilin gücüyle sosyal algı ve siyasi yönelimlerin şekillenmesi bakımından da dikkat çekici hale gelmiştir. Özellikle belirli haber çerçevelerinin yoğunlaşması, kamuoyunun meseleyi nasıl algıladığına ve hangi duygusal tepkiler üzerinden pozisyon aldığına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu nedenle medyadaki temsillerin, salt içerik aktarımından ibaret olmayan, politik ve kültürel sonuçlar doğuran bir süreç olduğu açıktır.

İletişim kuramları açısından bakıldığında medya, bu süreçte yalnızca “yansıtıcı” bir araç değil, toplumsal gerçekliği söylem düzeyinde yeniden kuran, belirli anlam çerçeveleri üreten bir iktidar alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Hall’ın (1997) temsil kuramında vurguladığı üzere, medya dünyayı olduğu gibi yansıtmaktan çok, onu belirli anlamlandırma sistemleri içerisinde yeniden üretir. Dolayısıyla haber metinlerinin seçtiği sözcükler, vurgular ve anlatım tercihleri, kamuoyunun meseleyi hangi perspektiften anlamlandıracağını büyük ölçüde belirler. Bu bakış açısı, sokak hayvanlarının “tehlike”, “mağduriyet” veya “kamusal düzen” gibi temalar çerçevesinde sunulmasının, toplumsal duygu durumunu ve siyasal tartışmaları doğrudan etkilediğini göstermektedir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, İletişim Fakültesi, Uşak. Orcid: 0000-0002-5758-7792

Benzer şekilde, gündem belirleme kuramı (McCombs ve Shaw, 1972), medyanın “ne hakkında düşünmemiz gerektiğini” belirlediğini; çerçeveleme yaklaşımı ise (Entman, 1993) bu meseleler hakkında “nasıl düşünmemiz gerektiğini” yönlendirdiğini ortaya koyar. Bu iki kuramsal çerçeve birlikte düşünüldüğünde, sokak köpekleri meselesinin bir anda ulusal gündemin üst sıralarına yerleşmesi ve haberlerde belirli çerçevelerin sürekli tekrar etmesi, tartışmanın toplumsal ve siyasal düzeyde neden bu kadar kutuplaştırıcı hâle geldiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla medya, yalnızca olayları görünür kılmakla kalmayıp, belli bir duygusal atmosfer yaratarak kamuoyunun meseleye yönelik tutumlarını da biçimlendirmektedir.

Nitekim Daşçı’nın (2025) bulguları, Mayıs–Temmuz 2024 döneminde sokak hayvanlarına ilişkin haberlerde belirgin bir artış yaşandığını; ancak bu haberlerde sokak köpeklerinin çoğunlukla “saldırganlık”, “tehdit” ve “güvenlik riski” çerçeveleriyle temsil edildiğini göstermektedir. Bu çerçevelerin yoğunluğu, risk iletişimi literatüründe tartışılan “sosyal olarak büyütülmüş risk algısı” mekanizmasını hatırlatmaktadır (Kasperson, 1988). Başka bir ifadeyle medya, belirli olayları sürekli tekrar ederek ya da dramatize ederek risk algısını artırabilmekte; böylece toplumsal kaygıyı siyasal süreçlerle etkileşen bir düzleme taşımaktadır.

Bu çalışma, Türk medyasındaki sokak hayvanı temsillerini akademik literatür, haber içerikleri ve sivil toplum raporları ışığında inceleyerek, temsillerin söylemsel karakterini, toplumsal algı üzerindeki etkilerini ve hak temelli habercilik açısından eksiklikleri tartışmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, yalnızca medyanın üretim pratiklerine değil, aynı zamanda insan–hayvan ilişkileri, toplumsal korkuların inşası ve etik sorumluluklar çerçevesinde değerlendirilmesi gereken daha geniş bir teorik zemine başvurulmaktadır. Uluslararası literatürde yer alan insan–hayvan ilişkileri (Noske, 1997; DeMello, 2012), feminist yeni-materyalist yaklaşımlar (Haraway, 2008), risk iletişimi çalışmaları (Kasperson, 1988) ve medya etiği tartışmaları (Ward, 2015), Türkiye’deki sokak hayvanları meselesinin medya tarafından nasıl anlamlandırıldığını çözümlemek için önemli kuramsal dayanaklar sunmaktadır.

Bu kuramsal çerçeveler ışığında, medyadaki sokak hayvanı temsillerinin yalnızca anlık haber pratikleriyle sınırlı kalmadığı; aksine toplumdaki insan–hayvan ilişkilerini, korku ve güvenlik söylemlerini, hatta siyasal karar alma süreçlerini şekillendiren bir etki alanı yarattığı görülmektedir. Bu nedenle, sokak hayvanlarına ilişkin medyatik söylemin analizi, hem hak temelli habercilik ilkelerinin hem de demokratik kamusal tartışmanın niteliğinin değerlendirilmesi açısından kritik öneme sahiptir.

1. Medyada Sokak Hayvanlarının Temsili

Türkiye’de hayvan haberciliğine ilişkin çalışmaların sınırlı olmakla birlikte giderek arttığı görülmektedir. Bu alandaki araştırmaların son yıllarda yoğunlaşması, hem sokak hayvanları tartışmasının medyada daha görünür hale gelmesiyle hem de insan–hayvan ilişkilerinin toplumsal ve siyasal boyutlarının daha fazla sorgulanmasıyla yakından ilişkilidir. Bu çerçevede Tümer ve Yoğurtçu’nun (2023) ulusal gazetelerde yürüttüğü

içerik analizi önemli bir boşluğu doldurmakta; araştırmacılar, hayvan haberlerinin büyük çoğunlukla saldırı, tehlike ve vahşet temaları üzerinden işlendiğini ortaya koymaktadır. Dahası, haberlerin önemli bir kısmında hayvanlara yönelik insan kaynaklı sorumlulukların —kısırlaştırma, bakım, besleme, nüfus politikaları gibi— görünmez kılındığı saptanmıştır. Bu görünmezlik, tartışmanın yalnızca hayvanların davranışlarına odaklanan tekil bir çerçeveye sıkışmasına yol açmakta ve yapısal sorunların kamuoyu tarafından kavranmasını zorlaştırmaktadır. Bu bulgu, Daşcı'nın (2025) medya içeriklerinde sokak köpeklerinin sistematik biçimde "güvenlik tehdidi" olarak sunulduğuna yönelik analizleriyle de dikkat çekici bir paralellik göstermektedir.

Dolayısıyla, sokak hayvanları çoğu zaman kentsel yaşamın bir bileşeni ya da ortak yaşamın etik öznesi olarak değil, bilhassa "kontrol edilmesi gereken sorun" ve "kamusal düzen için risk" söylemleri içinde konumlandırılmaktadır. Bu konumlandırma yalnızca metin düzeyinde değil, aynı zamanda haberlerde kullanılan imgeler, çarpıcı başlıklar ve metaforik anlatımlar aracılığıyla pekiştirilmektedir. Böylece medya, sokak köpeklerini haberin merkezine taşıırken, bu merkezileştirmeyi çoğunlukla negatif anlam örgüleri üzerinden gerçekleştirmekte; toplumsal algıyı da bu olumsuz çerçevenin içinde yeniden üretmektedir. Bu durum, temsil süreçlerinin ideolojik karakterini daha görünür kılmakta; medyanın gerçekliği olduğu haliyle yansıtmak yerine, belirli toplumsal kaygıları ve siyasal konumlanmaları yeniden üreten bir söylem alanı olduğunu hatırlatmaktadır.

Bu tablo, uluslararası literatürde hayvanların medyadaki temsiline yönelik eleştirilerle de büyük ölçüde örtüşmektedir. Freeman (2009), haber medyasının hayvanları çoğu zaman kriz, tehlike, ekonomik verimlilik ve "kamu düzeni sorunu" eksenlerinde çerçevelediğini; bu nedenle hayvanların çoğunlukla fail, tehdit unsuru ya da araçsallaştırılmış bir üretim nesnesi olarak sunulduğunu göstermektedir. Benzer biçimde Almiron, Cole ve Freeman (2015), ana akım medyanın hayvanları ya "tehdit figürü" ya da "tüketim/ürün nesnesi" olarak konumlandığını, bu iki çerçeve dışında daha kapsayıcı ve etik temelli temsil biçimlerinin oldukça sınırlı kaldığını belirtmektedir. DeMello (2012) ise insan-hayvan ilişkilerinin medyada çoğu zaman türcü bir bakış açısıyla ele alındığını ve hayvanların özne olmaktan ziyade dramatik olay örgüsünün bir unsuru olarak temsil edildiğini vurgular. Uluslararası literatürdeki bu eleştiriler, Türkiye'deki haber üretim pratiklerini anlamlandırmak açısından önemli bir teorik zemin sağlar; zira sokak hayvanlarına ilişkin haberlerde görülen güvenlik ve tehdit temelli çerçeveler, küresel medya eğilimlerinin yerel bir yansıması niteliği taşımaktadır.

Benzer şekilde, Dilek vd., (2025) yürüttüğü çalışma, sokak köpeklerine dair köşe yazılarında ideolojik konumlanmanın belirleyici olduğunu göstermektedir. Yazarlarda gözlemlenen bu ideolojik ayrışma, medyanın meseleye çözüm odaklı bir yaklaşım geliştirmesini güçleştirmekte; aksine konu, siyasal kutuplaşmanın uzantısı olan bir tartışma alanına dönüşmektedir. Bu doğrultuda medya içeriklerinde mesele çoğunlukla "insanı tehdit eden başıboş köpekler" ile "aşırı duyarlı hayvansever gruplar" arasındaki bir karşıtlık şeklinde sunulmakta; böylece yapısal bir politika

tartışması yerine taraflara göre şekillenen duygusal ve ideolojik bir kısır döngü ortaya çıkmaktadır. Gamson ve Modigliani'nin (1989) "söylem paketleri" kavramı dikkate alındığında, bu durum iki karşıt söylem paketinin —güvenlik söylemi ve yaşam hakkı söylemi— medyada sürekli çatışması olarak okunabilir. Bu çatışma, kamuoyunun meseleyi çözüm üretme perspektifinden ziyade "taraf olma" psikolojisiyle değerlendirmesine yol açarak tartışmayı daha da sertleştirmektedir.

Sonuç olarak, hem ulusal hem uluslararası literatür, hayvan haberciliğinin yalnızca bilgi aktarımından ibaret olmayıp, toplumsal algı, siyasal yönelimler ve etik değerlendirmeler üzerinde belirleyici etkiler yaratan bir söylem alanı olduğunu göstermektedir. Türkiye'deki sokak hayvanları tartışmasının medyatik inşası da bu bağlamda, güvenlik endişeleri ile hak temelli yaklaşımlar arasında sıkışan ve giderek daha çatışmacı hale gelen bir temsil pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Ötekileştirme, Türcülük ve Söylemsel Yaklaşımlar

Medya temsillerinin türcü bir hiyerarşiyi yeniden ürettiği literatürde sıkça vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım, insan türünü merkeze alan ve diğer canlıları ikincil, edilgen ya da araçsallaştırılabilir bir konuma yerleştiren antroposentrik bir çerçeveye dayanmaktadır. Haber dilinde kullanılan "tehlike", "sorun", "pislik", "başboş", "ıslah edilmeli" gibi sıfatlar ve betimlemeler, bu hiyerarşik düzenin gündelik iletişim pratikleri içinden yeniden üretilmesinin en görünür yollarından biridir. Dolayısıyla türcülük, yalnızca etik bir kavram değil; haber metinlerinin sözcük seçimlerinden olay örgülerine kadar uzanan geniş bir alanda ideolojik bir işlev gören temsil biçimidir.

Daşçı (2025), Anadolu Ajansı'nda yer alan haberleri analiz ederken bu ideolojik işlevi somut biçimde ortaya koymakta; sokak köpeklerinin haber söyleminde sistematik biçimde "tehdit", "risk" ve "saldırganlık" temalarıyla ilişkilendirildiğini ve bu temsil biçimlerinin belirgin bir türcü ötekileştirme ürettiğini göstermektedir. Bu bulgular, medyanın sokak hayvanlarını kamusal düzen için bir sorun ya da güvenlik riski olarak kodlayan dilini görünür kılmaktadır. Bulunmaz'ın (2024) türcülük eleştirisi de bu noktada önemlidir; zira yazar, hayvanların değerinin sıklıkla insan yararı üzerinden belirlendiğini ve bu insan merkezci yaklaşımın tıpkı ırkçılık ya da cinsiyetçilik gibi ideolojik bir ayrımcılık biçimi olarak işlediğini vurgular. Bu perspektif, sokak hayvanlarının medyada tehdit figürü olarak sunulmasının yalnızca dilsel bir tercih olmadığını, aynı zamanda insanı merkeze alan hiyerarşik bir iktidar anlayışını yeniden ürettiğini göstermektedir. Dolayısıyla medyadaki türcü söylem, hem insan-dışı canlıların öznelliğini silmekte hem de insan türünün koşulsuz üstünlüğünü pekiştirerek toplumsal algının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

Türcülük kavramı, Noske'nin (1997) ve sonrasında gelişen eleştirel hayvan çalışmaları literatürünün katkılarıyla, insan merkezci hiyerarşinin etik, politik ve toplumsal sonuçlarını görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede türcülük, yalnızca bireysel önyargıların değil, kurumsal ve yapısal şiddetin de kavramsallaştırılmasını mümkün kılar. Cole ve Stewart (2014), kültürel temsil pratikleri ve toplumsal öğrenme

süreçleri aracılığıyla hayvanların nasıl “öteki”leştirildiğini ele alarak, bu sembolik konumlandırmaların onları “tehlikeli öteki” ya da değersiz yaşam formları olarak kodlayan yapısal şiddeti normalleştirdiğini savunur. Bu perspektif, sokak hayvanlarına yönelik radikal kontrol politikalarının veya şiddet içeren çözüm önerilerinin kamuoyunda nasıl meşruiyet kazanabildiğini anlamak açısından önemlidir. Stuart (2014) ise hayvan hakları tartışmalarının medyada sıklıkla “ahlaki panik” formunda kurulduğunu; toplumsal kaygıların hem hayvan lehine hem de aleyhine söylemlerde manipülatif biçimde kullanılabildiğini göstermektedir. Bu panik söylemi, sokak köpeklerini kamusal düzen için bir tehdit olarak çerçeveleyerek meseleyi rasyonel politika tartışmalarından uzaklaştırmakta ve duygusal kutuplaşmayı derinleştirmektedir.

Türcü temsiller yalnızca hayvanların olumsuzlaştırılmasıyla sınırlı değildir. Medya söylemi aynı zamanda hayvan hakları savunucularını da belirli kalıplara hapseder. Bu gruplar sıklıkla “aşırı duygusal”, “gerçeklikten kopuk”, “sorun yaratan” ya da “kamusal düzeni tehdit eden” aktörler olarak damgalanmaktadır. Böylece medya, hem hayvanları hem de hayvanların yaşam hakkını savunan birey ve örgütleri ötekileştiren çift yönlü bir söylem üretmektedir. Bu süreç, kamuoyunun meseleyi bir hak tartışmasından ziyade bir çatışma alanı olarak görmesine neden olmakta; bu da sokak hayvanlarına yönelik şiddeti, zorlayıcı politikaları veya radikal çözüm önerilerini meşrulaştırabilecek bir algısal zemin yaratmaktadır. Bu temsil pratikleri, aynı zamanda biyopolitika yaklaşımı çerçevesinde de değerlendirilebilir. Foucault’nun (1978) modern iktidarın yaşamı düzenleme biçimlerini açıklayan biyopolitika kavramsallaştırması, devletin hangi yaşamların korunacağını, hangilerinin ise dışlanabilir ya da müdahaleye açık konumda tutulacağını belirleyen yönetim tekniklerini ortaya koyar. Agamben’in (1998) “çıplak hayat” tartışması ise bu dışlanan grupların hukuki ve etik korumadan mahrum bırakılarak bir “istisna alanına” yerleştirildiğini ve böylece müdahaleye açık hâle getirildiğini göstermektedir. Sokak hayvanlarının medyada “tehlike”, “risk” ve “kontrol edilmesi gereken nüfus” olarak çerçevelenmesi, onları Esposito’nun (2011) ifade ettiği biçimde biyopolitik bir dışlanma alanına yerleştirerek hak öznesi konumundan uzaklaştırır. Bu çerçevede güvenlik temelli söylemler, sert müdahalelerin meşrulaşmasını kolaylaştırmakta ve hayvanların yaşam hakkının koşullu bir kategoriye dönüşmesine zemin hazırlamaktadır.

Bu çerçevede Türkiye’de sokak köpeklerine ilişkin medyatik temsil, yalnızca yerel habercilik pratiklerinin bir sonucu olarak değerlendirilemez. Aksine, eleştirel hayvan ve medya çalışmaları literatürünün (Almiron vd., 2015) ortaya koyduğu küresel türcü habercilik eğilimlerinin yerel bir yansıması niteliği taşır. Uluslararası literatürde sıklıkla vurgulanan temalar —hayvanların tehdit figürü olarak çerçevelenmesi, hayvan hakları savunucularının marjinalleştirilmesi ve medyanın ahlaki panik üretimine aracılık etmesi— Türkiye’deki sokak hayvanı tartışmasının medyatik doğasını anlamada da belirleyici bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Bu nedenle sokak hayvanlarına ilişkin medya temsilleri, hem yerel sosyo-politik bağlamı hem de küresel medya ideolojilerini

birlikte ele almayı gerektiren çok katmanlı ve karşılaştırmalı bir analiz alanı oluşturmaktadır.

3. Hak Temelli Medya Yaklaşımı

Sivil toplum örgütlerinin geliştirdiği hak temelli habercilik yaklaşımı, medyanın ayrımcı dil ve mağduriyet anlatıları yerine yaşam hakkını önceleyen, sorumluluk bilincini hatırlatan ve çözüm odaklı bir perspektifi benimsemesini amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, özellikle kırılgan gruplara dair haberlerde, haber dili ve çerçevesinin yalnızca bilgi aktaran bir araç olmadığı; aynı zamanda toplumsal eşitsizlikleri yeniden üreten veya dönüştüren bir söylem alanı olduğu fikrine dayanır. STGM'nin, Doğan (2019) tarafından aktarılan modelinde, haberciliğin temel görevinin bir olaydan "hak ihlali bildirimi" üretmek olduğu belirtilir. Bu model, önyargılı, ajitasyon içeren, abartılı veya nesneleştirici bir dilin terk edilmesini; bunun yerine aktörlerin öznelliklerinin, bağlamsal bilgi ihtiyacının ve toplumsal sorumlulukların öne çıkarılmasını önerir.

Bu çerçeve hayvan haberciliğine uygulandığında, sokak hayvanlarının yalnızca "tehlike unsuru", "zarar potansiyeli" ya da "korunmaya muhtaç mağdur" olarak temsil edilmesi yerine, yaşam hakkına sahip özneler olarak değerlendirilmesi gerektiği ortaya çıkar. Hak temelli yaklaşım, hem kullanılan dilin hem de seçilen görsel materyalin—örneğin saldırganlık çağrışımı yapan fotoğrafların, dramatik başlıkların veya duygusal manipülasyon içeren söylemlerin—etik açıdan yeniden gözden geçirilmesini gerektirir. Böyle bir yaklaşım, haberciliğin merkezine empatiyi, sorumluluğu ve karşılıklı yaşam alanlarını koruma anlayışını yerleştirir. Dolayısıyla hak temelli çerçeve, yalnızca içerik üretiminde değil, aynı zamanda olayların seçimi, kaynak kullanımı ve haberin toplumsal etkisinin değerlendirilmesi aşamalarında da kapsamlı bir dönüşüm gerektirir.

Uluslararası medya etiği literatürü de bu yaklaşımı destekleyen paralel bir perspektif sunmaktadır. Ward (2015), etik haberciliğin yalnızca insan haklarıyla sınırlı olmadığını; medyanın çevresel sorunlar, ekolojik krizler ve hayvan hakları gibi alanlarda da kamusal sorumluluğa sahip olduğunu vurgular. Böylece etik habercilik, yalnızca "zarar vermemek" ilkesine değil, aynı zamanda kırılgan yaşam biçimlerini korumaya yönelik pozitif yükümlülöklere de işaret eder. Haraway (2008), "When Species Meet" adlı çalışmasında, insan ve hayvan arasındaki karşılaşmaların etik boyutunun modern toplumlarda sıklıkla görünmez kıldığını; bu görmezden gelmenin insan dışı canlıların öznelliklerini silikleştirdiğini ifade eder. Couldry (2012) ise medyanın "sosyal dünya"yı kurarken özellikle sesini duyuramayan gruplara karşı daha yüksek bir sorumluluk taşıdığını belirtir. Bu çerçevede hayvanlar da doğrudan politik aktör olarak temsil edilmeseler bile, medya etiğinin kapsayıcı çerçevesi içinde korunması gereken kırılgan gruplar arasında yer almaktadır.

Ancak mevcut literatür (Tümer ve Yoğurtçu, 2023; Daşçı, 2025), Türkiye'de hak temelli habercilik ilkelerinin hayvan haberlerine yeterince yansımadağını göstermektedir. Haber pratiklerinin hâlâ büyük ölçüde sansasyon, dramatizasyon ve kutuplaştırıcı söylem etrafında şekillendiği; risk ve tehdit çerçevelerinin haber dilinde baskın olduğu

görülmektedir. Bu tablo, hak temelli haber etiği ile pratik habercilik arasındaki mesafenin ne kadar geniş olduğunu ortaya koymakta ve mevcut temsil biçimlerinin dönüşebilmesi için hem kurumsal hem de kültürel düzeyde ciddi bir paradigma değişimine ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla sokak hayvanlarına ilişkin haberlerin etik temelde yeniden inşa edilmesi, yalnızca habercilik standartlarını iyileştirmekle sınırlı olmayıp, aynı zamanda toplumun hayvanlarla kurduğu ilişkiyi daha adil ve kapsayıcı bir zemine taşımayı da gerektirmektedir.

4. İletişim Kuramları Çerçevesinde Medyanın Rolü

Sokak hayvanlarının temsili, iletişim kuramları açısından üç düzeyde ele alınabilir:

Gündem belirleme

Sokak hayvanlarının temsili, iletişim kuramları açısından öncelikle gündem belirleme düzeyinde ele alınabilir. Gündem belirleme kuramının kurucularından McCombs ve Shaw'ın (1972) ortaya koyduğu üzere medya, kamuoyunun hangi meseleleri önemli olarak değerlendireceğini büyük ölçüde belirler. Türkiye'de sokak köpekleri tartışmasının son yıllarda haber bültenleri, dijital platformlar ve siyasal açıklamalar aracılığıyla yoğun biçimde gündeme taşınması, konunun kamuoyunun zihninde hızla "öncelikli meselelerden biri" hâline gelmesine yol açmıştır. Bu görünürlük artışı yalnızca medyanın haber seçimiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda meselenin siyasal aktörler tarafından sahiplenilmesini, yasal düzenleme çağrılarının çoğalmasını ve tartışmanın politik gündem üzerinde belirleyici bir etkide bulunmasını da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla sokak hayvanları meselesinin güncel siyasal tartışmaların merkezine yerleşmesi, medyanın gündem belirleyici rolünün somut bir yansımasıdır.

Çerçeveleme

Haberlerde kullanılan dil, metaforlar, başlıklar ve görsel öğeler, sokak hayvanları meselesinin çoğunlukla güvenlik ve risk ekseninde çerçevelenmesine yol açmaktadır. Entman'ın (1993) çerçeveleme yaklaşımının ortaya koyduğu üzere medya, bir olayı yalnızca seçmekle kalmaz; aynı zamanda o olaya ilişkin nedensel yorumları, duygusal tepkileri ve çözüm önerilerini de belirleyen anlam kalıpları üretir. Türkiye'de sokak köpekleri tartışmasında bu mekanizma özellikle belirgindir: "tehlike", "risk", "saldırganlık", "kontrol" gibi kavramlarla kurulan haber dili, kamuoyunun meseleyi hangi duygusal tonla değerlendirmesi gerektiğine dair güçlü bir yönlendirme sunar. Böyle bir çerçeveleme, yalnızca "bu konuya dikkat edin" demekle sınırlı değildir; aynı zamanda hangi tarafın mağdur, hangisinin tehdit olduğu, hangi çözümlerin makul ve meşru sayıldığı gibi normatif sonuçlar yaratır. Bu nedenle medya, olayları aktaran pasif bir araç olmaktan çıkarak, meseleye dair toplumsal anlamı kuran ve yönlendiren aktif bir söylem üreticisine dönüşmektedir.

Risk iletişimi

Saldırı vakalarının dramatik ve yoğun sunumu, riskin algılanışını büyüten bir etki yaratmakta; bu da kolektif duygulanımı (korku, öfke, tiksinti) tetikleyerek daha sert politikaların destek görmesini sağlayabilmektedir (Kasperson, 1988). Sandman'ın (1994) "öfke-risk" ilişkisine dair bulguları, bu tür haber sunumlarının rasyonel değerlendirmeden ziyade duygusal tepkileri harekete geçirdiğini göstermektedir. Ungar'ın (2001) moral panik analizleri ise medyanın bu söylemsel yapıları, toplumsal tehdit algısını olağanüstü boyutlara taşıyan bir panik atmosferine dönüştürebildiğini ortaya koyar. Böylece risk iletişimi, yalnızca bilgi paylaşımı değil, aynı zamanda toplumsal kaygıyı örgütleyen bir mekanizma olarak işlemektedir.

Bu kuramsal çerçeveler, Türkiye'de sokak hayvanlarının medyadaki temsillerini yalnızca içerik düzeyinde değil, aynı zamanda güç ilişkileri, siyasal iktidar ve toplumsal algı dinamikleri bağlamında anlamayı mümkün kılmaktadır. Medya, sokak hayvanları tartışmasında yalnızca olayları haberleştiren pasif bir araç değil, gündemi belirleyen, çerçeveleyen ve risk algısını biçimlendiren etkin bir siyasal iletişim aktörü haline gelmektedir. Bu nedenle medyadaki temsil biçimlerinin, toplumdaki korku, güvenlik ve yaşam hakkı tartışmalarını nasıl dönüştürdüğünü analiz etmek, söz konusu meselenin siyasal ve kültürel niteliğini daha iyi kavramayı sağlar.

Kuramsal Çerçeve ve Literatürün Konumlandırılması

Bu çalışma, sokak hayvanlarının Türkiye medyasındaki temsiline ilişkin mevcut akademik tartışmayı yeniden değerlendiren kuramsal bir incelemedir. Araştırma, nitel veri üretmeye dayalı ampirik bir çalışma olmaktan ziyade, temsil, söylem, çerçeveleme ve risk iletişimi gibi iletişim kuramları aracılığıyla literatürdeki bulguları teorik bir bütünlük içinde yeniden okumayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda ulusal basında yer alan haberler, köşe yazıları, HAKİM gibi örgütlerin raporları ve Anahtar Parti Ar-Ge (2025) gibi politika dokümanları, örneklem olarak değil, literatürde tartışılan söylemsel eğilimleri göstermek amacıyla ikincil veri olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada öne çıkan temalar; temsil kuramı (Hall, 1997), gündem belirleme (McCombs ve Shaw, 1972), çerçeveleme (Entman, 1993), riskin toplumsal yükseltilmesi (Kasperson, 1988), moral panik (Ungar, 2001), türçülük (Noske, 1997; DeMello, 2012) ve biyopolitika (Foucault, 1978; Agamben, 1998; Esposito, 2011) gibi kuramsal yaklaşımlar üzerinden tartışılmıştır. Dolayısıyla çalışma, sokak hayvanlarının medyadaki temsiline ilişkin tartışmayı, nicel bir içerik çözümlemesine başvurmadan; temsil, söylem, ideoloji, risk ve türçülük eksenlerinde kuramsal olarak yeniden konumlandırmayı hedefleyen bir kavramsal analiz niteliği taşımaktadır.

Özellikle Daşçı (2025) ve Dilek vd., (2025) çalışmaları, medyada yer alan temsil kalıplarının analizi için temel referans olarak kullanılmıştır. Bu çalışmalar üzerinden, sokak köpeklerine atfedilen anlamların, kullanılan dil ve çerçevelerin ve öne çıkan metaforların iletişimsel işlevi tartışılmıştır. Ayrıca Anahtar Parti Ar-Ge raporu (2025) ve STGM (2019) kaynakları, medyanın toplumsal etki ve hak temelli habercilik bağlamındaki rolünü değerlendirmek amacıyla incelenmiştir.

Buna ek olarak, çalışmada elde edilen bulgular; temsil (Hall, 1997), gündem belirleme (McCombs ve Shaw, 1972), çerçeveleme (Entman, 1993), riskin toplumsal yükseltilmesi (Kasperson, 1988), moral panik (Ungar, 2001) ve türçülük (Noske, 1997; DeMello, 2012) gibi iletişim ve insan-hayvan çalışmaları literatüründe yer alan kavramlar üzerinden yeniden yorumlanmıştır. Bu nitel yaklaşım, eldeki verileri nicel bir sıklık ölçümünden ziyade, temsil, söylem, ideoloji, çerçeveleme ve risk iletişimi gibi iletişim bilimleri kavramları üzerinden okuma imkânı sunmaktadır.

Tartışma

Medyada Saldırganlık ve Tehdit Retoriği

Analiz edilen kaynaklar, medyada sokak hayvanlarının ağırlıklı olarak negatif bir retorikle çerçvelendiğini göstermektedir. Daşcı'nın (2025) incelemesine göre, Anadolu Ajansı haberlerinde sokak köpekleri "tehdit", "saldırgan", "güvenlik riski" gibi nitelermelerle sunulmakta; bu söylem giderek siyasal tartışmalara eklemlenen bir korku söylemi yaratmaktadır. Tümer ve Yoğurtçu'nun (2023) bulguları da ulusal gazetelerde benzer bir dilin hâkim olduğunu doğrular.

Bu söylem, sorunun yapısal bileşenlerini (kısırlaştırma, besleme, yerel yönetim politikaları, barınak koşulları) görünmez kılmakta; kamuoyunu hayvanları suçlayan ve tehlikeli bulan bir algıya yöneltmektedir. Risk iletişimi açısından bakıldığında, bu tür çerçeveleme riskin rasyonel değerlendirilmesinden ziyade, duygusal tepkileri harekete geçiren dramatik bir risk algısı doğurmaktadır. Kasperson'un (1988) "riskin toplumsal yükseltilmesi" modeli, Türkiye'de sokak köpeklerine ilişkin haberlerin seçili saldırı vakalarını tekrar tekrar gündeme getirerek risk algısını nasıl artırdığını açıklamaya yardımcı olur.

Köşe Yazılarında İdeolojik Çatışma

Dilek vd., (2025), sokak köpekleri hakkında kaleme alınan köşe yazılarının ideolojik kutuplaşmanın mikro bir alanı haline geldiğini; bir kısım yazarın itlafı savunurken diğerlerinin ortak yaşam kültürünü vurguladığını ortaya koymaktadır. Bu durum, medyanın farklı ideolojik pozisyonları yeniden üreten bir tartışma sahası olduğunu gösterirken, aynı zamanda sorunun teknik, etik ve hukuki boyutlarının geri plana itilmesine yol açmaktadır.

Anahtar Parti raporu (2025) ise bu kutuplaşmanın yalnızca yazılı basında değil, sosyal medya üzerinden de yayıldığını; karşı kampanyaların (#SokakKöpekleri vb.) medyanın diliyle etkileşim içinde güçlendiğini belirtmektedir. Böylece sokak hayvanları meselesi, kamusal alanda bir "kültür savaşı"na dönüşmekte; iletişim süreçleri çözüm üretmek yerine taraflar arası gerilimi pekiştirmektedir. Gamson ve Modigliani'nin (1989) söylem paketleri yaklaşımı çerçevesinde bakıldığında, bu durum, "güvenlik", "haklar" ve "düzen" gibi anahtar kavramlar etrafında örgütlenen rekabetçi söylemlerin çatışması olarak okunabilir.

Türcü Ötekileştirme ve Algısal Etki

Medyanın ürettiği türcü söylem, yalnızca haber metinlerinde değil, toplumsal algının kendisinde de etkili olmaktadır. Hayvanların “suçlu”, “tehlikeli” ya da “rahatsız edici” olarak sunulması, halkın bu hayvanlara yönelik tutumlarını sertleştirebilmekte ve radikal çözüm önerilerinin meşrulaştırılmasına katkı sağlayabilmektedir.

Bulunmaz’ın (2024) belirttiği gibi, bu tür bir söylem insan merkezci bir üstünlük anlayışını yeniden üretmekte; dolayısıyla türcülüğün medyatik bir yeniden inşasına yol açmaktadır. Sokak hayvanları böylece, ortak yaşamın öznesi değil, kent güvenliğine tehdit oluşturan bir “öteki” olarak temsil edilmektedir. Bu ötekileştirme, sokak hayvanlarına yönelik şiddeti bireysel “sapma” olmaktan çıkarıp, kimi zaman toplumsal hoşgörüyü karşılanan bir pratiğe dönüştürebilmektedir. Cole ve Stewart’ın (2014) vurguladığı gibi, medyanın hayvanlara ilişkin bu tür temsil biçimleri, yapısal şiddeti sembolik düzeyde normalleştirir.

Medyanın Gündem Belirleyici Rolü

Anahtar Parti (2025) raporu, medyanın sokak hayvanları konusundaki gündem belirleyici rolünü ayrıntılı biçimde ortaya koymaktadır. Rapora göre sansasyonel haberler kamuoyunu hızla etkileyebilmekte; artan medya baskısı siyasal karar mekanizmalarını harekete geçirebilmektedir.

Bu durum, medyanın yalnızca tartışmayı yansıtmakla kalmadığını, tartışmayı şekillendiren bir siyasal aktör haline geldiğini göstermektedir. Gündem belirleme ve çerçeveleme kuramları açısından bakıldığında, medyanın sürekli olarak saldırı, risk ve tehdit vurgusunu öne çıkarması; kamuoyunda “sorun”un ne olduğuna ilişkin algıyı da daraltmakta, sorunu sokak köpeklerinin varlığına indirgemektedir (McCombs & Shaw, 1972; Entman, 1993). Böylece yapısal, idari ve etik boyutlar geri planda kalmakta; çözüm arayışları da çoğunlukla “hayvanların ortadan kaldırılması” ekseninde şekillenmektedir.

STK Raporlarında Medyanın Eksiklikleri

HAKİM’in 2025 tarihli medya ihlal raporu, Türkiye’de sokak hayvanlarına yönelik hak ihlallerinin medya tarafından yeterince görünür kılınmadığını ortaya koymaktadır. Belediye toplama uygulamaları, barınaklardaki kötü koşullar ve hayvanlara yönelik şiddet vakalarının önemli bir bölümü haberleştirilmemekte; bu da kamusal farkındalığın düşük kalmasına yol açmaktadır.

Bu bulgular, medyanın sokak hayvanlarını yalnızca belirli temalar çerçevesinde görünür kıldığını (tehlike, saldırı, kriz), ancak hak ihlallerini sistematik biçimde perdelediğini göstermektedir. Hak temelli habercilik ilkeleri açısından bu durum, medyanın toplumsal sorumluluğunu yerine getirmediğine; sokak hayvanlarının yalnızca “görsel ve duygusal malzeme” olarak kullanıldığı bir habercilik pratiğine işaret etmektedir. Ward’ın (2015) medya etiği perspektifinden bakıldığında, bu tür bir pratik,

haberciliğin temel etik sorumluluklarından biri olan “hak ihlallerini görünür kılma” ilkesini açıkça ihlal etmektedir.

Sonuç

Mevcut çalışma, Türk medyasında sokak hayvanlarının temsiline ilişkin literatürü iletişim bilimleri perspektifiyle bütüncül biçimde değerlendirerek üç temel sonuca ulaşmaktadır. İlk olarak, medya söyleminin büyük ölçüde türcü ve ötekileştirici bir dile dayandığı görülmektedir. Sokak hayvanları çoğu zaman tehlike unsuru, saldırgan bir figür ya da dramatik bir hikâye malzemesi olarak sunulmakta; bu temsiller risk iletişimi bağlamında korku ve tehdit duygusunu sürekli yeniden üretmektedir. Kasperson’un (1988) riskin toplumsal yükseltilmesine ilişkin çerçevesi ve Ungar’ın (2001) moral panik tartışmaları, medyanın bu dramatik sunum biçimlerinin toplumsal algıyı rasyonel düzeyin ötesine taşıyarak sokak hayvanlarını bir “kamusal güvenlik problemi”ne indirgediğini açıklamaya yardımcı olmaktadır. Başka bir ifadeyle, haberlerin seçimi ve çerçevesi, olgusal gerçeklikten çok duygusal tepkilerin yön verdiği bir güvenlik söylemi üretmektedir.

İkinci olarak, ideolojik kutuplaşmanın belirginleştiği köşe yazıları ve haber içerikleri, sorunun çözümünden ziyade tartışmanın sertleşmesine katkıda bulunmaktadır. Sokak köpekleri meselesi, ortak yaşam kültürü ve hak temelli politika önerileri etrafında tartışılmak yerine, karşıt toplumsal kampların siyasal ve kültürel çatışmaları üzerinden şekillenmektedir. Gamson ve Modigliani’nin (1989) söylem paketleri yaklaşımı, medyanın bu süreçte yalnızca mevcut çatışmaları yansıtmakla kalmadığını; aynı zamanda “güvenlik”, “haklar” ve “düzen” gibi anahtar kavramlar etrafında rekabetçi söylemleri yeniden üreterek kutuplaşmayı derinleştirdiğini göstermektedir. Bu durum, medya aracılığıyla kamusal tartışmanın içerik değil, taraflaşma üzerinden kurgulandığı bir iletişim ortamı yaratmaktadır.

Üçüncü olarak, hak temelli habercilik yaklaşımının Türkiye’de henüz kurumsallaşmamış olması, medyanın sorunlu temsillerinin kamuoyu algısını olumsuz yönde şekillendirmesine ve siyasal süreçleri beslemesine yol açmaktadır. Hak ihlallerinin çoğu zaman görünmez kılındığı, belediyelerin yapısal sorumluluklarının yeterince sorgulanmadığı ve hayvanların yaşam hakkının arka planda kaldığı bu temsil pratiği, Noske’nin (1997) antropomerkezci hiyerarşi eleştirisi ve DeMello’nun (2012) türcü habercilik tartışmalarıyla uyumlu şekilde, insan merkezci üstünlük söylemini güçlendirmektedir. Haraway’in (2008) insan-hayvan ilişkilerinde karşılıklılık ve etik sorumluluğun önemine yaptığı vurgu ise, mevcut medyatik söylemlerin hayvanların öznelliğini silikleştiren bir iktidar dili ürettiğini daha görünür kılmaktadır.

Bu nedenle gelecekte sokak hayvanlarına ilişkin medya içeriklerinin, sorumluluk bilincini önceleyen, empatiyi güçlendiren ve çözüm odaklı bir çerçeveye üretilmesi gerekmektedir. Hak temelli habercilik ilkelerinin benimsenmesi, yalnızca hayvan haklarının korunmasına değil, aynı zamanda toplumsal kutuplaşmanın azalmasına da katkı sağlayacaktır. Medya kuruluşları, haberlerinde yalnızca olayı aktarmakla

yetinmeyip yapısal sorunları görünür kılan, yerel yönetim politikalarını sorgulayan ve ortak yaşam kültürünü teşvik eden bir dil benimsediğinde; sokak hayvanları konusunda daha sağlıklı, adil ve kapsayıcı bir kamuoyu inşa etmek mümkün olacaktır. Bu dönüşüm, aynı zamanda medyanın demokratik kamusal alandaki etik sorumluluğunun da daha güçlü biçimde yerine getirilmesini sağlayacaktır.

Kaynakça

- Almiron, N., Cole, M., & Freeman, C. (2015). *Critical animal and media studies*. Routledge.
- Anahtar Parti Ar-Ge. (2025). Türkiye’de sokak hayvanları sorunu ve çözüm arayışları (AR-GE Temel Politika Raporu Serisi No. 7). <https://www.anahtarparti.org>
- Bulunmaz, A. (2024, 12 Temmuz). Irkçılık ve cinsiyetçilik gibi büyük bir tehlike: Türçülük. *Bianet*. <https://bianet.org/yazi/irkcilik-ve-cinsiyetcilik-gibi-buyuk-bir-tehlike-turculuk-297423>
- Cole, M., & Stewart, K. (2014). *Our children and other animals: the cultural construction of human–animal relations in childhood*. Routledge.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: social theory and digital media practice*. Polity.
- Daşçı, Ç. (2025). Sokak hayvanlarının medyada ötekileştirici temsili üzerine bir tematik analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 71, 180–205.
- DeMello, M. (2012). *Animals and Society: An Introduction to Human–Animal Studies*. Columbia University Press.
- Dilek, E., Ekmekci, G., İnce, M., & Koçak, M. C. (2025). Sokak köpekleri hakkında yazılan köşe yazılarında söylem ve ideoloji. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15(1), 18–41.
- Doğan, S. (2019, 11 Ocak). Engelli kadınlar kendi medyasının peşinde. *Sivil Toplum Geliştirme Merkezi (STGM)*. <https://www.stgm.org.tr>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Freeman, C. P. (2009). This little piggy went to press: The American news media’s construction of animals in agriculture. *The Communication Review*, 12(1), 78–103.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
- Hakim Komite. (2025, 25 Ekim). İlk 6 ay medya ihlâl raporu (2025). <https://www.hakimkomite.org/2025/10/25/ilk-6-ay-medya-ihlal-raporu-2025/>
- Hall, S. (1997). The work of representation. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (s. 13–74). Sage.
- Haraway, D. (2008). *When Species Meet*. University of Minnesota Press.
- Independent Türkçe. (2025, 27 Ekim). Hayvan hakları raporu: 2025’in ilk 6 ayında en az 477 bin yaşam hakkı ihlali. <https://www.indyturk.com>
- Kasperson, R. E. (1988). The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk Analysis*, 8(2), 177–187.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Noske, B. (1997). *Beyond Boundaries: Humans and Animals*. Black Rose Books.
- Sandman, P. M. (1994). Risk communication: Facing public outrage. *EPA Journal*, 20(1), 21–22.
- Stuart, D. (2014). *Moral Panics about Animal Rights*. Lantern Books.
- Tümer, S., & Yoğurtçu, G. (2023). Çevre etiği ve medyanın hayvan haklarına yönelik sorumluluğu: Türkiye gazeteleri örneği. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 317–332.

- Ungar, S. (2001). Moral panic versus the risk society: The implications of the changing sites of social anxiety. *British Journal of Sociology*, 52(2), 271–291.
- Ward, S. J. A. (2015). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge University Press.
- Agamben, G. (1998). *Homo Sacer: Sovereign power and bare life*. Stanford University Press.
- Esposito, R. (2011). *Immunity: The political philosophy of the body*. Polity Press.
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality: Volume 1 – An introduction*. Pantheon Books.

Hayvanları Koruma Kanununa Tasavvufî Bir Yaklaşım

Muhammet Uzunyol¹

Özet

Bu bölüm, İslamiyet'in hayvanlara bakışını Kur'an, sünnet, fıkıh ve tasavvuf ekseninde bir bütünlük içinde ele alarak tarihî arka planı ve güncel tartışmaları birlikte değerlendiren kapsamlı bir inceleme sunmaktadır. Çalışmada önce Kur'an-ı Kerim'de hayvanların yaratılış düzeni içindeki konumu, tesbih ve "ümmet" vurgusu üzerinden ortaya konur. Ardından Hz. Peygamber'in hayvanlara yönelik nebevî merhamet örnekleri ve bu örneklerin klasik fıkıh literatüründe nasıl hukuki ilkelere dönüştüğü ayrıntılı biçimde incelenir. Tasavvuf bölümü, sûfîlerin mahlûkata şefkat anlayışını, emanet bilinci ve tevhid merkezli varlık tasavvuru çerçevesinde ele alır. Sûfîlerin hayvanlarla kurduğu ilişki halis ahlaki bir incelikten ziyade, kul ile Hâlık arasındaki bağın derinleştiği bir sorumluluk alanı olarak yorumlanır. Çalışmanın son bölümünde Türkiye'de yürürlükte bulunan Hayvanları Koruma Kanunu, tasavvufî perspektiften yeniden okunur. Kanunun bazı ilkeleri merkeze alınarak modern hukuk düzenlemeleri ile tasavvufî merhamet ahlaki arasında mümkün irtibat noktaları ortaya konur. Ayrıca günümüz medya dilinin hayvan hakları söylemini nasıl şekillendirdiği ve İslamiyet'in merhamet merkezli yaklaşımının dijital çağda hangi imkânları barındırdığına dair mütevazı bir çerçeve sunulmuştur.

Giriş

İslam medeniyeti, insanlık tarihinde ahlaki ve hukuki normların oluşturulması açısından benzersiz bir mevkiye sahiptir. Bu medeniyetin temel kaynaklarından beslenen İslam hukuku, insanlar arası münasebetleri düzenlemekle kalmamış, aynı zamanda insanın kâinatın diğer unsurlarıyla olan ilişkisini de kapsamlı bir çerçevede ele almıştır. Bu bağlamda, İslamiyet'in hayvanlarla ilgili getirdiği hükümler ve merhamet eksenli yaklaşımı, onun evrensel karakterini ve insani değerlerdeki derinliğini göstermektedir.

İslamiyet'in zuhur ettiği dönem, insanlık tarihi açısından büyük bir karanlık çağı temsil etmekteydi. Cahiliye dönemi Arap toplumunda insan hakları sistematik biçimde ihlal edilirken, kız çocuklarının diri diri toprağa gömülmesi, kölelik kurumunun yaygınlığı ve zayıf kesimlere yönelik baskı ve istismar, dönemin temel karakteristiklerini oluşturmaktaydı (Acarlıoğlu, 2019: 445). Bu karanlık tabloda hayvanların durumu ise daha ileri bir safhadaydı. Hayvanlar, salt bir meta olarak görülmekte, onlara yönelik herhangi bir hak tanınmamakta ve türlü işkencelerle insanların keyfine göre muamele

¹ Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Isparta. muhammeduzunyol@sdu.edu.tr Orcid: 0000-0002-6638-2211

edilmekteydi. (Velioğlu, 2024: 51; Sarıcık, 2014: 61-86.) Böyle bir ortamda zuhur eden İslam, beraberinde getirdiği vahiy merkezli dünya görüşü ile insan haklarının beraberinde hayvan haklarına da dair kapsamlı bir çerçeve sunmuştur. Hz. Peygamber'in (aleyhisselam) örneğinde tecessüm eden bu merhamet anlayışı, Müslüman toplumun hayat tarzına sirayet etmiş ve asırlar boyunca İslam medeniyetinin ayırt edici özelliklerinden biri haline gelmiştir.

Hız. Peygamber'in çevreye, hayvanlara ve tabii dengeye yönelik hassasiyeti, bu merhamet merkezli yaklaşımın en açık tezahürlerindendir. Suyu, havayı ve toprağı korumayı teşvik etmiş; belirli bölgeleri koruma altına alarak ağacların kesilmesini ve hayvanlara zarar verilmesini yasaklamıştır. Taif vadisine dair antlaşmasında bitki örtüsünün tahrip edilmemesi ve hayvanların avlanmaması konusundaki hükümler ise İslamiyet'in ilk döneminden itibaren çevre ve hayvan haklarına hukuki bir çerçeve kazandırıldığını göstermektedir. (Çetin, 2016: 931)

Türk toplumsal ve kültürel yapısında hayvanların tarih boyunca önemli bir yere sahip olması, İslam'ın merhamet eksenli yaklaşımının bu coğrafyada karşılık bulmasını kolaylaştırmış; özellikle göçebe dönemlerde tabiat ile iç içe yaşayan Türk topluluklarının edebiyatında, folklorunda ve mitolojik hafızasında hayvanlar ayrıcalıklı bir konumda yer almıştır. (Menekşe, 2022: 85; Ögel, 1971: 14-23; Banarlı, 1971: 24-33)

İslamiyet'in ve Hız. Peygamber'in merhamet merkezli öğretilerinin etkisiyle Osmanlı toplumunda hayvanları korumak, onlara şefkatle muamele etmek ve haklarını gözetmek üzere çeşitli kurumlar tesis edilmiş ve birtakım vakıflar oluşturulmuştur. (Melikoğlu, 2009: 39-41). Osmanlı idaresinin hayvan haklarına ilişkin bu yaklaşımı, dönemin kanunnameleri ve fermanlarıyla da somutlaşmıştır. II. Bayezid dönemine ait Bursa, İstanbul ve Edirne İhtisab Kanunnamelerinde yük hayvanlarına ağır yükler taşıttırılmaması, dinlendirilmesi ve usulünce beslenmesi gerektiğı belirtilmiştir (Menekşe, 2022: 87; Ürgüplü, 2013: 49-50). Benzer şekilde 1587 tarihli bir fermanla zayıf ve güçsüz hayvanlara fazla yük yüklenmesinin yasaklandığı, 1813 tarihli bir başka fermanla ise odun ve benzeri eşyaları taşıyan beygir ve merkeplerin günlük çalışma sürelerinin sınırlandırıldığı görülmektedir (Menekşe, 2022: 87; Sarıcık, 1999: 69). Bu hükümler, Osmanlıların hayvanların korunmasına yönelik kararlı ve sistemli bir tutum benimsediğini göstermektedir (Menekşe, 2022: 87; Genç, 2009: 75; Sunar, 2015: 198). Ayrıca bu konuda birtakım düzenlemeler de hayata geçirilmiştir. Özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hayvanların ve doğal habitatın korunmasına yönelik kanun ve nizamnameler çıkarılmıştır. 1870 tarihli Orman Nizamnamesi'yle mirî ormanlar koruma altına alınmış; 1882 tarihli Zabıta-i Saydiye Nizamnamesi ile avlanma faaliyetleri denetime tabi tutulmuştur. Bu düzenlemeler ile aşırı avlanmanın engellemesi, doğal dengenin korunması ve hayvan türlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmıştır. (Sunar, 2015: 214) Modern dönemde ise sanayileşmenin yol açtığı çevresel tahribatın küresel ölçekte görünür hâle gelmesi, 1970'li yıllardan itibaren doğa ve hayvanların korunmasına yönelik yeni bir farkındalık oluşturmuş; insan-

merkezci yaklaşımların sorgulandığı ve doğaya içkin bir değer atfeden ekomerkezci perspektifin tartışıldığı geniş bir literatür ortaya çıkmıştır.” (Uyar ve Durmaz, 2024: 162-163)

İslam hukuk literatürünün bu konudaki zenginliği, onun dinamik ve kapsayıcı niteliğini göstermesi bakımından önemlidir. Zira İslam dininin hayvanlarla ilgili hükümleri, belirli bir hayvan türüyle veya belirli bir zaman dilimiyle sınırlı değildir. Aksine, tüm zararsız hayvanları kuşatan ve daimî bir mahiyet arz etmektedir. Fukaha, müfessirler ve muhaddislerin eserlerinde hayvan haklarına dair müstakil bölümler ve hatta müstakil eserler telif edilmiş, konunun fıkhi, ahlaki ve azınlıkta da olsa tasavvufi boyutları da farklı biçimlerde ele alınmıştır. Bu literatür birikimi, hayvanlarla ilişkide merhamet, adalet ve sorumluluk ilkelerinin İslam düşüncesinin farklı disiplinlerinde nasıl temellendirildiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, İslam dininin hayvan haklarına dair getirdiği kapsamlı çerçeveyi, özellikle tasavvuf geleneğinde hayvanlarla ilgili merhamet anlayışının nasıl temellendirildiğini ve bu anlayışın günümüz medya ortamında nasıl temsil edildiğini veya edilmesi gerektiğini sorgulamaktadır. Tasavvuf geleneği, zahiri hükümlerle birlikte batını derinliği de göz önünde bulundurarak, hayvanlarla olan ilişkide kulun Allah'a karşı sorumluluğunu ve mahlûkata merhamet göstermenin Hâlık'a yakınlık vesilesi olduğunu vurgulamış, bu minvalde sayısız örnek sunmuştur.

Medya ve iletişim çağı olarak adlandırılan günümüzde, İslamiyet'in merhamet söyleminin ve hayvan haklarına dair zengin literatürünün kamuoyuna doğru bir şekilde aktarılması, İslam dininin yanlış anlaşılmasının önüne geçilmesi ve Müslüman toplumların kendi değerlerine sahip çıkması açısından önem arz etmektedir. Modern dönemde Batı merkezli hayvan hakları söylemlerinin öne çıkması, İslam medeniyetinin bu konudaki tarihî birikimini ikinci plana itmiş görünmektedir. İslam toplumları, hayvan haklarının korunması konusunda teorik düzeyde ve uygulamada erken dönemlerden itibaren güçlü bir gelenek inşa etmiştir.

Bu çalışma, söz konusu tarihî arka planı ortaya koymanın ötesinde, özellikle tasavvuf literatüründe merkezi bir konum işgal eden merhamet kavramının hayvanlarla ilişkide nasıl tezahür ettiğini ele almayı amaçlamaktadır. Tasavvuf geleneğinin Hâlık-mahlûk ilişkisine dair geliştirdiği derinlikli yaklaşımın, günümüz hayvan hakları tartışmalarına sağlayabileceği katkı, çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışma, Kur'an-ı Kerim'deki hayvanlara ilişkin ayetleri, Hz. Peygamber'in (aleyhisselam) sünnetinde yer alan örnekleri ve klasik fıkıh literatürünü ele alarak İslamiyet'in bütüncül yaklaşımını ortaya koyacak; ardından tasavvuf büyüklerinin eserleri ışığında merhametin hayvanlar bağlamındaki pratik yansımalarını değerlendirecektir.

Günümüzde yürürlükte bulunan hayvan hakları yasasının, tasavvufun ruh ve merhamet merkezli yaklaşımıyla da nasıl değerlendirilebileceği üzerinde durulacaktır. Böylece modern hukuk düzenlemeleri ile tasavvufî ahlak arasında kurulabilecek

muhtemel irtibat alanları analiz edilecek, mevcut tartışmalara İslam düşüncesinin özgün katkıları gösterilmeye çalışılacaktır. Bunun yanında çalışma, çağdaş medya ortamlarında İslam'ın hayvan haklarına dair söyleminin nasıl temsil edildiğine dair sınırlı bir değerlendirme sunarak, merhamet merkezli geleneğin dijital çağda yeniden anlaşılmasına yönelik mütevazı bir perspektif geliştirmeyi hedeflemektedir.

1. Kur'an'da Hayvanlara Bakışı ve Yaratılış Düzeni İçindeki Konumları

Kur'an-ı Kerim'de hayvanlara dair çok sayıda ayet bulunmaktadır ve bu ayetlerin, canlılar dünyasına özel bir dikkat yöneltmektedir. Kur'an'ın hayvanlara yaklaşımı, klasik tefsir literatüründe hacimli çalışmalara konu olmuş; hayvanların yaratılış içindeki yerleri, insanla ilişkileri ve tabi oldukları ilahî düzen ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Kur'an'ın hayvanlara bakışı incelendiğinde, onların ekolojik bütünlüğün parçası olarak değerlendirildiği ve her bir türün kendi varlık düzeni içinde yaratıldığı görülmektedir (Koşum, 2018a: 45). Bu bölümde, Kur'an'da hayvanlarla ilgili bütün ayetlere değil, özellikle hayvanların korunması, onlara iyi muamele edilmesi ve yaratılıştaki konumlarının anlaşılması bakımından doğrudan veya dolaylı biçimde önem taşıyan ayetlere odaklanılacaktır.

Kur'an'da hayvanların, ilahî düzenin işaretlerini taşıyan canlılar olarak ele alındığı görülmektedir. Kur'an, göklerde ve yerde bulunan canlıların Allah'ı tesbih ettiğini bildirmekte ve bu tesbihin her varlığın kendi yapısına uygun şekilde gerçekleştiğini ifade etmektedir (Nûr, 24/41; İsrâ, 17/44). Hayvanların yaratılışında insanlar için çeşitli faydalar bulunduğu, ulaşım, gıda, barınma ve geçim imkânlarıyla ilgili ayetlerde açıklanmaktadır (Nahl, 16/5–8; Nahl, 16/80; Mü'minûn, 23/21–22; En'âm, 6/142). Bu anlatımlar, hayvanların yaratılış bütünlüğü içinde belirli amaçlar doğrultusunda konumlandırıldığını göstermektedir. Kur'an'da hayvanların varlık alanının yalnızca maddî boyutla sınırlı olmadığına işaret eden ayetler bulunmaktadır. Nûr sûresinde, göklerde ve yerde bulunan canlılarla birlikte kuşların da Allah'ı tesbih ettiği belirtilir ve her bir canlının kendi yaratılışına uygun bir tesbih dili taşıdığı vurgulanır (Nûr, 24/41). İsrâ sûresindeki ayet ise, yedi gök ve yeryüzünde bulunan tüm varlıkların ilahî hamde yöneldiğini bildirir; insanların bu tesbihin mahiyetini kavramakta zorlandığına dikkat çeker (İsrâ, 17/44). Bu anlatım, hayvanların biyolojik özelliklerinin yanı sıra yaratılışın manevî düzeni içinde yer alan birer canlı olarak değerlendirildiğini göstermekte ve insanın onlarla kuracağı ilişkide bu yönün de göz önünde bulundurulması gerektiğine işaret etmektedir.

Bazı hayvanların ilahî düzen içinde özel bir işlev üstlendiğine dair örnekler de dikkat çekicidir. Hz. Süleyman'ın kuşları denetlemesi ve karınca topluluğunun kendi içinde oluşturduğu düzenle ilgili verilen bilgiler, hayvanların kendilerine mahsus bir idrak ve davranış yapısına sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Neml, 27/16–22). Bu ayetler, hayvanların yaratılışın hikmet boyutuna işaret eden canlılar olarak ve insanın yeryüzündeki sorumluluğunu hatırlatan bir konumda değerlendirildiğini göstermektedir.

Kur'an'da çeşitli hayvanların ismen zikredilmesi, canlıların yaratılış düzeni içinde sahip oldukları konuma verilen önemin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Sinek (Hac, 22/73), sivrisinek (Bakara, 2/26), örümcek (Ankebût, 29/41), karınca (Neml, 27/18), arı (Nahl, 16/68), kurt (Yûsuf, 12/13; 12/17), eşek (Cum'a, 62/5), at, katır ve merkepler hakkında yapılan atıflar (Nahl, 16/8), sığır ve deve gibi büyükbaş hayvanlara ilişkin anlatımlar (Bakara, 2/67–71; En'âm, 6/144; Gâşiye, 88/17) bu çerçevede değerlendirilebilir. Ayrıca bazı sûrelerin adlarının bu hayvanlardan alınması, onların Kur'an'daki yerinin ve toplumların zihinsel dünyasındaki etkisinin dikkat çekici bir boyuta sahip olduğunu göstermektedir. Bu örnekler, hayvanların Kur'an'da sembolik bir unsurdan ibaret görülmediğini ve yaratılışın bütünlüğü içindeki konumlarına işaret edildiğini ortaya koymaktadır. (Koşum, 2018a: 46).

Kur'an'da hayvanların "ümme" olarak anılması, onların kendi tabii yapıları içinde belirli bir düzen ve davranış bütünlüğüne sahip olduklarını göstermektedir. En'âm sûresindeki ifade, yeryüzünde yürüyen canlılarla gökyüzünde uçan kuşların yaratılış gayeleri bakımından ortak bir düzene bağlı olduklarını ortaya koyar (En'âm, 6/38). Bu vurgu, hayvan topluluklarında gözlenen düzenli hareket biçimlerinin, sosyal örgütlenmelerin ve tür içi iletişimin ilahî bir sistem dâhilinde gerçekleştiğini düşündürmektedir. Türlerin yavrularını koruma biçimleri, sürü hâlindeki koordinasyonları ve yaşam döngülerindeki uyum, yaratılışta yer alan bu düzenin gözlemlenebilir tezahürleridir. Bu ayetler, hayvanların varlık alanında tesadüfi bir konumda bulunmadığını; her türün kendisine özgü bir yapı, yeti ve davranışla yaratıldığını göstermekte ve insanın yeryüzündeki görevini bu düzeni gözetme sorumluluğuyla ilişkilendirmektedir. (Çetin, 2009: 85)

Kur'an'da hayvanlara dair ortaya konulan çerçeve, yaratılış düzeninin bütününde canlıların belirli bir hikmete göre konumlandırıldığını göstermektedir. Her türün kendisine mahsus özelliklerle varlık sahasına çıkarıldığına yapılan vurgu, hayvanlara yönelik muamelelerin ilahî düzeni gözetten bir anlayışla ele alınması gerektiğini hatırlatmaktadır. Ayetlerde geçen tesbih, fayda, davranış düzeni ve topluluk yapısı gibi unsurlar, canlıların belirli bir amaç doğrultusunda yaratıldığına işaret eden bir mahiyet ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, hayvanlarla ilgili hükümlerin fıtrata uygun bir bakış üzerinden değerlendirilmesine imkân verir ve insanın yeryüzündeki görevini yaratılışta yer alan dengeyi koruma sorumluluğuyla ilişkilendirir. Kur'an'da yer alan bu ilkeler, sünnetteki örneklik ve fıkıh literatüründeki hükümlerle birlikte düşünüldüğünde, hayvan haklarına yönelik İslamî yaklaşımın sağlam bir temele dayandığını ortaya koymaktadır.

2. Sünnette Hayvanlara Muamele ve Nebvî Merhamet Anlayışı

Kur'an'da yer alan yaratılış merkezli çerçeve, hayvanlara yönelik yaklaşımın nebevî örneklikte nasıl somutlaştığını anlamak için önemli bir zemin oluşturur. Hz. Peygamber'in hayatında hayvanlarla ilgili davranışları, Kur'an'ın ortaya koyduğu ilkeleri uygulamaya dönüştüren bir karakter taşır. Sünnet kaynaklarında yer alan rivayetlerde,

hayvanlara yönelik şefkat, ölçü, nezaket ve sorumluluk bilinci dikkat çekici bir yer tutar. Bu rivayetlerde yer alan uyarılar, teşvikler ve uygulamalar, hayvanların yaratılıştaki konumuna uygun bir muamele anlayışının nasıl şekillendiğini göstermekte ve İslam toplumlarının hayvanlarla ilişkisini belirleyen temel referans noktalarından birini oluşturmaktadır. Bu rivayetlerde yer alan ilkeler, Hz. Peygamber'in hayvanlara yönelik yaklaşımının ahlâkî ve hukukî boyutlarını anlamak için temel bir çerçeve sunmaktadır.

Hiz. Peygamber'in yaşadığı dönemde hayvanların sosyal ve ekonomik hayatın pek çok alanında önemli bir yer tuttuğu bilinmektedir. Ticaret faaliyetlerinde, uzun mesafeli yolculuklarda, savaş hazırlıklarında ve günlük ihtiyaçların karşılanmasında hayvanlar temel bir imkân olarak görülmekteydi. Bu şartlar, Hiz. Peygamber'in hayvanlarla yakın temas içinde yaşamasına neden olmuştur. Kendi döneminin şartlarını dikkate aldığında, hayvanlarla kurduğu ilişkiye özel bir önem verdiği ve onları yaratılışlarına uygun bir değerde konumlandığı görülmektedir. Hadis kaynaklarında yer alan uygulamalar, bu hassasiyetin günlük hayatın çeşitli alanlarına yansıdığını ve hayvanların korunmasına yönelik nebevî ilkenin pratik bir karşılık taşıdığını göstermektedir. (Koşum, 2018a: 45).

Hiz. Peygamber'in hayvanlarla kurduğu ilişki, rivayetlerde son derece doğal ve içten bir mahiyet taşımaktadır. Sahabeden gelen bilgiler, onun günlük hayatında kuşları dikkatle izlediğini ve turunc ile kızıl güvercini seyretmekten hoşlandığını belirtmektedir. (Heysemî, 1987: 15/67). Bu gözlemler, onun farklı türlerle kurduğu yakınlığın çeşitli rivayetlerde ayrıntılı biçimde ele alındığını göstermektedir. Atların faziletine dair sözleri ise bu hayvana verdiği değeri gösteren önemli örnekler arasındadır. Rivayetlerde, atın baş ve sağrı yani bel ile kuyruk arasında kalan kısmını okşadığı, binek olarak tercih ettiği ve at beslemeyi teşvik eden pek çok ifadeye yer verildiği görülür (Buhârî, "Menâkıb", 28; Müslim, "İmâret", 97; Nesâî, "Hayl", 7, 9). Develerle ilgili uygulamaları da aynı inceliğin işaretidir; çeşitli seferlerde kullandığı develeri olduğu gibi, günlük hayatında küçükbaş hayvanlarla yakın temas içinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Hiz. Âişe'nin ev işlerine meşgul olduğu bir sırada koyun ve keçilerin eve girerek hamurdan almalarına engel olunmaması, bu hayvanların ev hayatına ve yaşam alanlarına serbest bir şekilde dahil olduklarını göstermektedir (Buhârî, "Şehâdât", 16).

Hiz. Peygamber'in hayvanlarla kurduğu ilişkinin doğal ve sıcak niteliği, sahip olduğu bazı hayvanlara özel isimler vermesiyle daha belirgin bir hal alır. Rivayetlerde Kasvâ, Ced'â ve Adbâ adında develerinin bulunduğu, Düldül adında bir katırının olduğu, Lühayf, Lizâz, Darîb, Sebhâ, Verd ve Mürtecez adlarını taşıyan atları bulunduğu, Yâ'fur ve Ufeyr adlarıyla anılan eşeklerinin olduğu ve Kumrâ adında bir keçisinin bulunduğu aktarılır. İsim verme uygulaması, hayvanlara yönelik sevginin ve değer atfetmenin bir göstergesi olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca bazı isimleri ism-i taşğir/küçültme kalıbında kullanması, bu sevginin dildeki inceliğini vurgulayan anlamlı bir işaret niteliği de taşımaktadır. Bu örnekler, Hiz. Peygamber'in hayvanlarla temasının

pratik ihtiyaçların ötesine geçen bir yakınlık içerdiğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. (Koşum, 2018a: 57).

Rivayetlerde kedinin özel bir konumda bulunduğu da dikkate değer bir husustur. Hz. Peygamber, kediye “ev eşyasından biri” ve hatta “ev halkına dâhil bir varlık” olarak nitelendirmiştir (İbn Mâce, “Ticârât”, 69). Abdest hazırlığı sırasında kedinin sudan içtiğini görünce beklemesi, bu hayvana karşı gösterdiği nezaketin açık bir örneğidir. Kedinin içtiği suyun necis olup olmadığı sorulduğunda “Kedi ev halkındandır; suyu kirletmez” şeklinde verdiği cevap, bu hassasiyetin ahkam düzeyindeki bir ifadesidir (Tirmizî, “Tahâret”, 69).

Hz. Peygamber’in rivayetlerde yer alan bazı açıklamaları, hayvanların yaşam hakkına gösterilen duyarlılığın dinî bir sorumluluk taşıdığını ortaya koyar. Buhârî ve Müslim’de yer alan bir hadis, susuzluk çeken bir köpeğe su veren bir adamın Allah tarafından bağışlandığını bildirir. Rivayetin sonunda yer alan “Her yaş can için bir karşılık vardır” ifadesi, hayvana yönelik iyiliğin ilahî rahmet nazarında değer taşıdığını gösteren bir ölçü niteliği taşımaktadır (Buhârî, “Şîrb”, 9; Müslim, “Selâm”, 153). Benzer bir anlatımda, susuz bir köpeğe su veren zinakar bir kadının bağışlanması, merhametin geçmiş hayatın ağırlığını hafifleten bir imkân olarak sunulduğunu göstermektedir (Müslim, “Tevbe”, 155). İbn Ömer’in naklettiği başka bir rivayet ise kediye hapsedip aç bırakan bir kadının cezalandırıldığını haber verir. Bu rivayet, hayvanların aç bırakılmasının veya yaşam alanlarının daraltılmasının ağır bir sorumluluk doğurduğunu açıkça ifade etmektedir. (Buhârî, Bed’u’l-Halk 17; Müslim, Birr 151). Bu örnekler, sünnette merhamet ilkesinin salt olumlu eylemleri teşvik eden bir çağrı olmadığını, canlıya eziyetin büyük bir vebal taşıdığını gösteren güçlü uyarılar içerdiğini ortaya koymaktadır.

Sünnette yer alan bu örnekler, Hz. Peygamber’in hayvanlara yönelik yaklaşımının ferdî bir duyarlılık düzeyinde kalmadığını, yaratılışın bütününe yönelik rahmet anlayışını hayatın her alanında görünür kıldığını göstermektedir. Onun sözleri, davranışları ve uyarıları, tüm mahlukata merhameti imanın bir gereği olarak konumlandıran bir bilinç inşa etmiştir. Rivayetlerde yer alan teşvik ve ikazlar, hayvana iyilik ile ilahî rızanın, eziyet ile dinî sorumluluğun ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Böylece nebevî miras, hayvanların korunmasına yönelik tutumu sadece ahlâkî bir tavsiye çerçevesinde sınırlı bırakmayarak ibadet bilincini kuşatan bir sorumluluk alanı haline getirmiştir. Bu çerçeve, İslam hukukunda ve tasavvufî gelenekte hayvanlara dair geliştirilen yaklaşımların temelini oluşturmuş ve Müslüman toplumların tarih boyunca canlılara yönelik tutumunu belirleyen kurucu bir referans niteliği taşımıştır.

3. İslam Hukukunda Hayvanların Korunması ve Fikhî Hükümler

İslam hukukunda hayvanlara dair hükümler, nebevî merhamet anlayışının fikhî bir sistem içinde nasıl karşılık bulduğunu ortaya koyan zengin bir literatüre sahiptir. Kur’an’ın yaratılış merkezli çerçevesi ve Hz. Peygamber’in uygulamaları, fukahanın hayvanlarla ilgili meseleleri ayrıntılı biçimde ele almasına zemin hazırlamıştır. Fıkıh

kaynaklarında, hayvanların korunması, beslenmesi, dinlendirilmesi, haklarının gözetilmesi ve onlara zarar verilmemesi bağlamında geniş hükümler yer alır. Bu hükümler, insanın yeryüzündeki tasarruf yetkisinin mutlak bir hâkimiyet şeklinde anlaşılmasına izin vermez; aksine, hayvanların can taşıyan birer varlık olarak belli sorumluluklara tabi olduğunu vurgular. Fıkıhta hayvanlara yönelik geliştirilen yaklaşımlar, onlara yönelik muamelenin kul hakkı ve ahlâkî sorumlulukla irtibatlandırıldığını göstermektedir. Bu çerçevenin arka planında insanın sorumluluk bilinciyle donatılmış bir varlık olarak yaratılması yer alır.

Klasik kaynaklarda insanın iki yönü olduğuna dikkat çekilir. Bunlardan biri, canlılığın ortak paydasını oluşturan ve hayvanî yön olarak ifade edilen nefistir; bu yön, canlıların tabiatlarında bulunan temel eğilimleri temsil eder. Diğer yön ise, insana özgü olan ve emir âleminde geldiği belirtilen ruhtur. Bu ruh sayesinde insana idrak ve irade verilmiş, davranışlarını tercih bilinciyle düzenleme imkânı bahşedilmiştir. İnsanın bu özellikleri, fikhî yükümlülüklerin dayanağını oluşturur. Hayvanlarda mükellefiyet bulunmadığından onların tabîi eğilimleri fiillerini belirlerken, insanın davranışları cüzî irade çerçevesinde anlam kazanır (Çetin, 2009: 112). Bu nedenle hayvanları korumak, onlara zarar vermekten kaçınmak ve helal-haram hassasiyetini gözetmek insanın ruhî donanımıyla irtibatlı bir sorumluluk bilinci olarak değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, İslam hukukunun hayvanlara dair hükümlerini şekillendiren temel hükümleri de beyan eder. Klasik kaynaklarda, hayvanların yaşatılmasına ve türlerin korunmasına yönelik dikkat çekici bir hassasiyet görülür. Hayvanların yaratılış düzeni içinde kendilerine mahsus görevleri bulunduğu belirtilmiş, bu düzenin devamı için her türün varlığını sürdürmesinin gerekli olduğu ifade edilmiştir. Bu düzlemde, hayvanların hukukuna riayet edilmesi ve onlara yönelik muamelede ilahî iradenin belirlediği sınırların gözetilmesi temel bir esas teşkil etmiştir. Bahsedilen hakların insanlar tarafından sonradan belirlenmiş bir lütuf niteliği taşımadığı, vahyin ortaya koyduğu ahkam doğrultusunda şekillendiği klasik fıkıh metinlerinde ortaya konmuştur. Böylece İslam hukuku, hayvanlara dair hak ve sorumlulukları ilahî düzenin parçası olan bir emanet bilinci içinde değerlendirmiştir (Erturhan, 2009: 99).

İslam hukukunda hayvanların korunmasına ilişkin ilke, doğrudan hayvanlara yönelik muameleyle sınırlı tutulmamış; onların barınaklarını oluşturan doğal çevrenin korunmasını da kapsayan geniş bir sorumluluk alanı olarak değerlendirilmiştir. Çevresel kirlenmenin canlıların yaşam alanlarına zarar verdiği dikkate alınarak, hayvanların barınma haklarını korumaya yönelik uyarılar hadis kaynaklarında yer almıştır. Doğal çevrenin yaratılış düzeni içinde bir barınak niteliği taşıdığı bilinciyle hareket edilmesi gerektiği vurgulanmış; hayvanların rahatsız edilmemesi ve yaşam alanlarının tahrip edilmemesi konusunda sahabe ikaz edilmiştir. Rivayetlerde, gece yolculuklarında haşeratın ve küçük canlıların geçiş güzergâhlarında bulunabileceği belirtilmiş ve bu durum karşısında sahabenin dikkatli davranması istenmiştir. Bu yaklaşım, fikhî literatürde canlıya yönelik zararın yalnızca doğrudan fiille sınırlı görülmediğini, yaşama alanlarının korunmasının da hukuki bir yükümlülük olarak ele

alındığını göstermektedir (Koşum, 2018b: 16). İslam hukukunda hayvanların korunmasına yönelik esaslar, yaşama hakkının dokunulmazlığına dair açık ilkelere dayanır. Klasik fıkıh metinlerinde, meşru bir gerekçe bulunmadıkça hayvanın öldürülmesinin caiz görülmemesi, bu yaklaşımın temel bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Zaruret hâlinde kesim yapılacaksa, hayvana acı vermemek, korkutmamak ve işlemi mümkün olan en kısa sürede gerçekleştirmek gerektiği belirtilmiştir. Bu çerçevede, hayvana kötü muamele etmek, eziyet etmek, aç bırakmak, aşırı yük bindirmek ve çalışma gücünü zorlayacak uygulamalara yönelmek fukaha tarafından açık şekilde yasaklanmıştır. Ayrıca fıkıh literatüründe, evcil veya yabani bütün hayvanların yaşama, beslenme ve korunma haklarının gözetilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Türlerin doğal çevrelerinde varlıklarını sürdürmesi ve ekolojik uyum içinde yaşamaya devam etmeleri önemsenmiş; insanın menfaat veya eğlence amacıyla hayvanların tabii düzenini bozmasına yönelik müdahaleler ağır sorumluluk doğuran fiiller arasında değerlendirilmiştir. Çalıştırılan hayvanlara güçleri oranında iş verilmesi, düzenli aralıklarla dinlendirilmesi ve bakım ihtiyaçlarının karşılanması ise İslam hukukunda bir vecibe olarak kabul edilmiştir. Bu esaslar, hayvanların ekonomik bir unsurdan ziyade yaratılış düzeninin bir parçası olarak ele alındığını gösterir niteliktedir (Erturhan, 2009: 99).

Klasik fıkıh eserlerinde, hayvanlara yönelik muamelenin ayrıntılarına kadar inen hükümler bulunur. Bu eserlerde yer alan hükümler, canlıya zarar vermekten kaçınma ilkesinin uygulamadaki görünümünü ortaya koyar. Karınca gibi hayvanların zararı bulunduğu takdirde yok edilmesi caiz görülse bile, yuvalarına su salmak mekruhtur; öldürmenin ancak başka bir çare bulunmadığı durumda söz konusu olabileceği belirtilmiştir. Tahta kurusu ve benzeri haşerat hakkında da benzer ölçüler zikredilmiştir. Pire, bit, sivrisinek gibi insanlara doğrudan zarar veren hayvanların öldürülmesine ruhsat verilmiş, buna rağmen diri olarak ateşe atmanın mekruh sayıldığı ifade edilmiştir. Akrebin ateşle öldürülmesi konusunda dahi ihtiyatlı yaklaşan fakihler vardır. Çekirge gibi ekinlere zarar veren türlerin topluca yok edilmesi caiz görülmüştür. Kedinin bir miktar maddî zarara yol açması hâlinde boğazlanmasına cevaz verilmiş, bunun dışında eziyet ederek öldürmek veya kulak çekmek gibi davranışlar zulüm kapsamında değerlendirilmiştir. Yılan ve benzeri hayvanları ateşle öldürmek mekruhtur; çünkü canlıyı ateşle azap vermeye dair yasaklayıcı rivayetler bulunmaktadır. Bununla birlikte, zararlı hayvanların başka bir yöntemle yok edilmesinin mümkün olmadığı durumlarda ateşle müdahale edilebileceği yönünde sahabeden nakiller de yer almıştır. Hayvanların yüzünün dağlanması, eğlence amacıyla dövüştürülmesi veya canlı hedef hâline getiren uygulamalar kesin bir şekilde yasaklanmıştır. (Çetin, 2010: 177-178, 190).

Bu hükümler bütünü, İslam hukukunun hayvanlara ilişkin yaklaşımını teknik bir mesele anlayışının ötesine taşıyarak yaratılış düzeniyle bağlantılı bir sorumluluk alanı hâline getirdiğini göstermektedir. Hayvanlara yönelik tasarruflarda ilahî emanet bilincinin gözetilmesi, mahlukatın hakkına riayet bakımından hassasiyet gösterilmesi

ve hayat sahibi tüm varlıklara zarar vermekten kaçınma ilkesinin korunması, fıkî hükümlerin genel yönelişini belirlemektedir. Böylece İslam hukuku, hayvanların korunmasını yaratılışın sürekliliği ve insanın ahlâkî yükümlülüğü çerçevesinde değerlendiren kapsamlı bir düzen ortaya koymaktadır.

4. Tasavvufta Merhamet, Mahlukata Şefkat ve Sûfilerin Hayvan Anlayışı

İnsanın yaratılıştan gelen şeref ve vakarının ancak diğer varlıkların hakkına riayetle korunabileceği yönündeki yaklaşım, İslam düşüncesinin temel ahlâk ilkelerinden biridir. İnsan, sahip olduğu meziyetleri sebebiyle canlılara üstün kılınmış olsa da bu üstünlük, mahlûkata karşı incelik ve hürmet gösterme sorumluluğunu beraberinde taşır. Hayvanlara yönelik sert ve hoyrat davranışın insanın kendi mertebesini zayıflatan bir tutum olarak görülmesi de bu anlayışın sonucudur. Ahlâkın özünü, ilahî buyruklara yöneliş ile mahlukata karşı şefkatin oluşturduğu vurgusu, (Akseki, 2016: 373) tasavvufî terbiyede de geniş biçimde ele alınmış ve sûfilerin hayvanlara bakışının temel çerçevesi de bu saiklerle anlaşılabilmiştir.

Tasavvuf geleneğinde mahlûkata yönelik şefkat anlayışı teorik bir ilke biçiminde kalmamış, gündelik hayatın bütününe yansımıştır. Kaynaklarda sûfilerin evcil ya da vahşi ayırımı yapmadan hayvanlarla ilgilendiği, onların bakımını üstlendiği, hastalandıklarında tedavilerine çaba gösterdiği aktarılır. Vefat eden hayvanlar için kabir yapılmasına kadar uzanan bu hassasiyet, tasavvufî terbiyede mahlukata hürmetin ne derece köklü bir değer olarak benimsendiğini gösterir. Bu yaklaşım, sûfilerin yaşadıkları dönemde hayvanları korumaya yönelik sistematik bir yapı bulunmamasına rağmen, fiilî davranışlarıyla bir koruma sorumluluğu üstlendiklerini ortaya koyar niteliktedir. Tasavvuf ehlinin mahlukatın hukukuna yönelik duyarlılığı, sırf ahlâkî tutumla sınırlı kalmamış, hayvanların yaşamlarını güvence altına almaya yönelen bir vicdânî çerçeve teşkil etmiştir (Bayraktar, 1997: 92). Tasavvuf tarihinde hayvan hastanelerinin kurulması, çölde veya ormanda yaralı hayvanların tedavi edilmesi gibi uygulamalar da bu yaklaşımın kurumsallaşmış örnekleri arasında zikredilir. Rivayetlerde, Allah dostlarının susamış hayvan ve bitkilere su ulaştırmak için imkân bulamadıklarında ağızlarıyla su taşıdığına dair aktarımlar, merhametin tasavvufî hayat anlayışında nasıl bir davranış biçimine dönüştüğünü gösterir. Bu örnekler, sûfinin mahlûkata yönelen şefkatini ahlâkî bir erdemden ziyade inanç eksenli bir tavır ve hayat tarzı olarak gördüğünü göstermektedir (Tenik, 2023: 297).

Tasavvufî geleneğin canlılara yönelik merhamet anlayışı, salt koruyucu tutumdan ibaret bir yaklaşımı aşarak varlığın tamamıyla iletişim kurmayı amaçlayan bir anlayışı da içerir. Sûfilerin tefekkürü bütün mevcûdâtın hâl diliyle irtibat kurmanın bir metodu olarak görmeleri bu çerçevede dikkat çekicidir. Kaynaklarda, bitkilerden farklı çiçeklere ve çeşitli hayvan türlerine kadar her varlığın yaratılış gayesi doğrultusunda Rabbine yönelişini temaşa eden sûfilerin, bu yöneliş tasvir eden bir anlatım geliştirdikleri belirtilmiştir. Varlık âlemini ilahî işaretlerin tezahürü olarak okuyabilen bu bakış, suyun hareketinden canlıların davranışlarına kadar her unsuru ibadet neşvesi

taşıyan bir işaret olarak değerlendiren bir tasavvufî yoruma kapı aralar. Bu idrak, sûfînin varlıkla kurduğu ilişkiyi derinleştirerek “hâl dili” üzerinden bir anlam inşasına dönüşür (Tenik, 2023: 297). Tasavvufî kaynaklarda, bu idrakin yalnızca evcil hayvanlarla sınırlı kalmadığı, normal şartlarda insanlara zarar verebilecek türlerle ilişkide de kendini gösterdiği aktarılır. Rivayetlerde kimi sûfilerin vahşi hayvanların saldırısından emin oldukları, bu tür hayvanların sûfilere zarar vermemekle kalmayıp kimi zaman yardım ettikleri nakledilir. Bazı sûfilerin vahşi hayvanlardan korkmamayı iman ve ihlasın tezahürü şeklinde yorumladıkları, hatta kendileriyle sohbet ve yol arkadaşlığı kurmak isteyenlere bu durumu bir ölçü olarak gördükleri belirtilmiştir. Bu yaklaşımlar, sûfînin mahlûkatla kurduğu ilişkinin yalnızca merhamet temelli bir tutum olmadığını; aynı zamanda tevhid merkezli bir güven ve teslimiyet anlayışıyla şekillenen bir varlık telakkisine dayandığını gösterir. (Tabakoğlu, 2025: 71-72) Bu noktada Kur’an’ın varlık üzerinde tefekkürü teşvik eden yaklaşımı, hayvanların yaratılışında görülen düzen ve inceliğin ibret vesilesi olarak değerlendirilmesini mümkün kılar. Nahl suresinde (Nahl, 16/66) sütün işkembe ve kan arasından çıkarılışına dikkat çekilmesi, canlıların bünyesinde gerçekleşen hassas işleyişin ilahî kudreti gösteren örneklerden biri olarak sunulur. Bu tür yaratılış olayları, hayvanlara yönelik şefkatin aynı zamanda varlık üzerindeki hikmeti temaşa eden bir tefekkür bilinciyle irtibatlandırılabilceğini de göstermektedir (Çetin, 2009: 175).

Tasavvufî kaynaklarda aktarılan örnekler, sûfilerin merhamet telakkisinin yalnızca teorik bir kabule dayanmadığını, mahlûkatın en zayıf varlıklarını dahi kuşatan geniş bir sorumluluk anlayışıyla desteklendiğini göstermektedir. Rivayetlerde Şiblî’nin soğuk bir günde titreyen bir kedi yavrusuna gösterdiği ihtimamı kendi manevi yolculuğunda belirleyici bir davranış olarak gördüğü, Süfyân-ı Sevrî’nin kafeste hapsedilmiş bir kuşu özgürlüğüne kavuşturduğu, Bâyezîd-i Bistâmî’nin ise yolculuk sırasında heybesine giren bir karıncayı yuvasından uzaklaştırmamak için geri götürdüğü nakledilir. Ahmed b. Hadraveyh’in eşi Fatma’nın misafir ağırlanan mekânlarda köpeklerin de gözetilmesi gerektiğini hatırlatması (Kuşeyrî, ts: 1/229; Sayın, 2017: 283), Merkez Efendi’nin farelerin zarar görmemesi için evinde kedi bulundurmaya tercih etmemesi (Demirci, 2005: 69; Sayın, 2017: 283) gibi örnekler, tasavvufî terbiyede merhametin ne derece köklü ve kapsamlı bir değer olarak benimsendiğini açıkça ortaya koyar. Bu anlatımlar, sûfilerin mahlûkata yönelişini ahlâkî bir incelikten öte, tevhid merkezli bir duyarlılık ve yaratılmışlara karşı emanet bilinci gözeten bir varlık tasavvuruyla temellendirdiklerini göstermektedir.

Tasavvuf tarihindeki menkıbevi anlatımlar, sûfilerin hayvanlarla kurduğu ilişkinin yalnızca gündelik merhamet pratiklerinden ibaret olmadığını, aynı zamanda dönemin kültürel hafızasında güçlü bir sembolik boyut kazandığını da gösterir. Heinrich Seuse’nin ormandaki vahşi hayvanların kokusunu duyduğunda sükûnet bulduklarına dair aktarımlar, Mahmud Hayrânî’nin aslanı binit, yılanı kamçı gibi tasvir edilen yakınlığı ve Hacı Bektâş-ı Velî’nin minyatürlerde aslan ve ceylanla birlikte resmedilmesi bu sembolik dili destekleyen örnekler arasında yer alır. Osmanlı’nın kuruluş yıllarında

Uludağ'da yaşayan Geyikli Baba'nın adının geyiklerle kurduğu yakın münasebetten gelmesi de aynı geleneğin Anadolu'daki yansıması olarak değerlendirilebilir (Araz, 1966: 18; Sayın, 2017: 283; Çelepi, 2018: 279-282). Bu ve benzeri anlatılar, sûflerin mahlûkata yönelik şefkatini, ahlâkî hassasiyetini, beraberinde varlıkla uyum içinde yaşama düsturunu öne çıkaran ve bunu temsil gücüyle aktaran kültürel bir doku hâline gelmesini sağlamıştır.

Tasavvuf geleneğinde yer alan bütün bu örnekler, sûflerin mahlûkata yönelen şefkatini yalnızca ahlâkî bir erdem şeklinde telakki etmediklerini, yaratılışın bütününe karşı sorumluluk hissi taşıyan bir varlık anlayışıyla temellendirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu anlayış, merhameti tevhid inancının tabîi bir sonucu şeklinde yorumlayan bir yaklaşımın ifadesidir. Sûfinin hayvanlara gösterdiği özen, ibadet bilinciyle şekillenen içsel bir terbiyenin dışa yansıması olarak değerlendirilmiş ve tasavvuf geleneğinde süreklilik arz eden bir değerler bütünü hâline gelmiştir.

5. Hayvanları Koruma Kanunun Tasavvuf Perspektifinden Değerlendirilmesi

Türkiye'de kamuoyunda çoğunlukla hayvan hakları yasası veya sokak hayvanları yasası olarak bilinen 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu, kabul edildiği tarihten (5199 Sayılı Kanun, 2004) itibaren çeşitli değişiklik ve eklemelerle güncellenerek yürürlükte kalmıştır. Aradan geçen zaman içinde kanuna ilişkin farklı toplum kesimlerinden müsbet ve menfi yaklaşımlar yükselmiş; özellikle 2024 yılının ağustos ayında yürürlüğe giren (7527 Sayılı Kanun, 2024) Hayvanları Koruma Kanunu'nda yapılması öngörülen düzenlemelerin kamuoyu gündemine taşındığı dönemde, tartışmalar yoğun bir şekilde artmıştır. Sahipsiz hayvanların barınaklarda toplanması ve belirli şartların gerçekleşmesi hâlinde uyutulmasına yönelik düzenleme ihtimali, bir kesimde ciddi endişeler doğururken; diğer taraftan son dönemde artan sokak hayvanı saldırıları, kuduz vakaları ve kentsel güvenliğe ilişkin kaygılar sebebiyle farklı kesimlerde söz konusu değişikliklere yönelik destek de oluşmuştur. (Koç, 2024) Böylece kanun etrafındaki tartışma, yalnız teknik bir mevzuat meselesi olmaktan çıkmış, toplumun ahlâk anlayışı, şehirleşme tecrübesi, güvenlik algısı ve merhamet hassasiyeti gibi çok yönlü dinamikleri içeren bir sosyal mesele hâline gelmiştir.

Hayvanları Koruma Kanunu'nu yalnızca hukukî içeriği açısından değerlendirmek yeterli değildir. Hayvanların korunmasına ilişkin düzenlemelerin toplumsal zeminde nasıl karşılık bulduğunu, hangi değer dünyalarının bu tartışmayı şekillendirdiğini ve özellikle İslâm düşüncesinin tarih boyunca geliştirdiği merhamet merkezli yaklaşımın modern hukuk normlarıyla nasıl irtibatlandırılabilceğini de mütalaa etmek gerekmektedir. Tasavvuf geleneği, mahlûkata şefkati, ahlâkî bir davranışın ötesinde insanın kendi kulluk bilincini derinleştiren bir varlık anlayışı şeklinde telakki etmiştir. Bu sebeple, günümüzde yürürlükte olan Hayvanları Koruma Kanun'un tasavvufi perspektiften ele alınması, merhamet duygusunun hukuk düzeniyle kesiştiği noktaları ve modern tartışmaların ahlâkî arka planını görünür kılma imkânı sunmaktadır.

Hayvanları Koruma Kanunu'nda yer alan "hayvanların yaşama hakkının korunması", "acı, ıstırap ve eziyetin önlenmesi", "insan-hayvan ilişkisinde sorumluluk bilinci" ve "hayvanların doğal ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğü" gibi ilkeler, İslam tasavvufunun mahlûkata yönelik yaklaşımıyla dikkate değer bir uyum sergiler nitelikte olduğu söylenebilir. Tasavvuf geleneğinde canlılara gösterilen şefkat, tevhid merkezli bir varlık telakkisinin sonucudur. (Mekki, 2005: 2/296) Sûfilerin mahlûkatı ilahî isimlerin tecellisi olarak görmesi (Gazalî, ts: 4/427; Uludağ, 2016: 710), insanın hayvanlar üzerindeki tasarruflarını sınırlandıran bir bilinç kazandırmış; kişinin can sahibi olduğu her varlığı Allah'ın emaneti olarak kabul etmesi gerektiği yönündeki anlayış bu bilinçle pekişmiştir. Bu bağlamda İbn Arabî, hayvanların görünürde insan için hizmete verilmiş olmasına rağmen hakikatte insanın onların maslahatını gözetmek üzere görevlendirildiğini; sulama, besleme, barındırma ve korunma gibi ihtiyaçlarını karşılayanın insanı onların üzerinde gerçek anlamda sorumlu kıldığını ifade etmektedir. İnsan, bu varlıkların taşıdığı yükler ve sağladığı imkânlar sayesinde ulaşamadığı beldelere ancak onlar vasıtasıyla ulaşabildiğinden, İbn Arabî'ye göre üstünlük iddiası yerine derin bir ihtiyaç bilinci ve tevazu hâlinin benimsenmesi gerekmektedir. (İbn Arabî, ts: 6/281-282).

Kanunda yer alan "hayvanların refahı için gerekli tedbirlerin alınması" hükmü de tasavvufta vurgulanan emanet fikriyle ilişkilendirilebilir. İrfan geleneğinde emanet kavramı, mahlûkatla ilişkiyi belirleyen kapsamlı bir sorumluluk alanı olarak ele alınmıştır. Bu yaklaşım çevreyi ve canlıları, Allah'ın insana bıraktığı bir yükümlülük sahası şeklinde yorumlar. Sûfilerin sade yaşayışı, gösteriştan uzak durması, israfı reddeden bir tutum benimsemesi yani zühd yaşantısı bu anlayışın tabîi sonucudur. Kanaat, iktisat ve ihlâs merkezli tercihlerin arkasında, ileride yaşayacak nesillerin hakkına riayet etme bilinci yer alır. Kul hakkının telafisi bulunmayan bir vebal olarak görülmesi, tasarrufta ölçüyü ve tüm mahlukatın ihtiyaçlarını gözetmeyi zaruri kılar (Yılmaz, 2020: 448). Bu yaklaşım, Hayvanları Koruma Kanunu'nun temel ilkelerinde yer alan "hayvanların doğal ihtiyaçlarının gözetilmesi" ile "acı ve ıstırapın önlenmesi" yönündeki düzenlemelerle yakın bir uyum içerisindedir. Bu bağlamda kanunun "hayvanların acı ve eziyetten uzak tutulması" ilkesi, tasavvufî literatürde zulmün sadece insanlar arası ilişkilerde değil, tüm canlılara karşı yöneltilebilecek fiillerde de geçerli olduğu yönündeki yaklaşımıyla örtüşmektedir. Bu anlayışı destekleyen rivayetlerde, en küçük bir canlının dahi zarar görmesinden kaçınmanın sûfî terbiyesinde temel bir ilke olarak benimsendiği görülür. Bâyezîd-i Bistâmî'nin satın aldığı safran tohumlarının arasında iki karınca bulduğunda uzun yolculuğu göze alarak onları geldikleri yere geri götürmesi, tasavvufî literatürde canlıya yönelen en küçük haksızlığı dahi emanetin ihlali sayan yaklaşımın bir örneği olarak gösterilebilir. (Kuşeyri, ts: 1/229)

Kanunun sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların korunmasına ilişkin düzenlemeleri, modern hukuk sisteminde canlıların korunması bakımından önemli bir dönüm noktası teşkil eder. Sahipsiz hayvanların toplanması, kısırlaştırılması, tedavi edilmeleri ve bakımevlerine yerleştirilmeleri yönündeki hükümler, idari bir tedbir

olmasının beraberinde toplumun canlılarla kurduğu ilişkinin niteliğini belirleyen bir çerçeve niteliğinde de değerlendirilmelidir. Tasavvuf geleneği açısından bakıldığında bu hükümlerin, tarih boyunca sûfîlerin benimsediği merhamet merkezli anlayışıyla güçlü bir uyum taşıdığı görülür. Zira tasavvufta her can, yaratılmış olmasının gereği olarak ilahî bir emanet kabul edilir ve bu emanete gösterilen ihtimam, insanın manevî olgunluğunun göstergelerinden biridir.

İbn Arabî'nin nefis ve beden tasarrufuna dair değerlendirmeleri, insanın varlık üzerindeki konumunu mutlak sahiplik iddiasından uzak bir zemine yerleştirir. Ona göre insan, kendi hayvanî nefsi üzerinde bile gerçek bir malik değildir. Tevbe suresinde geçen Allah Teala'nın müminlerin canlarını ve mallarını satın aldığına dair ayet, (Tevbe, 9/111) kişinin beden ve nefsi üzerinde nihai mülkiyet iddiasında bulunamayacağını göstermektedir. Bu ayetin işaret ettiği satın alınmışlık durumu, insanın kendisine ait sandığı varlıkların hakikatte Allah'ın tasarrufu altında bulunduğunu hatırlatır. İnsan, kendi varlığı üzerinde dahi sınırlı yetkiye sahipken başka bir can üzerinde keyfî tasarruf hakkına sahip olduğunu ileri süremez (İbn Arabî, ts: 3/220-221). Bu nedenle tasavvufî düşünce, canlılara yönelik her müdahaleyi ilahî iradenin belirlediği sınırlar içinde, emanet bilincinin bir gereği olarak ele alır. Bu zeminde korunması gereken her can, insanın tasarruf alanına ait bir varlık olarak görülmez; hakikatte Allah'ın mülkünde yer alan ve O'nun belirlediği ölçülerle muamele edilmesi gereken bir emanet şeklinde telakki edilir.

Tasavvufî gelenekte sahipsiz varlıklara yönelen ilginin salt zahirî bir yardım davranışıyla sınırlı görülmemesi, rıfk anlayışıyla ilişkilendirilerek açıklanır. Gazâlî'nin aktardığına göre rıfk, öfkenin taşkınlığını ve arzuların ölçsüzlüğüne dengeleyen bir ahlâk melekesidir; insanın tutum ve kararlarında sükûnet hâlinin yerleşmesi bu meleke sayesinde mümkün olur. Şiddet eğilimi öfke ve kabalıkla ilişkilendirilirken, rıfk iyi huyun, selim tabiatın ve teennînin meyvesi kabul edilir. (Gazâlî, ts: 3/185). Bu bağlamda Hz. Peygamber'in "Allah rıfk sahibini dünya ve ahiretin hayrına ulaştırır, rıfkıtan mahrum olan bu hayırdan da mahrum kalır" (Ahmed b. Hanbel, 2001: 42/153) mealindeki beyanları rıfkın insan-mahluk ilişkilerindeki belirleyici rolünü ortaya koyar. Gelenekte rıfka sahip olmanın ilahî bir ikram olarak değerlendirilmesi, sahipsiz hayvanlara yönelik düzenlemelerde gözetilen inceliğin tasavvufî zemindeki karşılığını açıklayıcı niteliktedir.

Kanunun hayvana eziyet, kötü muamele, terk etme, dövüştürme ve benzeri fiilleri açık şekilde yasaklayan hükümleri, hayvanların hukukî statüsünü güçlendiren temel düzenlemeler arasında yer alır. Bu maddeler, canlıya yönelik her türlü fiziksel veya psikolojik zarar verici davranışı yaptırıma bağlayarak toplumun ahlâkî sınırlarını belirlemektedir. Tasavvuf geleneği açısından bu çerçeve, dış dünyaya yönelik bir yasak ile sınırlı görülmez ve insanın iç dünyasını doğrudan etkileyen bir ahlâk meselesi olarak değerlendirilir. Sûfî anlayışta hayvana eziyet, zahirî bir fiilden çok kalbi karartan bir fiil şeklinde yorumlanabilir. İzlenen tutum, kişinin ruhunda zulmetin izini bırakır ve bu kararma, manevî yolculuğu sekteye uğratan bir perde olarak kabul edilir. Bu noktada

Mekkî'nin zulüm anlayışı açıklayıcı bir çerçeve sunmaktadır. Ona göre zulüm, kalpte bugün ortaya çıkan bir karanlığa, ahirette ise hesap vaktinde karşılaşılabilecek daha ağır bir karanlığa dönüşmektedir. Tевbe, bu karanlık hâlden çıkış yoludur; kişi zulmün tesirinden sıyrıldığında ilahî ahde uygun bir hayata yönelir ve ıslah edici bir tutum kazanır. Mekkî'nin ifadesiyle "tevbe, kişiyi zulmün dışına çıkarır; ahde riayet eden kimse ıslaha yönelir, ıslaha yönelen kimsenin amelini Allah zayı etmez." (Mekki, 2005: 2/130). Bu yaklaşım, hayvana yönelik kötü davranışın kişinin mana yaşantısını ifsad eden bir zulüm türü olarak görülmesini mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla kanundaki kötü muamele yasağı, tasavvuf perspektifinde insanın kalbindeki kararmayı önleyen, onu ıslah yoluna sevk eden bir koruma mekanizması şeklinde yorumlanabilir. Canlıya zarar vermekten uzak durmak, Mekkî'nin vurguladığı şekilde zulmün karanlığından sıyrılma ve salih amele yönelme sürecinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir.

Tasavvufî anlayışta fiillerin bu şekilde kalbi etkileyen bir yönü bulunduğu gibi, dışarıdan bakıldığında hayır olarak görülen davranışların da iç niyet bakımından sürekli muhasebeye tabi tutulması gerektiği vurgulanır. İbn Kayyim, salih amellerin zahirde övgüye layık bir görüntü taşımasına rağmen, nefis için gizli bir pay barındırdığı durumlarda yüksek manevi dereceler açısından eksiklik ifade ettiğini belirtir. Ona göre ebrârın hasenatı mukarrabûn için seyyie/günah hükmüne yaklaşır; çünkü bu zümre, amelin kendisinden çok niyetin saflığına, kalbin huzuruna ve nefsin gizli beklentilerinden arınmasına odaklanır. Nefsin amellere hayranlık duymaya başlaması, kişinin kendi kusurunu görme yeteneğini zayıflatır; bu sebeple gerçek ıslah, sadece dış davranışların düzeltilmesiyle sınırlı kalmaz, niyetin riya ve ucubtan yani dar anlamıyla kendini beğenme unsurlarından temizlenmesini de içerir (İbn Kayyim, 1996: 1/270). Bu çerçeve, hayvanların korunmasına yönelik düzenlemelerin uygulanmasında dahi kişinin iç dünyasında oluşan tavrın önemini hatırlatır; canlıyı koruma yönündeki her tercih, nefsin payından arındığı ölçüde sahih bir merhamet tezahürü niteliği kazanır.

Tasavvufî gelenekte fiiller, şer'î hükmün ötesinde kalpte bıraktığı tesir bakımından değerlendirilir. Bu sebeple fıkıhın zaruret çerçevesinde canlıyı öldürmeye izin verdiği durumlar, yüksek manevi mertebelerde büsbütün farklı bir sorumluluk alanı olarak görülür. "Hasenâtü'l-ebrâr, seyyiâtü'l-mukarrabîn" düsturu bu ayrımı açık biçimde ortaya koyar. Ebrâr için salih sayılan bir fiil, mukarrabûn için kalbi incelten bir ağırlık hâline gelebilir; çünkü yakınlık mertebesi, hükmün zahirinden çok niyetin saflığına ve merhametin bütünlüğüne göre anlam kazanır. Bu sebeple sûfiler, mertebe yükseldikçe canlıya müdahale eşiğinin daraldığını, koruma ve rıfk yükümlülüğünün genişlediğini belirtir. Tasavvufî terbiyede "havas isen hayvan öldürmeyeceksin, çiçek koparmayacaksın" (Göktaş, & Arslan, 2023: 565). sözü, tam olarak bu mertebe farkını yansıtır. Avam için hukuken caiz olan bir fiil, mukarrabûn için kalpte bir bulanıklık, merhamet çizgisinde bir zedelenme sebebi olabilir. Bu nedenle tasavvuf, hukukun müsaade ettiği alanlarda bile kalbin inceliğini esas alır; canlıya yönelik her tasarrufu, yakınlık mertebesinin sorumlulukları içinde yeniden tartarak değerlendirir.

Hayvanları Koruma Kanunu'nun tasavvufî bir zaviyeden değerlendirilmesi, modern hukuk normlarının arka planında işleyen daha derin bir ahlâkî zemini görünür kılar. Tasavvuf geleneği, canlıya yönelik her muameleyi tevhid bilincinin ve emanet sorumluluğunun tezahürü olarak yorumlar. Bu nedenle kanunda yer alan her düzenleme, sûfî yaklaşım açısından insanın dış dünyaya ve kendi iç âlemine karşı yükümlülüklerini hatırlatan bir ölçü mahiyetindedir. Merhameti ihmal eden tutumlar, Mekkî'nin ifadesiyle kalpte karanlık bir iz bırakırken; rıfk, emanet ve incelikle yapılan her müdahale, insanın manevî yolculuğunda istikamet kazandıran bir ıslah vesilesi hâline gelir. Böylece hukuk düzeni, tasavvufî perspektifte yalnız davranışları disipline eden bir metin olmaktan çıkar; yaratılmışla kurulan ilişkinin adalet, şefkat ve sorumluluk ilkeleri çerçevesinde yeniden inşasına katkı sunan bir imkân olarak değerlendirilir.

Kaynakça

- 5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu. (2004). Resmî Gazete, 25509, 01.07.2004. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/07/20040701.htm#2>
- 7527 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu. (2024). Resmî Gazete, 32620, 02.08.2024. <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/08/20240802-5.htm>
- Acarlıoğlu, Ahmet. Câhiliye Arap Toplumunda Kız Çocuklarının Katli Meselesi: İslam Tarihi Perspektifinden Değerlendirme. Cumhuriyet İlahiyat Dergisi 23/1 (Haziran 2019), 441-460. <https://doi.org/10.18505/cuid.535105>.
- Ahmed b. Hanbel, A. b. M. (2001). Müsnedü'l-İmâm Ahmed b. Hanbel (Ş. el-Arna'ût, 'Â. Murşid et al., thk.; 50 cilt). Beyrut: Mu'essesetu'r-Risâle.
- Araz, N. (1966). Anadolu Evliyâları, İstanbul: Atlas Yayınları.
- Banarlı, Nihat S. (1971). Resimli Türk Edebiyatı Tarihi I. İstanbul: MEB Basımevi.
- Bayraktar, M. (1992). İslam ve Ekoloji. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Buhârî, M. b. İ. (2001). el-Câmi'u's-sahîh. Beyrut: Dâru Tavki'n-Necât.
- Çelepi, M. S. (2018). Türk Tasavvufunda Hayvan Ruhu ve Koruyucu Pirlar Sembolizmi. IV. Uluslararası Alevilik ve Bektaşilik Sempozyumu: Bildiriler Kitabı (Cilt 1, 261-285). Ankara.
- Çetin, İ. (2009). Ehli Sünnetin Nazarı İ'tikadın Ölçüsüdür. Isparta: Dilara Yayınları.
- Çetin, İ. (2009). Teklifi Hükümler: Helal, Haram, Mekruh, Alış-Veriş, Siyaset, Hudud Ahkam, Cihad, Hukuk ve İktisad'da Ölçüler. Isparta: Dilara Yayınları.
- Çetin, M. (2016). Hz. Peygamber'in Çevre Anlayışı. ISEM2016: 3rd International Symposium on Environment and Morality, Alanya.
- Demirci, M. (2005). Gönül Dünyamızı Aydınlatanlar, İstanbul: Mavi Yayıncılık.
- Ebû Tâlib el-Mekkî, M. b. 'Alî. (2005). Kûtu'l-kulûb fi mu'âmeleti'l-mahbûb ve vasfu tarîki'l-murîd ilâ makâmi't-tevhîd ('Â. İ. el-Keyyâlî, thk.; 2 cilt). Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye.
- Gazâlî, M. b. M. (t.s.). İhyâ'u 'ulûmi'd-dîn. Beyrut: Dâru'l-Ma'rife.
- Genç, M. (2009). Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Ekonomi. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Göktaş, V & Arslan, S. (2023). Tasavvufî Biyografisine Bir Başlangıç Olarak Ethem Cebecioğlu ile Söyleşi. Prof. Dr. Ethem Cebecioğlu'na Armağan. Ankara: İlahiyat Yayınları.
- Heysemî, A. b. E. B. (1987). Mecma'u'z-zevâid. Dâru'r-Reyyân li't-Türâs; Beyrut: Dâru'l-Kütubi'l-Arabî.
- İbn Arabî, M. el-Futuhâtü'l-Mekkiyye. Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye.
- İbn Kayyim el-Cevziyye, M. b. Ebî Bekr. (1996). Medâricu's-sâlikîn beyne menâzili iyyâke na'budu ve iyyâke nesta'in. (M. el-Mu'ta'îm Billâh el-Bağdâdî, thk.; 2 cilt). Beyrut: Dâru'l-Kitâbi'l-Arabî.

- İbn Mâce, M. b. Yezîd. (t.y.). Sünenü İbn Mâce. Dâru İhyâ'î'l-Kutubi'l-'Arabîyye.
- Koç, S. (2024). "Hayvan Koruma Kanunu"nda Yapılan Değişikliğe ilişkin X/Twitter Paylaşımlarının Peirce'in Göstergebilim Modeli Çerçevesinde İncelenmesi. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 11(114), 2657–2667. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14506409>
- Koşum, A. (2018). İslam Hukukunda Hayvan Hakları. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Koşum, A. (2018b). İslam'da Hayvan Hakları ve Doğal Çevrelerin Korunması. *Diyanet Aylık Dergi*, (Şubat), 14-17.
- Kuşeyrî, 'A. b. Hevâzin. (t.s.). er-Risâletü'l-Kuşeyriyye. (thk. 'A. Ma'mûd & M. eş-Şerîf; 2 cilt). Kahire: Dâru'l-Me'ârif.
- Melikoğlu, Berfin. (2009). Türkiye'de Kurulan İlk Hayvanları Koruma Derneğinin Tarihsel Gelişimi. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*. 2009; cilt 80, sayı 1, 37-44.
- Menekşe, M. (2022). Osmanlı Medeniyetinde Hayvan Sevgisinin Mesleğe Dönüşümü: Mancacılık. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* (55), 84-101.
- Müslim, M. b. el-Haccâc. (1955). Sahîhu Müslim. Beyrut: Dâru İhyâ'î't-Turâsî'l-'Arabî.
- Nesâî, A. b. Ş. (2001). es-Sünenü'l-kubrâ. Beyrut: Mu'essesetu'r-Risâle.
- Ögel, B. (1971). Türk Mitolojisi. Cilt: I, Ankara: TTK Basımevi.
- Sarıcık, M. (1999). III. Murad Devrinden Hayvan Haklarıyla İlgili Bir Ferman. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 6, 69-78.
- Sarıcık, M. (2014). Hayvanlara Şefkat ve Merhamet Açısından Bazı Cahiliye Âdetlerine Son Verilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* (33), 61-86.
- Sayın, E. (2017). Tasavvufî Kavramların Anlaşılmasında Hayvan Sembollerinin Önemi. *Turkish Studies*, 12(10), 277–290. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.11850>
- Sunar, Mert M. (2015). Hayvanlar. Osmanlı İmparatorluğunda Çevre ve Şehir, İstanbul, 191-231
- Tabakoğlu, M. (2025). İlk Dönem Tasavvuf Kaynakları ile Menâkıbnâmelerdeki Hayvanlarla İlgili Kerametlerin Tasavvufî Muhtevâsı. *Sufiyye*, 18, 57–88. <https://doi.org/10.46231/sufiyye.1646918>
- Tenik, A. (2023). Tasavvuf Sosyolojisine Giriş: Sûfî ve Sosyal Hayat. Prof. Dr. Ethem Cebecioğlu'na Armağan. Ankara: İlahiyat Yayınları.
- Tirmizî, M. b. İsâ. (1998). es-Sünen. Beyrut: Dâru'l-Ğarbi'l-İslâmî.
- Uludağ, S. (2016). Tasavvufun Dili. Ensar Neşriyat.
- Uyar, B., & Durmaz, D. (2024). Türk ve alman ceza hukukunda hayvanların korunması: hayvanların mağdurluk konumunun tür adaleti perspektifiyle incelenmesi. *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21(2), 161-215.
- Ürgüplü, G. (2013). Derin ekoloji bağlamında kentte sokak hayvanlarıyla birlikte yaşamak olgusunun incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Velioğlu, T. (2024). İslam Öncesi Arap Toplumunun 'Câhilî' Olmasından Hayvanlar da Etkileniyor muydu? -Akr Geleneği Üzerinden Bir Soruşturma. *Akademik Siyer Dergisi* 10, 48-66. <https://doi.org/10.47169/samer.1476356>.
- Yılmaz, Ö. (2020). İrfan geleneğinin günümüz çevre sorunlarının çözümüne merhametçe yaklaşım. *Buhara'dan Konya'ya irfan mirası ve XIII. yüzyıl medeniyet merkezi Konya* (Cilt 1, ss. 442–467).

Hayvanları Koruma Kanunu'nda Yapılan Değişiklik Sürecinde Türkiye'de Hayvansever Toplulukların Siyasal Katılım Faaliyetlerinin İncelenmesi

Talha Karlıdağ¹ Miray Aykurt²

Giriş

Hayvan haklarına dair tartışmalar modern hukuk çerçevesinde incelendiğinde hem ulusal hem de uluslararası hukuk sistemlerinde getirilen değişikliklerle beraber sürekli güncelliğini korumaktadır. Modern hukuk sistemlerinde hak kavramının tanımlamalarına bakıldığında alt tema olarak insanı ön plana çıkararak kategorize ettiği görülmektedir. Bu durum bizlere hukuk normlarının antroposentrik (insanmerkezci) bir yaklaşım ile hazırlandığının da bir göstergesidir. Hak kavramı yerli ve yabancı literatürlerde çoğunlukla insana özgü nitelikler (zekâ, irade, içgüdü vs.) ile tanımlanmaktadır. Zira bu durum diğer canlı türlerinin modern hukukta bir özne olarak tanımlanmasına engel olmaktadır. İnsanmerkezci yaklaşım ise ulusal veya uluslararası hukuk sistemlerinde hayvanların bir eşya kategorisinde değerlendirilmesine yol açmakla kalmayıp hayvan ve ilgili diğer canlı türlerinin birer hak sahibi varlıklar olmalarını sınırlandırmaktadır. Tam bu noktada araştırmacılar hak kavramının posthümanist bir yaklaşım ile tanımlanmasının daha doğru olacağını söylemektedir. Posthümanist yaklaşım insanı merkeze alan hiyerarşik bir yapıdan çıkarak hayvan ve diğer canlı türlerinin de insan gibi doğada bir özne konumunda olması gerektiğinin vurgusunu yapmaktadır. Buradan hareketle posthümanist yaklaşım özellikle hayvanların korunmaya muhtaç bir nesne olmasından ziyade kendi hakları ile tanınması gerektiğinin vurgusunu yaparak modern hukuk sistemlerine radikal bir eleştiri yapmaktadır. Bu bağlamda 19. yüzyıldan önce hayvanların hakları ve refahları konusunda yasa tasarıları oluşturulsa da hayvanların korunması gereken menfaatleri 19. yüzyılın başlarında faydacıların getirmiş oldukları ahlaki düşünce sistemi ile korunmaya başlanmıştır (Francione & Charlton, 2017, s. 38). Ülkemizde ise hayvanların haklarının korunması yönelik duyarlılık Osmanlı Devleti'nden günümüze kadar uzanmaktadır. Osmanlı Devleti'nin dönemlerine bakıldığında herhangi bir şekilde hayvan hakları ile ilgili mevzuat veya kanun bulunmasa da çeşitli sivil toplum kuruluşları ya da hayvanların refahı üzerine birçok derneğin Dağılma döneminde aktif bir şekilde rol oynadığı görülmektedir. Cumhuriyet Döneminde ise hayvan hakları ile ilgili yasaların tasarlandığını fakat 2004 yılına kadar herhangi bir kanunun siyasal sistem içerisinde yer almadığı bilinmektedir (Akbulut & Çobanoğlu, 2020, s.14). 2004 yılında

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, Orcid: 0009-0003-1483-2883, yl2430237008@ogr.sdu.edu.tr

² Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, Orcid: 0009-0007-9732-4480 yl2430245004@ogr.sdu.edu.tr

ise hayvanların refahı için tasarlanan 5199 sayılı Hayvan Hakları Kanunu ile ilk kez kapsamlı bir yasal düzenleme yapılmıştır. Lakin ilgili kanunda yer alan bazı maddeler yıllarca hayvansever topluluklar, dernekler, aktivistler ve bürokratlar tarafından eleştirilmiştir. Bu eleştiriler sonucunda 2021 ve 2024 tarihlerinde ayrı ayrı iki farklı yasal düzenlemeye gidilip bazı maddeler değiştirilmiştir. Bu bağlamda hayvansever vatandaşların ve hayvan hakları ile ilgilenen sivil toplum kuruluşlarının siyasal katılım faaliyeti göstererek hayvanların ve diğer canlı türlerinin haklarını ve refahlarını savunmaları önem arz etmektedir. Sivil toplum kuruluşları demokratik toplumların temel bir yapı taşı olarak görülmektedir. İlgili kuruluşlar insan hakları, çevre hakları ve özellikle araştırmanında temel yapı taşından biri olan hayvan hakları hususunda hem geleneksel anlamda hem de çağımızın teknolojisi gereği interaktif yani çevrimiçi platformlar aracılığıyla siyasal katılım faaliyeti göstermektedir. Siyasal katılım kavramı literatürde birden farklı tanımlamaya sahip olsa da en sade anlamıyla demokratik toplumlarda yaşayan bireylerin siyasal karar mercilerini etkileme sanatı olarak ifade edilmektedir (Güler & Sezgin,2019). Öte yandan Çağlar ve Asıgbulmuş ise siyasal katılımı politik faaliyetlerde aktif bir şekilde rol oynamaları olarak tanımlamaktadır (2017, s.89). Hayvan hakları ile ilgilenen sivil toplum kuruluşları toplumsal açıdan çeşitli sorunlara çözümler üretmekte ve kamusal alandaki politikaların da biçimlenmesi açısından güçlü bir aktör rolü oynamaktadır. Bu bağlamda hayvanların yaşam ve diğer hakları hususunda siyasal katılım faaliyeti gösteren sivil toplum kuruluşları hem etiksel hem de hukuksal anlamda toplumda bir farkındalık yaratmaktadır. Web teknolojileri ve dijital iletişim araçlarının gelişmesi ile sivil toplum kuruluşlarının siyasal katılım faaliyeti alanları genişlemiş; çevrim içi kampanyalar, sosyal medya etkinlikleri ve e-imza kampanyaları ile daha geniş bir kitleye ulaşma imkânı sağlamaktadır.

Bu kitap bölümünün amacı, 30 Temmuz 2024 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Genel Kurulu'ndaki oylamada kabul edilen 2 Ağustos 2024 günü Resmî gazetede yürürlüğe girip yasalaşan 7527 sayılı "Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasında Dair Kanun" sürecinde hayvansever grupların ve sivil toplum kuruluşlarının yasa sonrası interaktif ortamlarda yürüttükleri siyasal katılım faaliyetlerinin seyrini ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışmada ülkemizde hayvanlara bakış açıları, yasal süreçler ve hayvan hakları kanunlarının içeriği hakkında detaylı bir bilgi verilmiş olup hayvan hakları ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının çevrim içi platformlarda siyasal katılım faaliyetlerini harmanlayıp detaylı bir şekilde açıklanmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Hayvan hakları ile ilgili sivil toplum kuruluşları olan HAYTAP, HAÇİKO ve THKD'nin X resmi hesapları ise içerik çözümleme tekniği ile incelenmiştir.

1. Dünden Bugüne Hayvan Koruma Kanunlarındaki Değişiklikler

Hukukun temel bir kavramı olarak atfedilen hak, insanların yeryüzünde rahat ve özgür bir şekilde yaşamalarını sağlayan hukuki bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Gözler, 2019, s.154). Öte yandan Emimi (2004) hukuksal anlamda hak kavramını bir devlet tarafından güvence altına alınan ve bir ihlal durumunda da kişiye cezai bir işlem

uygulanan bir yetki olarak ifade etmektedir (s.206). Hak kavramının genel tanımlamalarına bakıldığında çoğunlukla insan haklarından bahsedilmektedir. Canlı sınıfında değerlendirilen diğer hayvan ve ilgili türlerin haklarına dair kapsayıcı bir tanıma ender rastlanmaktadır. Daha bütüncül bakış açılarını benimseyen derin ekoloji gibi anti-antroposentrik söylemlerin geliştirdiği argümanlar bu noktada önem arz etmektedir. Zira insan ve hayvan (ve diğer canlılar) doğanın ayrılmaz bir parçasıdır. Dolayısıyla insanlarla beraber aynı ekosistem içerisinde yaşayan hayvanların haklarından da bahsetmek elzemdir. Bu bağlamda hak kavramından bahsederken antroposentrik (insanmerkezcilik) yaklaşımının yanı sıra insan ve diğer canlı türlerinin arasında ayırım yapmayan ve onları da birer özne olarak konumlandıran posthümanist yaklaşımdan söz etmek gerekmektedir. Posthümanist yaklaşım ise insan ve ilgili diğer canlı türlerinin arasında herhangi bir hiyerarşik ayırım olmadığını ve doğada insan dahil diğer canlı türlerinin de aynı ekosistem içerisinde yaşam alanlarını paylaşmaları gerektiği görüşünü benimsemektedir (Gladden, 2016). Bu yaklaşım hayvanların yalnızca insanlar için değil kendileri için de bir değerinin olduğunu kabul etmektedir. Bu bağlamda Evrensel Hayvan Hakları bildirgesinde de belirtildiği gibi diğer canlılar gibi tüm hayvanlar eşit bir yaşama ve hakka sahip olması gerekmektedir (1978). Waldau (2010) ise Evrensel Hayvan Hakları¹ Bildirgesinde yer alan hayvanların diğer canlılar gibi korunması, rahat bir şekilde yaşam koşullarının sağlanması ve hatta hayvanların yaşama haklarına saygı gösterilmesi hususunun özellikle modern hukukta bir gereklilik olduğunu söylemektedir. Öte yandan özellikle sokak hayvanlarını korumaya yönelik hukuksal açıdan yasal düzenlemelerin her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de faaliyete geçmesi gerekmektedir. Özellikle ülkemizde hayvanlara yönelik hukuksal süreçlerin ilk adımları geç olarak atılsa da son zamanlarda hayvanların hakları ile ilgilenen sivil toplum kuruluşlarının artması ve ilgili kuruluşların mevcut hükümet üzerinde baskı kurulmasıyla beraber mevzuatta da önemli değişiklikler meydana geldiği görülmektedir.

Ülkemizde hayvan haklarıyla ilgili ilk yaklaşımların Osmanlı Devleti’nin Yükselme Dönemi’nde olduğu görülmektedir. Bu dönemde Osmanlı padişahı II. Beyazid tarafından içeriğinde hayvanların haklarının korunmasına yönelik maddelerin yer aldığı Bursa ve Edirne İhtisap Kanunnameleri hazırlanmıştır (Çankaya, vd.,2024, s.829). Fakat Cansız (2021) bu dönemde hayvanların haklarıyla ilgili doğrudan bir kanunun çıkarılmamış olduğunu İslamiyet’in ritüelleri ve Hz. Muhammed’in sünnetlerine(sevgi, şefkat, merhamet vb.) göre hareket edildiğini söylemektedir (s.184). Öte yandan bu dönemde çeşitli sivil toplum kuruluşları tarafından da sokak hayvanlarının beslenmeleri için ibadethanelerin çevrelerine gerekli erzağı günlük olarak tedarik edildiği de

¹ 15.10.1978 yılında Paris’te ilan edilen Hayvan Hakları Evrensel Bildirgesi, diğer canlılar gibi doğada yaşayan tüm hayvanların eşit bir şekilde yaşam haklarını ve refahlarını korumayı amaçlamaktadır. Bu bildirme,

- Hayvanların doğanın bir parçasının olduğunu ve doğanın dengesinin korunması için gerekli bir canlı türü olduğunu,
- Her canlı türleri gibi hayvanların da birer yaşama hakkına sahip olduklarını,
- Hayvanlara yapılan her türlü kötü muamele, işkence veya onlara derin acılar çektirmenin etik dışı bir hareket olduğu,
- Doğada yaşayan tüm canlılar gibi hayvanların da insanlar tarafından gözetilme, bakım ve koruma gibi haklarının olduğu,
- İnsanların hayvanlara fiziki ya da psikolojik açıdan bilimsel deneylerinin yasak olduğu,
- Çeşitli sinema ve dizilerde hayvanların öldürüldüğü sahnelerin yasaklanması gerektiğinin ve hayvanların da ölümlerine saygı gösterilmesi gerektiği gibi birtakım maddeleri içermektedir.

söylenmektedir (Gürler & Osmanoğlu, 2009). Ayrıca Osmanlı Devleti'nde yaşayan halk, mancacı diye nitelendirilen bireylere para verip sokakta yaşayan hayvanları beslemelerini istemektedir. Lakin Osmanlı Devleti'nin sokak hayvanlarına bu denli duyarlı yaklaşımın her dönemde tutarlılığını sürdürülmediğini söyleyen Menekşe (2018), 1900'lü yıllarda İstanbul'da birçok sokak köpeğinin sistemli bir şekilde toplatılıp kafeslere atıldığını ve Hayırsızada'ya götürülüp aç ve susuz bir şekilde ölüme terk edildiğini ifade etmektedir (s.6324). Cumhuriyet döneminde ise hayvan hakları konusu sürekli olarak siyaset arenasında yer edinse de 2000'li yıllara kadar herhangi bir yasal düzenleme yapılmamıştır. Ayrıca Türk hukukunda hayvanların hukuki anlamdaki konumu uzun yıllar tartışma konusu olmuş, hayvanlar eşya kategorisinde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda hayvanlara bu denli yaklaşımın beraberinde artan toplumsal duyarlılık ve farkındalık yeni bir yasal düzenlemeyi zorunlu kılmıştır. Buradan hareketle 2004 yılında yürürlüğe giren 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu¹, Türkiye'de hayvan hakları konusunda atılan ilk yasal adım olma özelliği taşımaktadır. 5199 sayılı Hayvan Hakları Kanunu; hayvanların yaşam haklarını güvence altına almak ve hayvanlara karşı kötü muameleyi önlemeyi amaçlamaktadır.

Osmanlı Döneminde ve Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde hayvanların hakları ile ilgili hiçbir şekilde yasal bir adım atılmasa da 2004 yılında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, sivil toplum kuruluşları ve hayvan hakları ile ilgili uzman kişilerin ortaklaşa hazırladığı 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'nun maddeleri ilgili dönem içerisinde aktivistler tarafından eleştiriye maruz kalmıştır. Buradan hareketle 5199 sayılı Kanunun içeriğindeki hayvanlara karşı işlenen suçların Kabahatlar Kanunu kapsamında değerlendirilmesi ve kanunun 3. maddesinde yer alan evcil ve sokak olarak hayvanlar arasında sınıfsal bir ayrım yapılması kamuoyu tarafından tartışmalara sebebiyet vermektedir (Akbulut & Çobanoğlu, 2020). Hayvan hakları aktivistleri, ilgili kanundaki hayvan haklarına uymayan kişilere yeterli olarak cezai işlemlerin uygulanmadığını, sadece idari para cezası ile sınırlı olduğunu, hayvanlara zarar veren faillerin adli sicil kayıtlarına herhangi bir cezai işlemlerin yansıtılmadığını ve sokak hayvanlarına yönelik şiddetin hala hafif bir suç kategorisinde değerlendirildiğini dile getirerek mevcut yasayı eleştirmektedir. Bu doğrultuda Sunstein (1999) ise çalışmasında Batı'daki mahkemelerin sokak hayvanlarına zulüm gösterenlere karşı Türkiye'de 2004 yılında çıkan 5199 sayılı kanundaki gibi yeterli düzeyde cezai işlem uygulanmadığını belirtmektedir. Ancak ilerleyen dönemlerde hayvanlara yönelik zulmün artmasıyla beraber bazı eyaletler, doğada yaşayan hayvanların insanlarla eşit haklara sahip olmaları için kendi yasal düzenlemelerini yapmaya başladığını ifade etmektedir. Böylece Sunstein, bu gelişmelerin hayvan hakları aktivistlerinin söylemlerini desteklediğini savunmaktadır. Ayrıca bir diğer tartışma konusu olan 5199 sayılı kanunun 6.maddesinde yer alan sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların toplanarak ömür boyu barınaklarda yaşamaları hususu kamuoyu tarafından büyük bir tepkiye

¹ Resmî Gazetede 01.07.2004 tarihli yayınlanan 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanununu detaylı incelemek için link aşağıda ektedir:
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5199.pdf>

sebepe olmuştur. Hayvan hakları aktivistleri ise ülkemizdeki barınakların yetersizliğinin yanı sıra faaliyet gösteren barınakların birçoğunun steril bir ortam olmadığının vurgusunu yaparak ilgili maddeyi eleştirmektedir.

2012 yılında yoğun eleştiriler sonucunda Hayvanları Koruma Kanununda birtakım değişiklikler gerçekleştirmek amacıyla Kanun Tasarısı oluşturulmaya başlanmıştır. Fakat 2021 yılına kadar hayvanlarla ilgili herhangi bir yasa değişikliğine gidilmemiş olup sadece yasa tasarıları geliştirilip meclise sunulmuştur. 14 Temmuz 2021 tarihinde resmî gazetede yayımlanan 7332 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu ile Türk Ceza Kanunu'nda Değişiklikler Yapılmasına Dair Kanunu yürürlüğe girmiştir. İlgili yasa; Hayvanları Koruma Kanunu ve Türk Ceza Kanunun ortak çalışması sonucu hayvanlara tecavüz edilmesi, hayvanlara işkence yapılarak ölümüne sebep olunması gibi ihlallerin kabahat kapsamından çıkarılıp adli cezalara ve yüksek miktartlı idari para cezasına çarptırılmasını öngörmektedir. Ayrıca kanunda değişiklik yapılmadan önce hayvanlar mal veya eşya kategorisindeyken 7332 sayılı kanunla ile hayvanlar artık canlı statüsünde değerlendirilmektedir. İlgili kanun ile kedi ve köpek sahiplerine dijital kimliklendirme yöntemleriyle kayıt altına aldırma zorunluluğu getirilmiştir. Bununla birlikte hayvanları sokağa atma eylemi ilk kez kabahat olarak kabul edilip hayvanların sokağa terk edilmesi durumunda da terk edilen hayvan başına belirli bir miktar idari para cezası uygulanacağı kanaatine varılmıştır. Bu bağlamda 7332 sayılı kanunu yorumlayan bürokratlar yasadaki bu düzenlemenin hayvanları sokağa terk edilmesinin önüne geçilmesi olarak varsaymaktadır. Ayrıca yürürlükte olan mevzuata göre sokak hayvanlarının korunması, bakımının yapılması ve gözetilmesi hususunda yerel yönetimler sorumlu olup sokak hayvanlarının ve güçten düşmüş hayvanların en kısa süre içerisinde yerel yönetimlerce kurulan bakımevlerinde tedavilerinin yapılacağı ve tedavi sürecinin bitiminde de doğal ortamına bırakılacağına dair kanun maddesi yer almaktadır. Lakin Türkiye Geneli Belediye Barınak Raporu'na göre 1111 belediyede sadece 273 adet hayvan bakımevi bulunmaktadır (2025). Buradan hareketle aktivistler 7332 sayılı Hayvanları Koruma Kanununda yapılan değişiklikler yetersiz olduğundan ziyade kanunun içeriği uygulanmadığı için sokakta yaşayan hayvanların sayısının arttığını söylemektedir.

2024 yılında Hayvanları Koruma Kanunu'nda bazı maddelerde yapılan değişiklikler, Türkiye'de hayvan hakları mücadelesinde önemli bir kırılma noktası olmuştur. Bu değişikliklerin ardından hayvan hakları alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları dijital platformlar aracılığıyla bu düzenlemeleri reddettiklerini belirterek sürece aktif biçimde dahil olmuşlar ve siyasal katılımlarını görünür hale getirmişlerdir. Bu bağlamda 2024 yılında yapılan 7527 sayılı Kanunla değiştirilen bazı maddelerde, Bakanlıkça temin edilen mali destekle "insan, hayvan ve çevre sağlığının korunması" gerekçesiyle bakımevi, hastane ve ameliyathane kurulması ile ilgili kurumlara teşvik verilmesi öngörülmüştür. Ancak önceki düzenlemede yer alan "ev ve süs hayvanlarının korunması" ifadesi, doğrudan hayvan refahını önceleyen "bakım, rehabilitasyon, aşılama ve kısırlaştırma" gibi faaliyetleri kapsarken bu yeni

düzenlemeyle mali desteklerin ötenazi¹ ve itlaf² gibi sokak hayvanların yaşam hakkını zedeleyen uygulamalara yönlendirileceği endişesini doğurmaktadır. Ayrıca yerel yönetimlerin bünyesinde yeterli sayıda veteriner hekim ve teknik personelin bulunmaması bu uygulamaların etkin bir şekilde yürütülmesini de güçlendirmektedir. Öte yandan Demirci (2019) 5199 sayılı Kanun'un 6.maddesinde değişiklik gösterilen sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların korunmasına yönelik düzenlemelerin hayvanların sadece 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nda belirtilen istisnai haller dışında öldürülmesinin yasal bir suç olduğunu belirtmektedir (s.13). Ayrıca bu hayvanların korunması, aşılanması, kısırlaştırılması, rehabilitasyonu ve yeniden doğal yaşamlarına bırakılması da yerel yönetimlerin sorumluluğu çerçevesinde yürütülmesi gerekmektedir. Her ne kadar bu madde hayvanların yaşam hakkını güvence altına almaya amaçlasa da sahada uygulama aşamasında yaşanan eksikler ve artan popülasyon sorunları sonucunda 2024 yılında yapılan değişikliklerle ötenaziye ilişkin yeni düzenlemelerin de getirildiği görülmektedir. Bu bağlamda ötenazi ile ilişkin getirilen değişiklikler ise kamuoyunda çeşitli tartışmalara sebebiyet vermiştir. 2024 yılında gündeme gelen ilgili madde ile hayvan hakları ile ilgili sivil toplum kuruluşları ve katkıda bulunan hayvanseverler çeşitli çevrimiçi platformlarda aktif rol alarak Chang.org Türkiye'de 6.285 hayvanların hakları ile ilgili kampanya başlatmıştır. Change.org Türkiye'nin 2024 Değişim Raporu'na göre 2.293.168 imza ile hayvan hakları konusu yoğun bir toplumsal tepki toplayarak en çok tartışılan alanlarından biri olmuştur (2024). Konuyla ilgili başlatılan "Katliama, Barınaklara Toplamaya Hayır! #YasayıGeriÇek" başlıklı kampanyalar 448.954 imzayla yılın en fazla imzalanan kampanyası olmuştur. Buradan hareketle interaktif ortamlarda yürütülen kampanyalar, sokak hayvanlarına yönelik toplumsal duyarlılığı arttırmakla kalmayıp aynı zamanda dijital siyasal katılım yöntemlerinin hayvan hakları savunuculuğundaki etkisini de ortaya koymaktadır.

2. Hayvansever Grupların Siyasal Katılım Faaliyetleri

Siyasal katılım, yönetilenlerin yöneticilerin karar mekanizmalarını çeşitli yollarla doğrudan veya dolaylı yoldan katılım sağlamaları olarak tanımlanmaktadır (Eroğlu,1999, s.40-41). Şener ve Çağlar (2020) ise siyasal katılımı devlet politikalarının oluşturulma sürecine katılım olarak ifade etmektedir. Webler ve arkadaşları (2013) ise siyasal katılımı kamusal anlamdaki hizmetlerin yetersizliğinden ya da hükümetin gözden kaçırdığı problemlere dikkat çekip, dünyada gerçekleşen her sorunun çözümünü sağlamak amacıyla gerçekleşen toplumsal bir hareket olarak tanımlamaktadır (s.9). Buradan hareketle Blais ise siyasal katılımı, yönetilen kısmın yöneticilere ne yapmaları gerektiği hususunda görüşlerini ifade etme olarak

¹Ötenazi, tedavisi mümkün olmayan veya bulaşıcı hastalıkları nedeniyle sürekli acı çeken sokak hayvanlarının uzman hekimler tarafından tıbbi müdahalelerle yaşamlarının sonlandırılması işlemidir. Hayvan hakları savunucuları, hayvansever gruplar ve sivil toplum kuruluşları tarafından ise ötenazi bulaşıcı veya tedavisinin mümkün olmayan hayvanların tıbbi gerekçelerle uyutularak öldürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Buradan hareketle hayvansever gruplar ülkemizde yaşanan yetersiz barınaklar veya var olan barınakların kapasitesinin doluluğu, maddi açıdan yeterli bir bütçenin ayrılmaması gibi nedenlerden kaynaklı olarak yapılan uygulama olarak ifade etmektedir. Ayrıca sivil toplum kuruluşları ötenazi uygulamasının "öldürme", "katliam" ve "hayvan hakkı ihlali" gibi temalarla kategorize ederek ilgili durumun etik dışı bir yöntem olduğunu savunmaktadır.

² İtlaf, gereksiz hayvan popülasyonu azaltmak için belirli kriterler doğrultusunda ortadan kaldırma ya da öldürme sürecidir.

açıklamaktadır (2010). Kapani (2018) siyasal katılım kavramını, bir toplumda yaşayan bireylerin siyasal bir sistem karşısındaki tavır ve tutum olarak tanımlamaktadır (s.144). Zira tüm bu tanımlamalara bakıldığında bireylerin yalnızca siyasal anlamda karar alma süreçlerine katılım gösterdikleri görülmektedir. Bu bağlamda günümüzde bireyler birçok alanda olduğu gibi hayvan hakları konusunda da siyasal anlamda bir katılım faaliyetinde bulunmaktadır. Özellikle son dönemlerde hayvanların haklarıyla ilgili kanunlar çıkartılmakta, çıkarılan kanun maddeleri ise bazı sivil toplum kuruluşları veya derneklerin siyasal katılım faaliyeti göstermesi ile değişmektedir. Hayvan hakları konusunda bireylerin siyasal katılım faaliyetlerinin göstermesinin nedenlerinden biri de yasalar oluşturulurken yasa koyucuların insan merkezci bir yaklaşım sergilemesidir. Bu bağlamda hayvan hakları ile siyasal katılım konusunu insan merkezci yaklaşım ile ilişkilendirmek elzemdir. Zira ülkemizdeki hayvan hakları ile ilgili çıkarılan hukuk normları insanların çıkarlarını merkeze alarak hazırlanmaktadır. İnsan merkezci yaklaşımının bakış açısına göre hayvanlar insanlar tarafından kullanılabilir bir kaynak olarak görülmektedir. İnsan merkezci yaklaşıma göre doğanın merkezinde insanlar bulunmaktadır. Bu yaklaşıma göre diğer canlılar insanlara tabi olmak zorundadır (Rapsey, 2018, s.47-48). İnsan dışındaki diğer canlıların doğada özgür bir yaşama hakkına sahip olmadıkları düşüncesi, insan merkezli bir bakış açısının ürünüdür. Bu bağlamda insan gibi doğada yaşayan diğer canlı türlerinin de aynı hakka sahip olmaları gerektiğini düşünen çeşitli aktivistler, mevcut hükümete ilgili konu hakkında siyasal katılım faaliyeti göstererek hayvan ve doğada yaşıyan diğer canlı türlerinin haklarını savunmak amacıyla politika geliştirmelerini talep etmektedir. Öte yandan ise hayvan ve diğer canlılar için çıkarılmış yasaların veya kanunların çeşitli maddelerini siyasal katılım faaliyeti gerçekleştirerek eleştirmektedir.

Hayvan hakları hakkında siyasal katılımın köklü bir geçmişi olduğu bilinmektedir. İngiltere’de 1824 yılında Hayvanlara Zulmü Önleme Derneği fayton atlarına yönelik zorbalığı önlemek amacıyla kuruldu. Bu durumdan mütevellit Donaldson ve Kymlicka ilgili dönemde dünyada birçok hayvan hakları savunucusunun hayvanlara yönelik etik muamele sağlanabilmesi için siyasal anlamda katılım gösterdiklerini söylemektedir (2011). Bu doğrultuda ülkemizde 1912 yılında İstanbul Himâye-i Hayvânât Cemiyeti adı altında bir sivil toplum kuruluşu olsa da son zamanlarda HAYTAP, HAÇİKO gibi sivil toplum kuruluşları hayvan haklarını korumak için siyasal katılım faaliyetinde bulunmaktadır. Öte yandan bireyler hem kamusal alanlarda hem de son yıllarda internet teknolojilerinin gelişimiyle beraber dijital mecralarda da siyasal katılım faaliyetleri göstermektedirler (Zhang & Chia, 2006). Günümüzde internetin ve teknolojinin gelişmesiyle beraber siyasal katılım faaliyetlerinin değiştiğini ifade eden Güler, çevrimiçi platformlarda yapılan canlı yayınları, e-imza kampanyalarını ve hashtag kampanyalarını dijital siyasal katılım olarak nitelendirmektedir (2021, s.143). X, Instagram ve benzeri birçok sosyal medya platformu siyasal katılımın önemli mecraları haline geldiği görülmektedir. X platformu yapısı itibarıyla anlık enformasyon paylaşımının sağlandığı, siyasal açıdan söylemlerin seri bir şekilde yayıldığı ve herhangi bir konu üzerinde gündem oluşturma gibi bir yetisi olan bir platform olarak ifade

edilebilir. Öte yandan kısa karakterli mesaj özelliğine rağmen hashtag kullanımı özelliği ile sivil toplum kuruluşlarını daha çok görünür kılmakla kalmayıp çeşitli dijital kampanyaların düzenlenmesine ve kamuoyunu bir arada tutma konusunda da imkân sağlamaktadır. Koc- Michalska ve arkadaşları ise internet teknolojisinin beraber geleneksel siyasal katılım nazaran daha geniş bir erişim alanı sunduğunu, bireylerin de bu süreçlere katılımlarının kolaylaştığını ileri sürmektedir (2016). Bu bağlamda Hayvan Hakları Federasyonu (HAYTAP), Hayvanları Çaresizlik ve İlgisizlikten Koruma Derneği (HAÇİKO), Sahipsiz Hayvanları Koruma Derneği (SHDK) gibi sivil toplum kuruluşları son zamanlarda ülke gündemine yer edinen hayvan hakları ile ilgili siyasal katılım faaliyeti gösteren sivil toplum kuruluşları olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili sivil toplum kuruluşları hayvan hakları ile ilgili yasaların değiştirilmesi, toplumsal anlamda bir farkındalık oluşturma, hayvan hakları konusuyla ilgilenen bireylere eğitim çalışmalarında bulunma ve hayvan hakları ihlallerini izleyip raporlamak gibi faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu doğrultuda ilgili kuruluşlar kendi web sitelerini açarak insanların hayvan hakları konusunda bilgilenmesi amacıyla interaktif ortamlarda siyasal katılım faaliyeti göstermektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, hayvan hakları alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının dijital platformlarındaki yürüttükleri siyasal katılım biçimlerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda metodoloji bölümünde HAYTAP, HAÇİKO ve THKD'nin X platformundaki resmi hesaplarında yer alan paylaşımlar analiz edilerek dijital aktivizmin hayvan hakları mücadelesindeki yansımaları inceleyeceğiz.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmanın amacı, 30 Temmuz 2024 tarihinde TBMM Genel Kurulu'ndaki oylamada kabul edilerek Meclisten geçen ve yasalaşan "Hayvanları Koruma Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 160 Sayılı Kanun Teklifi" sürecinde, hayvan hakları savunucusu toplulukların interaktif ortamlarda yürüttüğü siyasal katılım faaliyetlerini incelemektir. Söz konusu yasa değişikliğinin kamuoyuna ilk duyurulduğu dönemde sosyal medya platformlarında geniş yankı uyandırması dijital aktivizmin gündemle eşzamanlı biçimde nasıl katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çalışma, ilgili yasal düzenlemenin hâlen yürürlükte olmasına rağmen ilerleyen süreçte konuya dair dijital görünürlüğün nasıl evrildiğini ve sivil toplum kuruluşlarının çevrim içi tepkilerinin zamanla nasıl şekillendiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, çevrim içi kampanyaların ve dijital örgütlenme biçimlerinin siyasal katılım üzerindeki rolünü ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çalışma kapsamında sosyal medya platformları üzerinden örgütlenen kampanyalar, protestolar, imza kampanyaları ve dijital içerikler analiz edilmiştir. Bu bağlamda Türkiye Hayvanları Koruma Derneği (THKD), Hayvanları Çaresizlik ve İlgisizlikten Koruma Derneği (HAÇİKO) ve Hayvan Hakları Federasyonu'nun (HAYTAP) X resmi hesapları örneklemimizi oluşturmaktadır. Hayvansever sivil toplum kuruluşlarının X platformundaki resmi hesaplarında 01 Temmuz 2025- 01 Ağustos 2025 tarihleri

arasında gerçekleştirdikleri bir aylık paylaşımlarla sınırlandırılmış olup veriler nitel araştırma yöntemi bağlamında içerik çözümlemesi tekniği kullanılarak tematik bir şekilde analiz edilmiştir. Araştırmada ilgili tarih aralığının seçilmesinde, söz konusu dönemde yaşanan gündem belirleyici olmuştur. Özellikle bu süreçte sıklıkla yaşanan orman yangınları gibi çevresel krizlerin kamuoyunda geniş yankı uyandırması doğrultusunda hayvanların kurtarılmasına yönelik dijital çağrılar ve örgütsel dayanışma içerikleri kuruluşların siyasal katılım pratiklerini görünür kılmıştır.

Nitel araştırmalar, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, sezgilerin ve hadiselerin beşerî ortamda gerçekçi ve kapsamlı bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği yaklaşım olarak tanımlanır (Neumann, 2020). İçerik analizi ise doğrulanabilir enformasyona ulaşmak amacıyla belge veya metin gibi farklı materyalleri dikkatli ve sistematik bir şekilde incelenmesi olarak ifade edilmektedir (Aydın, 2023). Bu çerçevede analiz sürecinde dijital içeriklerin tematik dağılımı kadar bu içeriklerin gündemdeki olaylarla kurduğu bağda değerlendirilmiştir. Özellikle belirlenen bu tarih aralığında kamuoyunda geniş yankı uyandıran orman yangınları ve bu felaketlerde can veren hayvanlar etrafında gelişen dijital çağrılar, hayvan hakları savunucularının çevresel felaketler karşısında siyasal katılım faaliyetlerini dijital platformlarda görünür kılması belirleyici olmuştur. Ayrıca elde edilmiş bulgular doğrultusunda dijital siyasal katılımın süreklilikten ziyade dönemsel ve olaya bağlı biçimde şekillendiğini ve toplumsal dayanışmanın ise kriz anlarında daha belirgin geldiğini ortaya koymaktadır.

Örnekleme oluşturan sivil toplum kuruluşlarının X resmi hesapları aşağıdaki gibidir:

- @HaytapOfficial ,
- @hacikodernek,
- @THKDerneği

4. Bulgular

Bu çalışma, 01 Temmuz 2025 ve 01 Ağustos 2025 tarihleri arasında örneklemimizi de oluşturan hayvan hakları ile ilgili faaliyet gösteren HAYTAP, HAÇİKO ve THKD sivil toplum kuruluşlarının interaktif ortamlardaki resmi hesaplarında gerçekleştirdikleri paylaşımları incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda ilgili sivil toplum kuruluşlarının takipçi ve takip edilen sayısı, toplam paylaşım sayıları detaylı bir şekilde içerik analizi yöntemi ile incelenmiş olup yorumlanmıştır. Ayrıca ilgili sivil toplum kuruluşlarının siyasal katılım faaliyeti gösterdikleri X platformundaki paylaşımlarda kamuoyuna verdikleri mesajları alt temalar olarak kategorize edilerek çeşitli yorumlar ve çıkarımlar yapılmıştır.

Sunulan çalışma kapsamında incelenen üç hayvan hakları ilgili faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşunun X resmi hesaplarındaki takipçi sayıları ve takip edilen sayıları Tablo 1’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 1 Sivil Toplum Kuruluşlarının X Resmi Hesaplarındaki Takipçi ve Takip Edilenler Sayısı		
Sivil Toplum Kuruluşları	Takipçi Sayısı	Takip Edilen Sayısı
HAYTAP	42.590	224
HAÇİKO	25.956	367
THKD	199	0

Tablo 1’de özellikle bahsi geçen sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerindeki takipçi sayıları ve etkileşim düzeyleri incelenerek dijital görünürlükleri değerlendirilmiştir. Her kuruluşun sahip olduğu takipçi sayısı, dijital mecralarda hedef kitleye ulaşma potansiyelini ve çevrim içi görünürlüğünü yansıtırken; takip ettikleri hesap sayısı ise platformlardaki iletişim ağlarını genişletme eğilimlerini, güncel içerikleri takip etme süreçlerini ve kullanıcılarla kurdukları etkileşim pratiklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, kuruluşların dijital ortamdaki kamusal konumlanışları ile bilgilendirme, farkındalık yaratma ve çevrim içi topluluklarla kurdukları etkileşim ağlarına ilişkin önemli çıkarımlar sunmaktadır. Ayrıca her bir kuruluşun sosyal medya pratiklerini kendi kurumsal hedef ve işleyişleri doğrultusunda şekillendirdiği de görülmektedir.

Elde edilen veriler doğrultusunda HAYTAP'ın X platformundaki 42.590 takipçiye ve 224 takip edilen hesaba sahip olması, kuruluşun geniş bir dijital kitleye ulaşma kapasitesine sahip olduğunu ve platformda belirli bir etkileşim ağı kurarak kamuoyuna yönelik görünürlüğünü etkin bir biçimde sürdürdüğünü tespit edilmiştir. HAÇİKO'nun 25.956 takipçiye ve 367 takip edilen hesaba sahip olması, kuruluşun dijital ortamda belirli bir izleyici kitlesi edindiğini ve farklı hesapları takip ederek bilgi akışını çok yönlü şekilde izlediğini ortaya koymuştur. THKD'nin 199 takipçi ve 0 takip edilen hesaba sahip olması ise kuruluşun sosyal medyayı daha sınırlı bir çerçevede kullandığını ve platformu ağırlıklı olarak tek yönlü bilgi aktarımına dayalı içeriklerle desteklediği gözlemlenmiştir. Bu çerçevede tablo, her kuruluşun sosyal medya kullanım pratiklerinin kurumsal işleyişleri, hedefleri ve iletişim stratejileri doğrultusunda şekillendiğini açıkça ortaya koymuştur.

Tablo 2 Hayvan hakları ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının etkileşimleri		
Sivil Toplum Kuruluşları	Toplam Paylaşım Sayısı	Retweet’li Paylaşım
HAYTAP	116	6
HAÇİKO	23	4
THKD	3	0

Tablo 2’de hayvan hakları ile ilgili dijital mecralarda siyasal katılım faaliyeti gösteren sivil toplum kuruluşlarının etkileşimlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda HAYTAP başta olmak üzere HAÇİKO, THKD gibi ilgili kuruluşların dijital mecralarda ses getiren paylaşımlarının hayvan hakları temelli aktivizmin kriz anlarında nasıl harekete geçirdiği izlenmiştir. Öte yandan, önceki aylarda özellikle 2024 yılında sokak

hayvanlarına yönelik ötenazi uygulamasını içeren yasa değişikliği sürecinde dijital platformlarda benzer düzeyde bir etkileşim ve görünürlük sağlanmadığı dikkat çekmektedir. Çalışma kapsamında incelenen üç sivil toplum kuruluşunun X platformundaki bu bir aylık inceleme döneminde (01 Temmuz – 01 Ağustos 2025) söz konusu yasa değişikliğiyle doğrudan ilişkili herhangi bir içerik veya kampanya mesajına rastlanmamıştır. Bu durum dijital aktivizmin gündemle eşzamanlı biçimde şekillendiğini ve dönemsel olaylara bağlı olarak siyasal katılım yoğunlaştığını göstermektedir. Ancak bu veri aralığına ilişkin bulguların yalnızca söz konusu tarihler arasında yansıtıldığı detayı gözden kaçırılmamalıdır. Bundan dolayı elde edilen sonuçlar daha geniş zaman dilimlerine genellemez tam tersine çalışmanın doğal sınırlılığı olarak değerlendirilmelidir.

01 Temmuz – 01 Ağustos 2025 tarihleri arasında HAYTAP, 6 retweet dahil olmak üzere toplam 116 tweet; HAÇİKO, 4 retweetli paylaşımıyla toplam 23 tweet ve THKD ise sadece 3 tweet paylaştığı tespit edilmiştir. Söz konusu bahsi geçen sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya platformu X üzerinde bir aylık süre boyunca günlük paylaşımlarda bulunarak bu mecrayı etkin biçimde HAYTAP'ın kullandığı gözlemlenmiştir. HAYTAP, 116 toplam paylaşım ve 6 retweet'li içerikle incelenen kuruluşlar arasında en yüksek dijital aktiviteye sahip sivil toplum kuruluşu olarak öne çıkmaktadır. Öte yandan yaptığı paylaşımlarda HAYTAP, bireysel hayvan kurtarmalarının yanı sıra öncelikli olarak geniş çapta çok sayıda hayvanı etkileyen makro düzeydeki projelerde ve ekip çalışmalarında faaliyet göstermiştir. Özellikle bu ay içerisinde yaşanan orman yangınları sürecinde sahada aktif olarak rol almış ve bunu X resmi hesabında toplumdaki beklenen desteği görmek için paylaşımlarla sesini duyurmaya çalışmıştır. Bu durum dijital alanla kamusal alandaki eylemin kesiştiği bir siyasal katılım biçimini yansıtmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının hem fiili müdahalede bulunması hem de kamuoyunu bilinçlendirme çabası yurttaşların çevresel krizlere karşı ortak bir tutum geliştirmesine teşvik eden katılımcı görevini üstlenmektedir. Bunun yanı sıra güncel olarak yaşanan hayvan cinayetleri, tacizler, kötü muameleri görerek bunu interaktif bir ortamda toplumsal farkındalığı ve gerekli hukuki işlemlerin başlatılması adına birçok paylaşım içeriklerine de yer vermiştir. Bu doğrultuda HAÇİKO hesabının da orman yangınları, hayvan cinayetleri ve ekosisteme zarar veren uygulamalara yönelik tepki göstermek amacıyla birçok paylaşımında benzer içeriklere yer verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 3 HAYTAP, HAÇİKO ve THKD Tematik Analizi

İÇİNDEKİLER	HAYTAP	HAÇİKO	THKD
ELEŞTİRİ (Hükümetin yasalaştırdığı kanuna eleştiri, çevresel eleştiri, toplumsal eleştiri)	15	1	0
MADDİ DESTEK	7	1	2
ÇAĞRI (hayvansever gönüllülerini miting veya protestolara olan çağrı)	34	12	1
BİLGİLENDİRME (Hayvan hakları, yasalar vb. durumlarda insanları bilgilendiren mesajlar)	35	2	0

DUYGUSAL MESAJ (hayvanların yaşadığı acıyı dramı insanlara anlatmak)	10	2	0
SIYASİ MESAJLAR (hayvan hakları konusunda görüşleri veya talepleri siyasi liderlere veya partilere görüşlerini bildirmek)	2	0	0
DAYANIŞMA (hayvansever grupların birbirine destek verdiğini gösteren paylaşımlar)	4	0	0
GÜNDEM YARATMA/ FARKINDALIK (Hayvan hakları konusunu toplumsal ve medya gündemine taşımak amacıyla paylaşımlar)	5	5	0
KAMPANYA DUYURUSU (hayvan hakları ile ilgili başlatılan sosyal medya kampanyalarının tanıtımı)	4	0	0

Tabloda 3'teki verilerden hareketle HAYTAP, HAÇİKO ve THKD gibi üç sivil toplum kuruluşunun X platformundaki dijital içeriklerini tematik kategoriler üzerinden karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Ayrıca ilgili sivil toplum kuruluşlarının hayvan hakları alanındaki söylem biçimleri ve siyasal katılımlarını teşvik etme potansiyelini ortaya çıkarmıştır.

Siyasal katılım faaliyetleri bakımından HAYTAP, paylaştığı içeriklerle yurttaşları hem bireysel hem de kolektif düzeyde siyasal süreçlere entegre etmeye çalışan bir dijital söylem üretmiştir. Tablo 3'e bakıldığında eleştiri, bilgilendirme, siyasi mesaj, duygusal mesaj, çağrı, maddi destek/bağış, kampanya duyurusu ve gündem yaratma gibi kategoriler doğrudan siyasal katılımın dijital platformda vücut bulmuş bir hali olarak temsil edilmektedir. HAYTAP diğer kuruluşlardan ziyade yaptığı içeriklerle siyasal katılımı sosyal mecralarda başarılı bir şekilde göstermiştir. HAYTAP'ın 01 Temmuz – 01 Ağustos 2025 tarihleri arasındaki 116 tweet içeriği incelendiğinde, 35'inin bilgilendirme, 34'ünün ise çağrı niteliği taşıdığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda HAYTAP'ın sosyal medya stratejisinde hem kamuoyunu bilgilendirme hem de eyleme çağırma işlevlerini dengeli bir biçimde kullandığını göstermiştir. Özellikle 23-25 Temmuz 2025 tarihleri arasında yaşanan orman yangınları süresince paylaşılan toplam 10 tweette "Yaralı, sahipsiz ve mağdur tüm hayvanları bize ulaştırabilirsiniz." ifadesi kullanılmıştır. Bu bağlamda ilgili tweette mağdur hayvanlar için kamuoyunda güçlü bir dayanışma oluşturduğunun göstergesidir. Ayrıca her tweette farklı bir yangından kurtarıma videosu paylaşılmış ve kamuoyu doğrudan yaralı hayvanları ilgili kuruluşlara veya kendileriyle iletişime geçmelerini davet etmiştir. Bu şekilde eyleme çağrı niteliğinde içeriklere yer vererek toplumsal katılımı teşvik etmiştir. Ayrıca diğer sivil toplum kuruluşlarından farklı olarak 15 tweetinde yasaya, çevreye ve topluma yönelik eleştiren içerikleri de bulunmuştur.

Elde edilen bulgular kapsamında maddi destekli çağrılarının dağılımına bakıldığında özellikle toplam 3 tweetin 2'si maddi destek için atılan THDK hesabı göze çarpmaktadır. HAYTAP'ın 7 ve HAÇİKO'nun 4 kez bağış ya da yardım talebinde bulunduğu görülmüştür. Bu veriler doğrultusunda HAYTAP'ın dijital mecralarda ayrıca 4 kez kampanya duyurusu yaptığı paylaşımlara rastlanmıştır. Bu şekilde kaynak temini ve farkındalık yaratma konusunda daha yoğun bir dijital aktivizm stratejisini benimsediğini ortaya koymuştur. Bu minvalde çevrim içi alanın siyasal katılımı

güçlendiren bir araç haline geldiğini ve STK'ların dijital platformları yalnızca bilgilendirme değil aynı zamanda toplumsal dayanışmayı örgütleme amacıyla da kullanıldığını ispatlamıştır.

Sivil toplum kuruluşlarının dijital platformlarda birbiriyle kurdukları dayanışma yalnızca ortak amaçlar etrafında birleşmeyi değil aynı zamanda toplumsal farkındalık yaratma ve kamusal karar süreçlerini etkileme potansiyelini de görünür kılmaktadır. Bu bağlamda HAYTAP, dayanışma kategorisinde 6 paylaşım ile öne çıkan çıkmaktadır. Paylaşımlarında diğer hayvansever gruplarla kurduğu dijital bağlar, ortak kampanya çağrıları ve karşılıklı destek mesajları yer almaktadır. Bu paylaşımlar, STK'lar arası iş birliği görünür kılmanın yanı sıra kamuoyuna "birlikte mücadele" söylemini aktararak toplumsal güveni güçlendirmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda HAYTAP ve üye derneği HEPAD'ın yangın bölgesinde yürüttüğü saha çalışmaları dijital mecralarda "Biz, ulaşabildiğimiz her canlıya destek olmaya çalışıyoruz." ifadesiyle kamuoyuna aktarılmıştır. Bu paylaşım hem örgütsel dayanışmayı hem de toplumsal dayanışmayı görünür kılmıştır. Aynı şekilde BİTHERO ve HAYTAP'ın iş birliği, zorlu yaşam koşulları altında hayatta kalmaya çalışan sokak hayvanlarının sahiplenilmesini sağlayarak dijital platformdaki dayanışmanın somut bir örneğini ortaya koymuştur. 7 Temmuz tarihli "@herevebirpatı" etiketli paylaşım, HAYTAP'ın dijital dayanışmayı yalnızca kendi ağı içinde değil farklı hayvansever topluluklarla ortak hareket ederek dijital dayanışmayı sürdürdüğünü kanıtlamıştır. Buna karşın HAÇİKO ve THKD'nin dayanışma kategorisinde içerik üretmemiş olmaları bu kuruluşların dijital alanda kolektif görünürlüğü artırmaya yönelik stratejilerinin zayıf kaldığı gözlemlenmiştir. Duygusal mesajlar çoğunlukla hayvanların maruz kaldığı acı, şiddet, ihmal ve travmatik deneyimlerin insanlara aktarılması yoluyla empati kurmayı amaçlayan içerikler olarak inşa edilmiştir. İncelenen paylaşımlar doğrultusundan görsel destekli komik karikatürler, afişler, hikâye anlatımı ve sloganlar kamuoyunun duygusal tepkisini harekete geçirecek şekilde kurgulanmıştır. HAYTAP atmış olduğu 10 tweetle hem farkındalık yaratmak hem de kamuoyunu hareket geçmeye davet etmiştir. "Bugün Etsiz Pazartesi (Dilerseniz diğer günler de öyle olabilir)" sloganıyla HAYTAP, haftada en az bir gün et tüketmemeyi teşvik eden, hayvanlara ve çevreye duyarlı bir yaşam biçimini vurgulayan uluslararası bir harekete görsel içeriklerle destek vermiştir. Bu şekilde bireylerin duygularına hitap ederek farkındalık yaratmıştır.

Neticede elde edilen bulgular HAYTAP'ın dijital mecralarda siyasal katılımı teşvik eden, öncelikle sokak hayvanları üzerinden toplumsal farkındalığı ve dayanışmayı görünür kılan kapsamlı çalışmalar yürüttüğü gözlemlenmiştir. Ayrıca bilgilendirme ve eyleme çağrı işlevlerini kullanması, saha çalışmalarını ve ortak derneklerle yürüttüğü faaliyetleri görünür kılması hem de duygusal içeriklerle kamuoyunun empatisini harekete geçirmesi HAYTAP'ı dijital platformlarda diğer kuruluşlardan ayrılmaktadır. Buna karşın HAÇİKO VE THDK'nin dayanışma ve kolektif görünürlük açısından sınırlı içerik üretmesi dijital aktivizmin gücünü yeterince kullanmadıklarını ortaya koymuştur. Bu bağlamda HAYTA örneği dijital ortamın sadece

bilgilendirme amaçlı değil toplumsal dayanışmayı örgütleme ve siyasal katılımı güçlendirme aracı olarak işlev görebileceğini tespit etmiştir.

Sonuç

Bu çalışma, hayvan hakları alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının dijital platformlarda yürüttükleri siyasal katılım biçimlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. 2004 yılında yürürlüğe giren 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu ve onu takip eden 2021 ve 2024 yıllarındaki yasal düzenlemeler, Türkiye’de hayvan hakları konusunun hem hukuki hem de toplumsal düzeyde yoğun biçimde tartışılmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte dijital ortamlarda hayvan haklarını savunan sivil toplum kuruluşlarının siyasal katılım faaliyetleri belirgin biçimde görünürlük kazanmıştır. Araştırma kapsamında 01 Temmuz – 01 Ağustos 2025 tarihleri arasındaki bir aylık dönemde HAYTA HAÇİKO VE THDK’nin X platformundaki paylaşımları analiz edilmiştir. Özellikle 2024 yılında gündeme gelen ve sokak hayvanlarına yönelik ötenazi uygulamasını içeren yasa tasarısı dijital ortamlarda yoğun tepki gösterilmişti. Bundan ötürü hâlen yürürlükte olan bu düzenlemeye karşı incelenen dönemde benzer düzeyde bir dijital etkileşim ve siyasal katılım gözlemlenmemiştir. Bu süreçte, yasa değişikliğine doğrudan atıfta bulunan veya yasal düzenlemeye yönelik herhangi bir paylaşım tespit edilmemiştir. Bunun yerine aynı dönemde ülke genelinde yaşanan orman yangınlarının yarattığı çevresel tahribat ve bu felaketlerde zarar gören hayvanlar etrafında ses getiren paylaşımlar öne çıkmıştır. Bu durum, dijital aktivizmin gündemle eşzamanlı biçimde geliştiğini ve toplumsal duyarlılığın en yüksek olduğu kriz dönemlerinde daha görünür hale geldiğini göstermektedir. Özellikle HAYTAP, saha çalışmaları, kurtarma faaliyetleri ve yardım çağrıları aracılığıyla hem sahada hem dijital ortamda güçlü bir siyasal katılım sergilemiştir.

Araştırmanın bulguları, incelenen kuruluşlar arasında HAYTAP’ın dijital aktivizm ve siyasal katılım açısından X platformunun en etkin kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. HAYTAP’ın 01- Temmuz – 01 Ağustos 2025 tarihleri arasında paylaştığı 116 gönderi örgütün hem bilgilendirme hem de eyleme çağrı nitelikli içeriklerin dengeli biçimde yer verildiği görülmüştür. Özellikle orman yangınları gibi çevresel kriz dönemlerinde yapılan paylaşımlar aracılığıyla örgütsel ve toplumsal dayanışmayı görünür kılarak ön plana çıkmıştır. Buna karşılık HAÇİKO ve THDK’nin paylaşım sıklığı, tematik çeşitliliği ve dijital dayanışma ağlarına katılım düzeyi nispeten daha sınırlı kalmıştır.

Araştırmanın bir diğer önemli sonucu, duygusal mesajların dijital aktivizmin başarısında belirleyici bir rol üstlendiğini görülmüştür. Hayvanların maruz kaldığı şiddet, ihmal ve travmatik deneyimlerin anlatıldığı görsel ve metinsel içerikler kamuoyunun empati duygusunu harekete geçirerek farkındalık yaratmıştır. Duygusal içerik üretimi açısından değerlendirildiğinde HAYTAP’ın kapsamlı paylaşımlarına karşılık HAÇİKO’nun yalnızca yangın felaketine ilişkin iki baş sağlığı mesajı ile sınırlı kaldığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında yalnızca üç sivil toplum kuruluşunun X platformundaki paylaşımları incelenmiştir. Diğer sosyal medya platformları (Instagram, Facebook, YouTube vs.) analiz dışında bırakılmıştır. Ayrıca veri toplama aralığı 01 Temmuz- 1 Ağustos 2025 tarihleriyle sınırlandırılmış olup bu dönemde yapılan paylaşımlar; orman yangınları, yasa değişiklikleri ve güncel toplumsal olaylar gibi dönemsel etkenler bağlamında değerlendirilmiştir. Bu nedenle elde edilen veriler, yalnızca bu tarih aralığına özgü dijital aktivizm ve siyasal katılım pratiklerini yansıtmaktadır. Ayrıca araştırma nitel içerik çözümleme yöntemiyle yürütüldüğünden beğeni, yorum ve paylaşım sayısı gibi niceliksel veriler kapsam dışında bırakılmıştır. Dolayısıyla dijital katılımın nicel boyutuna ilişkin genelleme yapılmamıştır.

Sonuç olarak bu çalışma, dijital mecralar sivil toplum kuruluşlarına yalnızca bilgilendirme aracı olarak değil aynı zamanda toplumsal dayanışmayı örgütleyen ve siyasal katılımı güçlendiren bir alan olarak hizmet etmektedir. Özellikle HAYTAP, dijital platformlarda görünürlüğünü aktif tutan ve gündemdeki olayları gün güne aktaran sivil toplum kuruluşu olarak gözlemlenmiştir. Ayrıca hayvan hakları mücadelesinin stratejik bir aktörü olarak hem saha çalışmalarında hem de dijital dayanışmayı eş zamanlı yürüterek kamuoyunun farkındalığını artırmakta ve toplumsal katılımı teşvik etmektedir. Bununla birlikte bu çalışma dijital siyasal katılımın güncel ve olay temelli doğasına ilişkin gelecekte yapılacak araştırmalar için kuramsal ve yöntemsel açıdan öncülük edecektir. Daha uzun bir zaman dilimini kapsayan, farklı dijital platformları içeren ve kullanıcı etkileşim verilerini analiz eden çalışmaların yürütülmesi, hayvan hakları temelli dijital aktivizmin etki gücünün daha kapsamlı biçimde ortaya konmasına ışık tutacaktır.

Kaynakça

- Aksulu, M. (2013). Yeni Toplumsal Hareketler: Türkiye'de Hayvan Hakları Savunuculuğu ve Sosyal Medya (Master's thesis, Maltepe University (Turkey)).
- Aydın, N. (2023). Nitel araştırma yöntemleri. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub377>
- Akbulut, O., & Çobanoğlu, P. D. N. (2020). Türk hukukunda hayvanların korunmasına ilişkin yasal mevzuat ve bu mevzuata göre hayvanların hukuki durumları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (36), 1-37.
- Blais, A. (2010). Political participation. In comparing democracies: elections and voting in the 21 st century (pp. 165-183). SAGE Publications Ltd.
- Cansız, D. (2021). II. Meşrutiyet döneminde hayvan hakları (1908-1918). *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 187-215.
- Çağlar, N., & Asıgbulmuş, H. (2017). X ve y kuşaklarının siyasal davranışında sosyal medyanın etkisi: gaziosmanpaşa ilçesinde bir araştırma. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 29(4), 85-112.
- Çankaya, H., Ekiz, C. ve Şahin, N. (2024). Türkiye'de hayvanların korunması politikası. *Mali ekonomi*, 8(2), 825-861. <https://doi.org/10.25295/fsecon.1434116>
- Demirci, K. (2019). Türkiye'de hayvan yaşam kalitesi mevzuatı ve uygulamaları. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 1-16.

- Donaldson, S., & Kymlicka, W. (2011). *Zoopolis: A political theory of animal rights*. Oxford University Press.
- Eroğlu, C. (1999). Devlet yönetimine katılma hakkı. *İmge Kitabevi*.
- Emini, M. E. (2004). Hak kavramı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 203-216.
- Francione, G. L., & Charlton, A. E. (2017). Animal rights. In *The Oxford handbook of animal studies* (pp. 25-42). Oxford: Oxford University Press.
- Gladden, M. E. (2016). A typology of posthumanism: A framework for differentiating analytic, synthetic, theoretical, and practical posthumanisms.
- Güler, Ş. (2021). Dijital iletişim mecralarında dezavantajlı türlerin sesi olmak: hayvanseverlerin siyasal katılım faaliyetleri üzerinde empati ve grup bilincinin rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2021(56), 142-164.
- Güler, Ş., & Sezgin, M. (2019). Twitter’da siyasal katılım ölçeği (TSKÖ). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 517-530.
- Gürler, A. M., & Osmanağaoğlu, Ş. (2009). Türkiye’de hayvanları koruma kanununun tarihsel gelişimi. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 15(3), 325-330.
- Gözler, K. (2019). İngilizce karşılıklarıyla hukukun temel kavramları. Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Kapani, M. (2018). *Politika Bilimine Giriş* (57.Baskı). Ankara: BB101 Yayınları.
- Koc-Michalska, K., Lilleker, D. G., & Vedel, T. (2016). Civic political engagement and social change in the new digital age. *New Media & Society*, 18(9), 1807-1816.
- Menekşe, M. (2024). Batılı seyyahlar gözünden Osmanlı İstanbul’unda “köpekler”. *Social Sciences Studies Journal (Sssjournal)*, 4(28), 6321-6334.
- Neumann, L. W. (2022). *Toplumsal araştırma yöntemleri: nicel ve nitel yaklaşımlar* (Cilt 1). Çev. (Özlem Akkaya). (2.Basım). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Probyn-Rapsey, F. (2018). Anthropocentrism. *Critical terms for animal studies*, 47-63.
- Sunstein, C. R. (1999). Standing for animals (with notes on animal rights). *Ucla L. Rev.*, 47, 1333.
- Universal Declaration of Animal Welfare, (Erişim Tarihi: 08.09.2025), <https://www.worldanimalprotection.ca/siteassets/reports-pdfs/The-case-for-UDAW-2016-10/>
- Şener, T., & Çağlar, N. (2020). Genç seçmenlerin siyasete olan ilgileri ve siyasal katılım açısından kümelenmeleri üzerine bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 10(2), 514-531.
- Waldau, P. (2010). *Animal rights: what everyone needs to know®*. Oxford University Press.
- Webler, T., Tuler, S., & Krueger, R. O. B. (2001). What is a good public participation process? Five perspectives from the public. *Environmental management*, 27(3), 435-450.
- Zhang, W., & Chia, S. C. (2006). The effects of mass media use and social capital on civic and political participation. *Communication studies*, 57(3), 277-297.
- <https://www.change.org/l/tr/change-org-turkiye-2024-degisim-raporu>
- <https://hakimkomite.org/wp-content/uploads/2025/02/Turkiye-Geneli-Belediye-Hayvan-Barinaklari-Raporu-2025.pdf>

Dijital Çağda Sokak Hayvanları Algısı: Sosyal Medyada Maruz Kalınan İçerikler ile Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutumlar Arasındaki İlişkiler

İdris Şimşek¹

Giriş

Dijitalleşme süreci, bireylerin toplumsal meseleleri algılama, yorumlama ve bu meselelere ilişkin tutum geliştirme biçimlerini köklü bir şekilde dönüştürmüştür (Gürdal ve Kanat, 2020). Bu dönüşümün merkezinde, geleneksel medyanın tek yönlü ve hiyerarşik yapısını aşan, etkileşimli ve ağ tabanlı bir iletişim ekosistemi olan sosyal medya platformları yer almaktadır (Boyd ve Ellison, 2007; Gezer, 2019). Sosyal medya, toplumsal sorunlara ilişkin kolektif farkındalığın inşası, duygusal etkileşimlerin yoğunlaşması, kamusal gündemin belirlenmesi ve bireysel tutumların şekillenmesinde belirleyici bir rol üstlenmektedir (Nabi, 2015; Şimşek ve Güler, 2022). Bu yeni dijital kamusallığın gündemine giren en duygu yüklü ve karmaşık toplumsal meselelerden biri de küresel bir sorun olan sokak hayvanlarıdır. Sokak hayvanları olgusu; kentleşme, insan-hayvan ilişkisinin dönüşümü, refah politikalarındaki eksiklikler ve kültürel normların kesişiminde ortaya çıkan çok katmanlı bir toplumsal sorundur. Türkiye özelinde bu olgu, tarihsel, dini ve kültürel kodlarla iç içe geçmiş olup, zaman zaman şiddetli kamusal tartışmaların ve politik gerilimlerin odağına yerleşmiştir. Geleneksel olarak konuya ilişkin akademik ilgi, çoğunlukla etik (Herzog ve Foster, 2010), hukuki, veterinerlik hizmetleri veya sosyal psikolojik (Taylor ve Signal, 2005) perspektiflerle sınırlı kalmıştır. Ancak, Lupton'un (2023) "Hayvanların İnterneti" olarak kavramsallaştırdığı günümüzde, insan-hayvan ilişkileri giderek daha fazla dijital platformlar aracılığıyla deneyimlenmekte ve müzakere edilmektedir. Dolayısıyla, sokak hayvanlarına yönelik tutumların oluşumu ve dönüşümünü anlamak için, bu ilişkilerin kurulduğu dijital bağlamın, özellikle de sosyal medyanın merkeze alınması bir zorunluluk haline gelmiştir (Güler, 2021; Daşcı, 2025). Lupton (2023), dijital çağda hayvanların sosyal medya, sensör teknolojileri ve çevrimiçi anlatılar yoluyla insan yaşamına sürekli olarak dâhil edildiğini ve bu durumun hayvanlara yönelik algı, duygu ve etik sorumluluk anlayışlarını dönüştürdüğünü belirtmektedir. Sosyal medyada paylaşılan hayvan görüntüleri, videolar ve anlatılar; empati, merhamet, öfke ya da korku gibi duyguları tetikleyerek bireylerin hayvanlara yönelik tutumlarını doğrudan etkileyebilmektedir (Riddle ve MacKay, 2020). Keza yapılan araştırmalar, medya içeriklerinin, özellikle de duygusal tepki uyandıranların, izleyicilerin empati düzeyleri,

¹ Dr. Bağımsız Araştırmacı, idrissimsek34@gmail.com ORCID: 0000-0003-2939-7585

algıları ve davranışsal niyetleri üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Bartsch ve Schneider, 2014; Nabi, 2015). Dolayısıyla sosyal medya platformları, sokak hayvanlarının kurtarılma anları, iyileşme süreçleri, insanlarla kurdukları beklenmedik bağlar veya maruz kaldıkları şiddet ve ihmal görüntüleri için güçlü bir yayılım ve duygusal bulaşma kanalı işlevi görmektedir. Riddle ve MacKay (2020)'in de belirttiği gibi, sosyal medya bağlamı, hayvanlara yönelik algıları önemli ölçüde şekillendirmekte ve bazen gerçeklikten kopuk ancak son derece etkili bir duygusal yakınlık ve aciliyet hissi yaratmaktadır. Vitayaveerasuk (2019) da hayvanlara yönelik iletişimin sosyal medya kullanıcılarının tutum ve davranış değişiklikleri üzerinde doğrudan bir etkisi olabileceğini ampirik olarak göstermiştir. Ancak, sosyal medyanın bu potansiyeli, temsil politikaları ve söylemsel çerçevelerle yakından ilişkilidir. Daşcı (2025)'nin Türk medyası üzerine yaptığı tematik analiz, sokak hayvanlarının sıklıkla "sorun", "tehdit", "kurban" ya da "sahipsiz" gibi ötekileştirici ve insan-merkezli çerçevelerle temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Dilek vd. (2025) ise, konuya ilişkin köşe yazılarında derinleşen kutuplaştırıcı ve ideolojik bir söylemin varlığına dikkat çekmektedir. Sosyal medya, bu geleneksel medya söylemlerini algoritmaları ve kullanıcı etkileşimleriyle güçlendirebileceği gibi, tam tersine, Güler (2021)'in çalışmasında gösterdiği üzere, hayvanseverlerin empati ve grup bilinciyle örgütlenerek "dezavantajlı türlerin sesi" haline geldiği alternatif bir karşı-söylem ve siyasal katılım alanı da olabilmektedir. Bu ikili potansiyel, sosyal medyanın sokak hayvanları algısındaki rolünün homojen olmadığını, platformun sunduğu teknik imkanlar kadar, içeriğin niteliği ve kullanıcıların bu içerikle nasıl bir ilişki kurduyuyla da şekillendiğini göstermektedir (Xing, Zhao ve Guo, 2024).

Bu karmaşık dijital ekosistemde, bireylerin sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketim pratikleri ile onlara karşı besledikleri tutumlar arasındaki ilişkiyi anlamak büyük önem taşımaktadır. Uluslararası literatürde bu ilişkiye dair bazı çalışmalar bulunsa da (Lenzi, Speiran ve Grasso, 2020; Songsermsawad ve Barrett, 2019), Türkiye'nin kendine özgü sosyo-kültürel, politik ve medya kullanım bağlamı göz önüne alındığında, bu ilişkinin yerel parametrelerle birlikte incelenmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu ilişkinin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve özellikle de evcil hayvan sahipliği gibi faktörlerden nasıl etkilendiğinin araştırılması, sosyal medya etkilerinin homojen olmadığını ve farklı kullanıcı grupları için farklı işlediğini gösterecektir. Örneğin, Anna (2025) sosyal medyanın gençler arasında sorumlu evcil hayvan bakımı bilgisini yaymada bir platform olarak nasıl işlev görebileceğini tartışırken, Calanchez Urribarri vd. (2025) TikTok gibi platformların evcil hayvan refahını teşvik etmede etkili sosyal pazarlama stratejilerine nasıl ev sahipliği yapabildiğini göstermektedir. Bu çalışmalar, sosyal medyanın hayvan refahı konusunda bir "eğitim ve harekete geçirme aracı" olma potansiyelini vurgulamakta, ancak bu potansiyelin Türkiye'deki sokak hayvanları bağlamında ne ölçüde gerçekleştiği henüz yeterince araştırılmamıştır. İşte bu kitap bölümü ve dayandığı saha araştırması, yukarıda özetlenen teorik ve pratik boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'de bireylerin sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketim düzeyleri ile onlara

karşı geliştirdikleri tutumlar arasındaki ilişkiyi nicel yöntemlerle ortaya koymak ve bu ilişkinin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve evcil hayvan sahipliği gibi sosyo-demografik değişkenler bağlamında nasıl farklılaştığını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda cevap aranacak sorular şunlardır: Sosyal medya içerik tüketimi, sokak hayvanlarına yönelik tutumların anlamlı bir yordayıcısı mıdır? Bu ilişki, farklı demografik gruplar arasında nasıl değişkenlik göstermektedir? Elde edilecek bulguların alanyazına bir katkı sunması ve benzer yapılacak çalışmalara rehber olması beklenmektedir.

1. Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, alanyazına katkısı, araştırma modeli ve deseni, veri toplama araçları ve katılımcı gurubu gibi bölümler detaylandırılmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Literatüre Katkısı

Bu araştırmanın amacı, dijital çağda sosyal medya platformlarında sokak hayvanlarına yönelik içeriklerin tüketilme düzeyinin, bireylerin sokak hayvanlarına ilişkin tutumları üzerindeki etkisini nicel yöntemler aracılığıyla incelemektir. Günümüzde sosyal medya, yalnızca bireyler arası iletişimi sağlayan bir araç olmanın ötesine geçerek, toplumsal sorunlara yönelik farkındalık yaratma, duygu ve tutumları şekillendirme ve kamusal gündem oluşturma işlevi üstlenmektedir (Boyd ve Ellison, 2007; Şimşek ve Güler, 2022). Bu bağlamda araştırma, sosyal medya içerik tüketiminin sokak hayvanlarına yönelik tutumlar üzerindeki yordayıcı rolünü ortaya koymayı; bunun yanı sıra cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve evcil hayvan sahipliği gibi sosyo-demografik değişkenlerin bu tutumlar üzerindeki farklılaştırıcı etkilerini belirlemeyi hedeflemiştir. Araştırmanın önemi, sokak hayvanları konusunun günümüzde yalnızca bireysel bir etik mesele değil, aynı zamanda toplumsal, hukuki ve politik boyutları olan bir kamusal sorun hâline gelmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Literatürde medya içeriklerinin empati, duyarlılık ve tutum değişimi üzerinde etkili olduğuna işaret eden çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Nabi, 2015; Bartsch ve Schneider, 2014). Özellikle sosyal medyada karşılaşılan duygusal içeriklerin bireylerin hayvanlara yönelik algılarını ve davranışsal niyetlerini etkileyebildiği belirtilmektedir (Vitayaveerasuk, 2019; Riddle ve MacKay, 2020). Türkiye’de sokak hayvanları meselesinin sosyal medyada yoğun biçimde tartışılması, bu platformların bireysel tutumların oluşumunda ve dönüşümünde önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Güler, 2021). Bu nedenle, sosyal medya içerik tüketimi ile sokak hayvanlarına yönelik tutumlar arasındaki ilişkinin ampirik olarak incelenmesi hem akademik hem de toplumsal açıdan önemli bir gereklilik oluşturmaktadır.

Ayrıca araştırma alanyazına üç temel katkı sunması beklenmektedir. İlk olarak, hayvan hakları ve sokak hayvanlarına yönelik tutumları ele alan çalışmalar çoğunlukla etik, hukuki ya da psikolojik yaklaşımlar üzerinden yürütülürken (Herzog ve Foster, 2010; Taylor ve Signal, 2005), bu çalışma söz konusu tutumları dijital medya tüketimi bağlamında ele alarak iletişim çalışmaları ile hayvan çalışmaları literatürünü bütünleştirmektedir. İkinci olarak, sosyal medyanın tutumlar üzerindeki etkisini

inceleyen araştırmaların önemli bir kısmı genel toplumsal konulara odaklanmakta; sokak hayvanları özelinde, Türkiye örnekleminde yürütölen nicel saha araştırmaları sınırlı kalmaktadır. Bu yönüyle çalışma, yerel bağlamda özgün ampirik bulgular sunarak literatürdeki boşluğu katkı sağlaması beklenmektedir. Üçüncü olarak, araştırmada geliştirilen ve test edilen ölçme araçları ile ortaya konulan demografik farklılıklar, sosyal medya içeriklerinin bireyler üzerinde homojen bir etki yaratmadığını; aksine eğitim düzeyi, cinsiyet ve deneyimsel faktörler (örneğin evcil hayvan sahipliğı) ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu yönüyle araştırma, ileride yapılacak çalışmalar için hem kuramsal hem de metodolojik bir referans niteliğı taşıması beklenmektedir.

1.2. Araştırma Modeli ve Deseni

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmış olup, ilişkisel tarama modeli esas alınarak yürütölmüştür. Araştırmada, katılımcıların sokak hayvanlarına yönelik tutumları ile sosyal medyada sokak hayvanları içerik tüketim düzeyleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. İlişkisel tarama modeli kapsamında, değışkenler üzerinde herhangi bir müdahalede bulunulmadan, mevcut durum olduğı gibi betimlenmiş ve değışkenler arasındaki birlikte değışim düzeyi istatistiksel yöntemler aracılığıyla incelenmiştir. Bu kapsamda ilgili araştırma hipotezleri şu şekildedir:

H1: Sosyal medyada içerik tüketimi, sokak hayvanlarına yönelik tutumu anlamlı düzeyde etkilemektedir.

H2: Katılımcıların cinsiyetlerine göre sokak hayvanlarına yönelik tutumları ve sosyal medya içerik tüketimleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: Evcil hayvan sahipliğı, katılımcıların sokak hayvanlarına yönelik tutumları ve sosyal medyada içerik tüketimleri üzerinde anlamlı bir fark yaratır.

1.3. Veri Toplama Araçları

Anket formu toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik Kişisel Bilgi Formu yer almaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların sokak hayvanlarına yönelik tutumlarını ölçmeyi amaçlayan Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum Ölçeğı maddelerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların sokak hayvanlarına ilişkin sosyal medya içerik tüketim düzeylerini belirlemeye yönelik Sosyal Medyada Sokak Hayvanları İçerik Tüketimi Ölçeğı bulunmaktadır.

Kişisel Bilgi Formu (KBF)

Kişisel Bilgi Formu, araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerini ve sokak hayvanlarına yönelik medya maruziyetlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Bu kapsamda katılımcılara cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir düzeyi gibi temel demografik değışkenlere ilişkin sorular yöneltölmüştür.

Formda ayrıca katılımcıların evcil hayvan sahipliği durumları, medyada sokak hayvanlarına yönelik içeriklerle karşılaşma sıklıkları, bu içeriklerin tutum ve davranışları üzerindeki algılanan etkileri, dikkatlerini çeken içerik türleri, içerikleri başkalarıyla paylaşma düzeyleri ve sosyal medya platformlarında bu tür içeriklerle nasıl karşılaştıkları (algoritmik öneriler, aktif takip veya sosyal çevre paylaşımları yoluyla) sorgulanmıştır.

Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum Ölçeği (SHYTÖ)

Bu araştırmada sokak hayvanlarına yönelik tutumları ölçmek amacıyla, araştırmacı tarafından geliştirilen 6 maddelik bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek maddeleri, sokak hayvanları ve hayvan hakları literatüründe yer alan ölçekler (Samsunlu, 2020; Önal vd., 2020; Aysu vd., 2021; Güler, 2021) referans alınarak oluşturulmuştur. Ölçekte yer alan maddelere örnek olarak 'Sokak hayvanlarının korunması gerektiğini düşünüyorum' ve 'Sokak hayvanlarına zarar verilmesini kesin olarak yanlış buluyorum' gibi ifadeler verilebilir. Ölçek, "1 = Kesinlikle Katılmıyorum" ile "5 = Kesinlikle Katılıyorum" arasında derecelendirilen 5'li Likert tipi bir yapıya sahiptir. Tüm maddeler olumlu yönde ifade edilmiştir ve yüksek toplam puan, sokak hayvanlarına yönelik olumlu tutumu göstermektedir.

Ölçeğin içerik geçerliği, iletişim ve sosyal psikoloji alanlarında çalışan 3 uzman tarafından değerlendirilmiş ve uygun bulunmuştur. Yapı geçerliğini test etmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri .786 olarak hesaplanmıştır. Bartlett Küresellik Testi anlamlı bulunmuştur ($\chi^2 = 638,210$, $p < .000$). Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda ölçeğin tek faktörlü bir yapı sergilediği ve bu faktörün toplam varyansın %54'ünü açıkladığı görülmüştür. Anlaşılabilirlik ve madde dağılımı, 60 katılımcı ile yapılan pilot çalışma ile test edilmiştir. İç tutarlılık güvenilirliği ise Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu saptanmıştır ($\alpha = .81$).

Sosyal Medya İçerik Tüketimi Ölçeği (SMİTÖ)

Bu çalışmada, sosyal medyada sokak hayvanları ile ilgili içeriklerin tüketim sıklığını ölçmek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilmiş beş maddelik bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek, sokak hayvanlarına yönelik dijital medya tüketimi literatürüne dayanarak (Vitayaveerasuk, 2019; Whyke ve López-Múgica, 2020; Lenzi vd., 2020; Blaer, 2023) oluşturulmuştur. Örnek ölçek maddeleri (1) "Sosyal medya akışında sokak hayvanları ile ilgili içeriklere sıkça rastlıyorum," (2) "Sokak hayvanları ile ilgili videoları/haberleri düzenli olarak izliyorum," (3) "Sokak hayvanları içerikleri sosyal medya akışında kendiliğinden sık görünüyor." Şeklindedir. Katılımcılardan bu ifadelerle "1 = Kesinlikle Katılmıyorum" ile "5 = Kesinlikle Katılıyorum" arasında derecelendirme yapmaları istenmiştir. Ölçeğin içerik geçerliği toplamda üç uzman tarafından değerlendirilmiş ve uygun bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliği Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile test edilmiş; KMO değeri .890, Bartlett testi anlamlı ($\chi^2 =$

1643.696, $p < .000$) bulunmuştur. Tek faktörlü yapı toplam varyansın %71.7'sini açıklamakta olup, iç tutarlılık güvenilirliği Cronbach Alpha = .92 olarak hesaplanmıştır.

1.4. Katılımcılar ve Araştırma Süreci

Bu araştırmanın hedef evrenini, Isparta il merkezinde ikamet eden ve aktif sosyal medya kullanan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada, zaman ve erişim kısıtları dikkate alınarak olasılıksız örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden bireylere anket formu uygulanmıştır. Veri toplama sürecinde toplam 420 katılımcıya ulaşılmıştır. Ancak veri setinin analiz aşamasına geçirilmesinden önce gerçekleştirilen ön inceleme ve veri temizleme işlemleri sonucunda; eksik doldurulan, yanıt tutarlılığı göstermeyen veya rastgele işaretlendiği değerlendirilen 37 anket formu araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Böylece araştırmanın nihai örneklemini, 388 katılımcıdan elde edilen geçerli veriler oluşturmuştur. Veriler, katılımcıların bilgilendirilmiş onamı alınarak ve gönüllülük esasına dayalı biçimde toplanmıştır. Anket formunun uygulanması sırasında katılımcılara, araştırmanın amacı, içeriği, verilerin yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacağı ve kimlik bilgilerinin gizli tutulacağı açık bir şekilde ifade edilmiştir. Araştırma süreci, etik ilkelere uygunluk gözetilerek yürütülmüştür. Toplanan veriler analiz öncesinde kodlanmış, veri seti istatistiksel analizlere hazır hâle getirilmiş ve uç değerler ile tutarsız yanıtlar kontrol edilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de ayrıntılı olarak sunulmaktadır.

Tablo 1 Demografik Özellikler ve Sokak Hayvanlarına Yönelik İçeriklerle Etkileşim Düzeyleri			
Kategori	Tür	Katılımcı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	192	49,5
	Erkek	196	50,5
Yaşınız	18-25	132	34,0
	26-35	124	32,0
	36-45	104	26,8
	46-55	24	6,2
	56 ve üzeri	4	1,0
Eğitim Durumu	Lise ve altı	36	9,3
	Ön lisans / Lisans	328	84,5
	Lisansüstü	24	6,2
Medeni Durumu	Evli	96	24,7
	Bekar	268	69,1
	Boşanmış	24	6,2
Gelir Durumu	0 - 20.000 TL	112	28,9
	20.001 - 30.000 TL	124	32,0
	30.001 - 40.000 TL	84	21,6
	40.001 - 50.000 TL	56	14,4
	50.001 ve üzeri TL	12	3,1
Meslek	Kamu	40	10,3
	Özel sektör	132	34,0
	Öğrenci	152	39,2
	Serbest meslek	48	12,4
	Emekli	16	4,1
Evcil hayvan sahibi olma durumu	Evet	112	28,9
	Hayır	276	71,1

Sosyal Medyada sokak hayvanlarına yönelik içeriklerle karşılaşma dağılımı	Günde birkaç kez	52	13,4
	Haftada birkaç kez	116	29,9
	Ayda birkaç kez	132	34,0
	Nadiren	60	15,5
	Hiç görmüyorum	28	7,2
Sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik karşılaşılan içeriklerin fikir değiştirme dağılımı	Evet, "olumlu" yönde değiştirdi	152	39,2
	Evet, "olumsuz" yönde değiştirdi	44	11,3
	Biraz değiştirdi	96	24,7
	Hiç değiştirdi	52	13,4
	Fark etmedim	44	11,3
Sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik dikkat çeken içerik türü dağılımı	Üzücü kurtarma / yardım hikayeleri	16	4,1
	Eğlenceli / komik sokak hayvani videoları	84	21,6
	Bilgilendirici / eğitici içerikler	156	40,2
	Yasal değişikliklerle ilgili haberler	88	22,7
	Protesto ve eylem çağrıları	16	4,1
Sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik paylaşma dağılımı	Saldırı / şiddet haberleri	28	7,2
	Sık sık paylaşırım	4	1,0
	Ara sıra paylaşırım	212	54,6
	Nadiren paylaşırım	92	23,7
	Hiç paylaşmam	80	20,6

Tablo 1’de araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri ile sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içeriklerle etkileşimlerine ilişkin dağılımlar yer almaktadır. Katılımcıların %49,5’i kadın, %50,5’i erkektir. Yaş dağılımı incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun 18–25 (%34,0) ve 26–35 (%32,0) yaş aralığında olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre katılımcıların %84,5’i ön lisans/lisans mezunudur. Medeni duruma bakıldığında katılımcıların %69,1’inin bekar olduğu belirlenmiştir. Gelir düzeyleri ağırlıklı olarak 0–30.000 TL aralığında yoğunlaşmakta olup, katılımcıların %28,9’u 0–20.000 TL, %32,0’ı 20.001–30.000 TL gelir grubunda yer almaktadır. Meslek dağılımında öğrenciler (%39,2) ve özel sektör çalışanları (%34,0) öne çıkmaktadır. Katılımcıların %28,9’u evcil hayvan sahibi olduğunu, %71,1’i ise evcil hayvana sahip olmadığını belirtmiştir. Sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içeriklerle karşılaşma sıklığı açısından katılımcıların %34,0’ı ayda birkaç kez, %29,9’u haftada birkaç kez bu tür içeriklerle karşılaştığını ifade etmiştir. Bu içeriklerin fikir değiştirme durumuna ilişkin olarak katılımcıların %39,2’si olumlu yönde değişim yaşadığını, %24,7’si ise kısmen değişim yaşadığını belirtmiştir. Dikkat çeken içerik türleri arasında bilgilendirici/eğitici içerikler (%40,2) ilk sırada yer almakta olup, bunu yasal değişikliklerle ilgili haberler (%22,7) ve eğlenceli/komik sokak hayvani videoları (%21,6) izlemektedir. Katılımcıların çoğunluğu sokak hayvanlarına yönelik içerikleri ara sıra (%54,6) veya nadiren (%23,7) paylaştığını belirtmiştir.

2. Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin istatistiksel analizleri, IBM SPSS Statistics 26.0 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının iç tutarlılık güvenirliği, Cronbach Alfa katsayısı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Verilerin dağılım özelliklerini incelemek amacıyla hesaplanan çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -1,5 ile +1,5 aralığında yer aldığı belirlenmiş; bu bulgu doğrultusunda verilerin normal dağılım varsayımını karşıladığı kabul edilmiştir (Karasar, 2016). Bu nedenle analiz sürecinde parametrik istatistiksel testler tercih edilmiştir. Analiz sürecinin ilk aşamasında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla betimleyici istatistikler (frekans ve yüzde dağılımları) hesaplanmıştır. Araştırmanın temel hipotezlerini sınamak ve değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla korelasyon analizi, regresyon analizi, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve anlamlı farklılıkların kaynağını belirlemek üzere Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular, araştırmanın amaçları doğrultusunda tablolar hâlinde sunularak yorumlanmıştır.

Tablo 2 Sosyal Medya İçerik Tüketimi ile Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon ve Regresyon Analizi Sonuçları					
Değişken	B	SH	β	t	p
Sabit	2,385	0,104	-	22,917	< .001
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	0,455	0,025	0,681	18,247	< .001
Model İstatistikleri:					
R = 0,681, R ² = 0,463, Düzeltilmiş R ² = 0,462, F(1,386) = 332,949, p < .001, Durbin-Watson = 1,710					
Korelasyon Analizi				Sosyal medya tutum	
Sokak hayvanlarına yönelik tutum	r			,681**	
	p			,000	
	N			388	

Sosyal medya sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi ile sokak hayvanlarına yönelik tutum arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile incelenmiş, değişkenler arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür ($r = ,681$; $p < ,001$). Sosyal medyada içerik tüketimi sokak hayvanlarına yönelik tutum üzerindeki etkisini incelemek için ise basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre kurulan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F(1,386) = 332,949$, $p < .001$). Sosyal medya içerik tüketimi, sokak hayvanlarına yönelik tutumdaki varyansın %46,3'ünü açıklamaktadır ($R^2 = 0,463$). Regresyon katsayıları incelendiğinde, sosyal medya içerik tüketiminin sokak hayvanlarına yönelik tutumu anlamlı ve pozitif yönde yordadığı belirlenmiştir ($B = 0,455$, $\beta = 0,681$, $p < .001$). Buna göre sosyal medya içerik tüketimi puanındaki bir birimlik artış, sokak hayvanlarına yönelik tutum puanında 0,455 birimlik artışa karşılık gelmektedir.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum ve Sosyal Medya İçerik Tüketimine İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları								
Cinsiyet:	N	Mean	Std. D.	Std. E.	t	df	Sig.	

Sokak hayvanlarına yönelik tutum	Kadin	192	4,3368	,44276	,03195	3,248	343,529	,001
	Erkek	196	4,1531	,65358	,04668			
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	Kadin	192	4,2292	,68613	,04952	3,311	353,145	,001
	Erkek	196	3,9490	,96089	,06863			

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sokak hayvanlarına yönelik tutum ve sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre sokak hayvanlarına yönelik tutum puanlarının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir ($t(343,529) = 3,248$; $p = ,001$). Kadın katılımcıların sokak hayvanlarına yönelik tutum ortalamalarının (Ort. = 4,3368), erkek katılımcıların ortalamalarından (Ort. = 4,1531) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Benzer şekilde, sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi puanlarının da cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($t(353,145) = 3,311$; $p = ,001$). Kadın katılımcıların sosyal medya içerik tüketimi ortalamaları (Ort. = 4,2292), erkek katılımcıların ortalamalarına (Ort. = 3,9490) kıyasla daha yüksektir. Elde edilen bulgular, kadın katılımcıların hem sokak hayvanlarına yönelik tutumlarının hem de sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi durumlarının erkek katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, kadınların sokak hayvanlarına ilişkin konularda daha duyarlı ve sosyal medyada bu içeriklere karşı daha ilgili olabildiklerine işaret etmektedir.

Tablo 4.		Evcil Hayvan Sahipliğine Göre Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum ve Sosyal Medya İçerik Tüketimi İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları						
Evcil hayvan sahibi misiniz?		N	Mean	Std. D.	Std. E.	t	df	Sig.
Sokak hayvanlarına yönelik tutum	Evet	276	4,4130	,44186	,02660	9,074	158,376	,000
	Hayır	112	3,8274	,62238	,05881			
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	Evet	276	4,3720	,53496	,03220	9,472	135,174	,000
	Hayır	112	3,3869	1,04652	,09889			

Evcil hayvan sahipliğinin sokak hayvanlarına yönelik tutum ve sosyal medyada içerik tüketimi üzerindeki etkisi bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre evcil hayvan sahipliği, her iki tutum türünde de anlamlı farklılıklar yaratmaktadır.

Sokak hayvanlarına yönelik tutum açısından, evcil hayvanı olan katılımcıların ortalama puanı 4,4130 iken, evcil hayvanı olmayan katılımcıların ortalama puanı 3,8274'tür. t-testi sonuçları bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ($t(158,376) = 9,074$; $p < ,001$). Bu bulgu, evcil hayvan sahiplerinin sokak hayvanlarına karşı daha olumlu tutum sergilediğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, sosyal medyada içerik tüketimi açısından da evcil hayvan sahipliği anlamlı bir fark yaratmaktadır. Evcil hayvanı olan katılımcıların ortalama sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi puanı 4,3720 iken, evcil hayvanı olmayanların ortalaması 3,3869'dur ($t(135,174) = 9,472$; $p < ,001$). Bu durum, evcil hayvan sahibi

bireylerin sosyal medyada hayvanlarla ilgili içeriklere daha yüksek ilgi gösterdiğini göstermektedir. Bu bulgulara göre evcil hayvan sahipliğinin hem sokak hayvanlarına yönelik tutum hem de sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi üzerinde belirgin bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu bağlamda evcil hayvan sahipliğinin kişilerin hayvanlara karşı duyarlılık ve ilgilerini artıran bir faktör olduğunu desteklemektedir.

Tablo 5. Yaş Gruplarına Göre Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum ve Sosyal Medya Tutumuna İlişkin ANOVA ve Tukey Testi Sonuçları

ANOVA		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sokak hayvanlarına yönelik tutum	Between Groups	3,486	4	,872	2,769	,027
	Within Groups	120,528	383	,315		
	Total	124,014	387			
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	Between Groups	5,649	4	1,412	1,989	,095
	Within Groups	271,927	383	,710		
	Total	277,576	387			
Tukey HSD / Dependent Variable: Sokak hayvanlarına yönelik tutum						
95% Confidence Interval						
(I) Yasiniz:	(J) Yasiniz:	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
26-35	56 ve üzeri	-,82796*	,28498	,032	-1,6090	-,0469

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tek yönlü ANOVA sonuçları, yaş gruplarının sokak hayvanlarına yönelik tutumları üzerinde anlamlı bir fark yarattığını göstermiştir ($F(4,383) = 2,769$; $p = ,027$). sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi açısından ise yaş grupları arasında anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($F(4,383) = 1,989$; $p = ,095$).

Tukey testi, sokak hayvanlarına yönelik tutumda 26–35 yaş grubu ile 56 ve üzeri yaş grubu arasında anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymuştur (Mean Difference = -0,828; $p = ,032$). Bu bulgu, 26–35 yaş grubunun sokak hayvanlarına yönelik tutumlarının 56 ve üzeri yaş grubuna göre daha olumlu olduğunu göstermektedir. Diğer yaş grupları arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 6. Eğitim Düzeyine Göre Sokak Hayvanlarına Yönelik Tutum ve Sosyal Medya İçerik Tüketimi ANOVA ve Tukey Test Sonuçları

ANOVA		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sokak hayvanlarına yönelik tutum	Between Groups	9,015	2	4,508	15,091	,000
	Within Groups	114,998	385	,299		
	Total	124,014	387			
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	Between Groups	14,020	2	7,010	10,240	,000
	Within Groups	263,556	385	,685		
	Total	277,576	387			
Tukey HSD						

Dependent Variable	(I) Eğitim Durumu:	(J) Eğitim Durumu:	Mean Difference (I-J)	Std. E.	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Sosyal Medya İçerik Tüketimi	Lisansüstü	Lise ve altı	,68519*	,14402	,000	,3463	1,0240
		Ön lisans / Lisans	,62195*	,11557	,000	,3500	,8939
Sokak hayvanlarına yönelik tutum	Lisansüstü	Lise ve altı	,98148*	,21803	,000	,4685	1,4945
		Ön lisans / Lisans	,64295*	,17496	,001	,2313	1,0546

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 6 incelendiğinde, katılımcıların eğitim düzeylerine göre sokak hayvanlarına yönelik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($F(2,385)=15,091$; $p<,001$). Benzer şekilde, sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketiminin de eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaştığı belirlenmiştir ($F(2,385)=10,240$; $p<,001$). Bu bulgular, her iki değişkeninin de eğitim düzeyine bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Anlamlı farkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre; lisansüstü eğitime sahip bireylerin hem sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi hem de sokak hayvanlarına yönelik tutumları, lise ve altı ile ön lisans/lisans mezunlarına kıyasla anlamlı derecede daha yüksektir ($p<,01$). Özellikle sokak hayvanlarına yönelik tutumda, lisansüstü grubun lise ve altı gruba göre ortalama farkının oldukça yüksek olduğu (Ort. Fark=,981) görülmektedir. Benzer biçimde sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketiminde de lisansüstü grubun diğer iki gruba kıyasla daha olumlu tutum sergilediği belirlenmiştir. Bu bağlamda eğitim düzeyi yükseldikçe hem sokak hayvanlarına yönelik tutumun hem de sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketiminin olumlu yönde arttığı söylenebilir. Bu durum, eğitim seviyesinin bireylerin toplumsal duyarlılık ve dijital platformlarda sokak hayvanlara yönelik yaklaşımlarında önemli bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

3. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, dijital çağda sosyal medya platformlarında sokak hayvanlarına yönelik içerik tüketimi ile bireylerin sokak hayvanlarına ilişkin tutumları arasındaki ilişkiyi nicel bir saha araştırması yoluyla ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, sosyal medyada sokak hayvanlarına yönelik içeriklerle karşılaşma ve bu içerikleri tüketme düzeyinin, bireylerin sokak hayvanlarına ilişkin tutumlarını güçlü ve anlamlı biçimde yordadığını göstermektedir. Bu sonuç, sosyal medyanın yalnızca bilgi aktarımı sağlayan bir mecra değil, aynı zamanda insan/hayvan ilişkilerinin yeniden tanımlandığı, algıların, duyguların ve normların üretildiği dijital bir kamusal alan hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan regresyon analizi, sosyal medya içerik tüketiminin, sokak hayvanlarına yönelik tutumdaki varyansın yaklaşık %46'sını açıkladığını göstermiştir. Bu bulgu, medyanın bireylerin hayvanlarla olan ilişkisini "dijital bağlam" üzerinden yeniden şekillendirdiği "Hayvanların İnterneti" çağında (Lupton, 2023)

anlam kazanmaktadır. Sosyal medya, sokak hayvanlarını, fiziksel mekândan bağımsız, sürekli erişilebilir ve duygusal olarak yüklü dijital nesneler haline getirmekte; bu da tutum oluşumunda geleneksel yüz yüze deneyimlerin yanında yeni bir yol açmaktadır. Riddle ve MacKay'nin (2020) de vurguladığı gibi, sosyal medya bağlamı (haber, eğlence, aktivizm vb.) hayvanlara yönelik algıları olumlu ya da olumsuz yönde şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye bağlamında, Güler'in (2021) hayvanseverlerin dijital aktivizmi üzerine yaptığı çalışma da, bu platformların empati ve grup bilinci oluşturarak kolektif bir "ses" ve siyasal katılım kanalı yarattığını gösterir. Dolayısıyla, sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan içerikler, bireylerde bu hayvanlara yönelik korumacı ve olumlu bir tutum gelişimini desteklemektedir. Bu bulgu, Vitayaveerasuk'un (2019) hayvanlara yönelik iletişimin sosyal medya kullanıcılarının tutum ve davranışlarını değiştirebileceği yönündeki argümanını ve Songsermsawad ile Barrett'in (2019) online içeriklerin hayvan hakları konusunda harekete geçirici faktörler barındırdığına dair bulgularını Türkiye bağlamında destekler niteliktedir. Ancak, bu olumlu ilişkinin arka planında karmaşık bir temsil sorunsalı yatmaktadır. Daşcı'nın (2025) tematik analizi, Türk medyasında sokak hayvanlarının sıklıkla "sorun", "tehdit" veya "kurban" gibi ötekileştirici çerçevelerle temsil edildiğine işaret etmektedir. Benzer şekilde, Dilek vd. (2025) köşe yazıları üzerine yaptığı söylem analizi, sokak köpekleri konusunda kutuplaştırıcı ve ideolojik bir söylemin hâkim olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, bu geleneksel medya söylemlerini yeniden üretebilir veya tersine, onlara karşı alternatif bir söylem alanı yaratabilir. Fakat bu çalışmanın katılımcılarının en çok "bilgilendirici/eğitici içerikleri" dikkate aldığını belirtmesi, kalıplaşmış temsillere karşı rasyonel bir arayışın göstergesi olarak yorumlanabilir. Lenzi, Speiran ve Grasso'nun (2020) vahşi hayvanlarla çekilen "selfie"lerin yarattığı banalizasyon ve yanıltıcı yakınlık tehlikesine dair uyarısı, sokak hayvanları içerikleri için de geçerlidir. Dijital platformlarda "sevimsileştirilmiş" ve insan merkezli bir temsil, hayvanların gerçek ihtiyaçlarını ve otonomilerini perdeleyebilir. Dolayısıyla, sosyal medyanın tutumları olumlu yönde etkileme potansiyeli, içeriklerin niteliği, etik temsili ve sunduğu çerçeveye sıkı sıkıya bağlıdır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, cinsiyetin hem tutumlar hem de sosyal medya tüketimi üzerinde anlamlı bir fark yarattığıdır. Kadın katılımcıların, hem sokak hayvanlarına yönelik tutum puanları hem de sosyal medya içerik tüketim düzeyleri, erkek katılımcılara kıyasla anlamlı derecede daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç, uluslararası literatürle uyumludur. Anna'nın (2025) gençler arasında sorumlu evcil hayvan bakımı bilgisini yaymada sosyal medyanın rolünü incelediği çalışması, bu platformların özellikle belirli demografik gruplar için etkili bir eğitim aracı olabileceğini göstermektedir. Kadınların bu konudaki yüksek ilgisi, onların sosyal medya tabanlı hayvan refahı eğitimi ve savunuculuk çalışmalarında hem hedef kitle hem de potansiyel "dijital elçiler" olarak kritik bir rol oynayabileceğine işaret eder. Benzer şekilde Güler (2021), hayvanseverlerin dijital mecralardaki siyasal katılım pratiklerini incelediği çalışmasında, empati ve grup bilincinin özellikle kadın kullanıcılar arasında daha güçlü biçimde ortaya çıktığını belirtmektedir. Sosyal medyada hayvanlara yönelik içeriklerin

çoğunlukla bakım, koruma ve sorumluluk söylemleri etrafında şekillenmesi, bu içeriklerin kadınlar üzerinde daha güçlü bir duygusal karşılık bulmasına neden olabilmektedir. Evcil hayvan sahipliğinin, beklenildiği üzere hem sokak hayvanlarına yönelik tutumda hem de sosyal medya tüketiminde en belirgin farklılıklardan birini yarattığı görülmüştür. Bu bulgu, Lupton'un (2023) "dijital bakım emeği" kavramıyla ilişkilendirilebilir. Evcil hayvan sahipleri, dijital platformlarda da hayvanlarıyla ilgili içerik paylaşarak, takip ederek ve topluluklara katılarak bir tür dijital bakım ağına dahil olurlar. Lupton'a göre dijital medya, hayvanları gündelik yaşamın sürekli görünür bir parçası hâline getirerek bireylerin hayvanlarla kurduğu duygusal bağları güçlendirmektedir. Bu bağlamda evcil hayvan sahipliği, dijital içeriklerle birleştiğinde, sokak hayvanlarına yönelik daha kapsayıcı ve duyarlı tutumların gelişmesini desteklemektedir. Bu ağ, sokaktaki hayvanlara yönelik ilgiyi de besleyen bir kaynak haline gelebilmektedir. Keza Calanchez Urribarri vd. (2025) Peru'da TikTok üzerinden evcil hayvan refahını teşvik etmeye yönelik sosyal pazarlama stratejilerini analiz eden çalışması, bu tür dijital toplulukların ve mikro-içeriklerin (kısa videolar) tutum ve davranış değişikliğinde ne kadar etkili olabildiğini gösterir. Türkiye'de de benzer şekilde, evcil hayvan sahipliği, sosyal medya algoritmaları aracılığıyla kişiselleştirilmiş bir "sokak hayvanları bilgi akışı" oluşturarak, tutumları güçlendiren bir döngüyü tetikleyebilmektedir.

Eğitim düzeyine ilişkin bulgular ise, sokak hayvanlarına yönelik tutumların ve sosyal medya içerik tüketiminin eğitim arttıkça olumlu yönde yükseldiğini göstermektedir. Bu sonuç, eğitim düzeyinin eleştirel medya okuryazarlığı, etik duyarlılık ve toplumsal sorumluluk bilinciyle doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koyan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Xing, Zhao ve Guo, 2024). Anna'nın (2025) gençler arasında sorumlu evcil hayvan bakımının sosyal medya aracılığıyla teşvik edilmesine yönelik bulguları, eğitim ve bilinç düzeyinin dijital içeriklerin etkisini güçlendirdiğini desteklemektedir. Benzer şekilde Calanchez Urribarri vd. (2025), TikTok üzerinden yürütülen sosyal pazarlama stratejilerinin, hayvan refahı konusunda özellikle eğitilmiş ve dijital okuryazarlığı yüksek kitlelerde daha etkili olduğunu göstermektedir. Yaş değişkenine ilişkin bulgular, sokak hayvanlarına yönelik tutumlarda sınırlı fakat anlamlı bir farklılaşma olduğunu göstermektedir. Özellikle genç yetişkinlerin daha olumlu tutumlara sahip olması, dijital platformların genç kuşaklar için temel bir sosyalleşme ve farkındalık alanı hâline gelmesiyle ilişkilendirilebilir. Xing, Zhao ve Guo'nun (2024) dijital çağda kamusal mekân algısının dönüşümünü ele alan çalışması, teknolojik bağlamların bireylerin mekân ve canlılara ilişkin algılarını yeniden yapılandırıldığını ortaya koymaktadır. Sokak hayvanlarının sosyal medya aracılığıyla sürekli görünür kılınması, genç bireylerin bu canlıları kentsel yaşamın doğal ve korunması gereken bir parçası olarak algılamalarını kolaylaştırmaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma, sosyal medyanın sokak hayvanları algısında çok boyutlu bir role sahip olduğunu göstermiştir. Sosyal medya, sadece bir bilgi kanalı değil, aynı zamanda ötekileştirici söylemlerle mücadele edilen veya onların yeniden üretildiği, kimliklerin inşa edildiği ve kolektif eylemin örgütlendiği karmaşık bir sosyo-

dijital mekandır (Xing vd., 2024; Güler, 2021; Gezer, 2020). İçerik tüketimi ile olumlu tutumlar arasındaki güçlü ilişki umut vericidir; ancak bu ilişki, içeriğin etik temsili, izleyicinin demografik konumu ve platformların algoritmik mantığı tarafından şekillendirilmektedir. Çalışmanın teorik katkısı, iletişim çalışmalarını hayvan çalışmaları, dijital sosyoloji (Lupton, 2023) ve kent çalışmaları (Xing vd., 2024) ile kesişimsel bir noktada buluşturmasıdır. Pratik çıkarımlar açısından bulgular, hayvan refahı savunucularının bilgilendirici ve etik temsillere odaklanan, farklı hedef kitlelere yönelik özelleştirilmiş içerik stratejileri geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, medya okuryazarlığı ile ötekileştirici söylemlere karşı eleştirel bir bakış geliştirilmeli ve platform algoritmalarının olumlu içerikleri desteklemesi teşvik edilmelidir.

Bu çalışmanın sınırlılıkları (yerel örneklem, kesitsel desen) gelecek araştırmalar için yol göstericidir. Sonraki yapılacak araştırmalarda boylamsal çalışmalarla nedensellik ilişkileri netleştiren çalışmalar yapılarak, farklı sosyal medya platformlarının karşılaştırmalı etkileri incelenerek, içerik analizi yöntemleriyle platformlardaki temsil biçimleri sistematik olarak haritalandırılarak alanyazına katkı sağlanabilir. Ayrıca, sosyal medyanın somut yardım davranışlarına etkisi de araştırılması da alanyazına değer katabilir (Songsermsawad & Barrett, 2019). Öte yandan sosyal medya, sokak hayvanları meselesinde çift taraflı keskin bir kılıç olabilir: Önyargıları pekiştiren bir yankı odasına veya dönüştürücü bir farkındalık ve eylem alanına dönüşebilir. Bu araştırmanın bulguları, ikinci yöndeki potansiyelin, ancak stratejik, sorumlu, eleştirel ve kapsayıcı bir dijital iletişim yaklaşımı ile gerçekleştirilebileceğini göstermektedir.

Kaynakça

- Anna, I. (2025). Social media as a platform for promoting knowledge about responsible pet care among youth. *Актуальные исследования*, (22 (257)), 77-79.
- Aysu, B., Aral, N., Aral, O., Gürsoy, F., Ekim, O., & Kadan, G. (2021). Hayvanlara Yönelik Davranış Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Turkish Studies-Educational Sciences*, 16(6). 2551-2563.
- Bartsch, A., & Schneider, F. M. (2014). Entertainment and politics revisited: How non-escapist forms of entertainment can stimulate political interest and information seeking. *Journal of Communication*, 64(3), 369-396.
- Blaer, M. (2023). Animal Rescue Tourism: Supporting the Welfare and Rights of Domesticated Street Animals in the Age of Social Media. *Tourism Cases*, (2023), tourism202300033.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Calanchez Urribarri, A., Chávez Vera, K., Huamán de los Heros, C., Alderete Velita, J., & Ríos Cubas, M. (2025). Promoting pet welfare in Peru: social marketing strategies through TikTok. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2518445.
- Daşçı, Ç. (2025). Sokak Hayvanlarının Medyada Ötekileştirici Temsili Üzerine Bir Tematik Analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (71), 180-205.
- Dilek, E., Ekmekci, G., İnce, M., & Koçak, M. C. (2025). Sokak köpekleri hakkında yazılan köşe yazılarında söylem ve ideoloji. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15(1), 18-41.
- Gezer, S. (2019). Yeni Medya, Veri Tabanı Sineması, Sinegratografi ve Greenaway'in Suitcase Sineması. *Bilim Armonisi*, 2(2), 87-97. <https://doi.org/10.37215/bilar.2019257650>

- Gezer, S. (2020) "Özneleştirme Stratejilerinden Özgürleşme Pratiği Olarak Kendilik Teknolojileri ve Kendilik Kültivasyonu". *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(s.33-52.)
- Güler, Ş. (2021). Dijital İletişim Mecralarında Dezavantajlı Türlerin Sesi Olmak: Hayvanseverlerin Siyasal Katılım Faaliyetleri Üzerinde Empati ve Grup Bilincinin Rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2021(56), 142-164.
- Gürdal ve Kanat (2020). Hegemonyal düzende gözetim toplumu. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 208-237.
- Herzog, H. & Foster, M. (2010). Some we love, some we hate, some we eat. Why it's so hard to think straight about animals. Tantor Audio.
- Karasar, N. (2016). Bilimsel araştırma yöntemi (30. bs.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lenzi, C., Speiran, S., & Grasso, C. (2020). "Let me take a selfie": Implications of social media for public perceptions of wild animals. *Society & Animals*, 31(1), 64-83.
- Lenzi, M., Vieno, A., Altoé, G., Scacchi, L., Perkins, D. D., Zukauskienė, R., & Santinello, M. (2015). Can Facebook informational use foster adolescent civic engagement?. *American Journal of Community Psychology*, 55(3), 444-454.
- Lupton, D. (2023). *The internet of animals: Human-animal relationships in the digital age*. John Wiley & Sons.
- Nabi, R. L. (2015). Emotional flow in persuasive health messages. *Health communication*, 30(2), 114-124.
- Önal, Ö., Kışioğlu, A. N., Uskun, E., & Evcil, F. Y. (2020). Öney Hayvan Sevgisi Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Türkiye Klinikleri Journal of Health Sciences/Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(3).
- Riddle, E., & MacKay, J. R. (2020). Social media contexts moderate perceptions of animals. *Animals*, 10(5), 845.
- Samsunlu, Ö. (2020). 4-6 yaş çocuklar için Hayvanlara Yönelik Tutum Ölçeği'nin geliştirilmesi ve uygulanan programının etkililiği (Doktora Tezi). Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
- Songsermsawad, C., & Barrett, N. (2019). Factors in online content that influence people to take action on animal rights (Doctoral dissertation, Thammasat University).
- Şimşek, İ., & Güler, Ş. (2022). Seçmenlerin Empatik ve Özgeci Tutumlarının E-Katılım Davranışları Üzerinde Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 589-602.
- Taylor, N., & Signal, T. D. (2005). Empathy and attitudes to animals. *Anthrozoös*, 18(1), 18-27.
- Vitayaveerasuk, V. (2019). The influences of communications about animals on attitude and behavior changes of social media users. University of the Thai Chamber of Commerce.
- Whyke, T. W., & López-Múgica, J. (2020). Content and discourse analysis of cruelty towards stray dogs as presented in Chinese social media. *Society & Animals*, 31(2), 139-158.
- Xing, Z., Zhao, R., & Guo, W. (2024). From traditional to digital contexts: new characteristics of the public's spatial perception of urban streets in the age of technology. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-16.

Sokak Hayvanlarının Medyadaki Temsil Politikaları: Türkiye’de Kutuplaşma, Risk Algısı ve Etik Sorumluluklar Üzerine Bir İnceleme

Dursun Yılmaz¹

1. Giriş

Türkiye’de sokak hayvanlarına ilişkin tartışmalar, son yıllarda hem siyasi gündemde hem de medyada olağanüstü bir yoğunluk kazanmıştır. Mevzuattaki değişiklik girişimleri, yerel yönetim uygulamaları, toplumsal tepkiler ve sosyal medya kampanyaları, farklı kesimlerin aynı sorun etrafında hızla kutuplaşmasına yol açmaktadır (TÜBA, 2024). Türkiye Bilimler Akademisi’nin kapsamlı raporunda da belirtildiği üzere, sokak hayvanları meselesi artık yalnızca bir hayvan refahı konusu olmaktan çıkmış; sağlık, güvenlik, yerel yönetim, sivil toplum ve medya alanlarının kesiştiği çok boyutlu bir toplumsal mesele haline gelmiştir (TÜBA, 2024).

Bu tartışmaların kökleri, insan-hayvan ilişkisinin tarihsel seyrine uzanır. Tarihsel olarak Anadolu coğrafyasında, özellikle kırsal bölgelerde, hayvanlarla birlikte yaşam deneyimi ortaklaşa yönetim ve karşılıklı fayda pratikleri üzerinden şekillenmiştir. Osmanlı kentlerinde ise bu birliktelik kendine özgü bir form kazanmış; sokak hayvanları—özellikle köpekler—sadece pasif sakinler değil, aynı zamanda mahalle kimliğinin ve gündelik hayatın düzenli unsurları olmuştur. Köpekler, gece bekçiliği yapmaları ve çöp artıklarıyla beslenerek şehrin atık yönetimine katkıda bulunmaları nedeniyle işlevsel bir role sahipti ve şehir ekosisteminin organik bir parçası olarak kabul ediliyorlardı (Boyar & Fleet, 2010; Pinguet, 2014; Ekrem, 2003). Halk tarafından beslenmeleri ve barınmaları için yapılan küçük kulübeler ve çeşme yalakları gibi mimari detaylar da bu ilişkiyi desteklemiştir. Bununla birlikte, 19. yüzyıldan itibaren hızlanan modernleşme süreci, özellikle büyük şehirlerde kentsel yoğunluk, altyapı sorunları ve nüfus artışı ile birleşerek, insan-hayvan etkileşimini eski örüntülerden köklü bir şekilde farklılaştırmıştır. Bu dönüşümün en trajik sembollerinden biri, 1910 yılında on binlerce sokak köpeğinin ‘şehrin modernleştirilmesi’ gerekçesiyle Hayırsızada’ya sürgün edilmesidir (Pinguet, 2014; Cansız, 2021). Bugünkü tartışmaların merkezinde, tam da bu tarihsel kırılma ve tarihsel olarak doğal kabul edilen birlikteliğin, günümüzün yüksek yoğunluklu kent yapısında sürdürülemezliği yatmaktadır.

Bu karmaşık dönüşüm sürecinde medya, sokak hayvanlarına ilişkin toplumsal algının şekillenmesinde belirleyici bir aktör haline gelmiştir. Medyanın hangi olayları

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, dursun.yilmaz@gop.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6161-3482

haberleştirdiği ve onları nasıl çerçevelediği, toplumun konuya ilişkin risk algısını, duygusal tepkilerini ve zihinsel modellerini doğrudan etkilemektedir. Ancak, haber seçiminde kullanılan 'haber değeri' kriterleri, olayların olağan dışılığını ön plana çıkardığı için, sokak hayvanlarının medyatik görünürlüğü çoğu zaman istisnai, dramatik ve kriz odaklı olaylarla sınırlı kalmaktadır. Galtung ve Ruge'ün (1965) klasik ve Harcup ve O'Neill'in (2017) güncellediği haber değeri modelleri, gazeteciliğin çarpıcılık, çatışma ve insani ilgiyi merkeze alma eğilimini ortaya koymaktadır. Bu durum, sokak hayvanları bağlamında, haberlerin büyük kısmının saldırı, şiddet, ölüm veya kriz temalı olmasıyla sonuçlanır. Tümer ve Yoğurtçu'nun (2023) Türkiye gazeteleri üzerine yaptığı içerik analizi de hayvan haberlerinde dramatik tonun baskın, yapıcı yaklaşımların ise oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir.

Bu noktada temel sorun, sokak hayvanlarıyla ilgili gerçek durumun (nüfus, davranış örüntüleri, risk düzeyleri) kamusal alandaki temsili ile medyadaki sunumu arasındaki uçurumun giderek derinleşmesidir. Risk iletişimi literatürü, kamuoyunun risk algısının medyatik anlatılar yoluyla hızla şekillenebileceğini ve özellikle belirsizlik içeren konularda haber sunumunun 'algılanan risk' üzerinde güçlü etkileri olduğunu göstermektedir (Sandman, 1993; Coombs, 2007). Sokak hayvanları tartışmalarının bu denli sertleşmesi, yalnızca olayların kendisiyle değil, aynı zamanda olayların nasıl çerçevelendiğiyle de doğrudan ilişkilidir.

Bu çalışma, işte buradan hareketle, güncel literatürdeki bir boşluğu ele almayı amaçlamaktadır. Türkiye'de sokak hayvanlarıyla ilgili medya araştırmaları büyük ölçüde sosyal medya kampanyaları, aktivizm veya belirli olaylara ilişkin söylem analizlerine odaklanmıştır (Aksulu, 2013; Tümer & Yoğurtçu, 2023). Buna karşın, haber medyasının sokak hayvanlarına ilişkin haber seçim süreçleri, çerçeveleme stratejileri ve bu stratejilerin toplumsal risk algısına etkileri bütüncül bir kuramsal çerçeve ile henüz sistematik olarak incelenmemiştir. Dolayısıyla bu çalışma, hem uluslararası iletişim kuramlarını (haber değeri, çerçeveleme, risk/kriz iletişimi) hem de Türkiye bağlamındaki güncel toplumsal tartışmaları bütünleştirerek bu alandaki boşluğu doldurmayı ve özgün bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir.

Bu genel çerçeve doğrultusunda çalışmanın üç temel amacı bulunmaktadır. İlk olarak, Türkiye'de sokak hayvanlarıyla ilgili haberlerin hangi temalar, haber değerleri ve çerçeveleme stratejileriyle sunulduğunu analiz etmek amaçlanmaktadır. İkinci olarak, bu sunum biçimlerinin toplumsal risk algısı ve duygusal tepkiler üzerindeki olası etkileri kuramsal düzeyde tartışılacaktır. Üçüncü ve son olarak ise, medyanın sokak hayvanları meselesine ilişkin daha dengeli, çözüm odaklı ve toplumsal etkileşimi gözetken bir iletişim pratiği geliştirmesine yönelik kavramsal bir çerçeve önerilecektir. Bu amaçlara paralel olarak çalışma, sokak hayvanları haber medyasında hangi söylemsel ve görsel çerçevelerle sunulmaktadır; haber değeri kriterleri hangi olayları görünür kılmakta ve hangi anlamları öne çıkarmaktadır; risk, korku, merhamet ve sorumluluk gibi temalar haber söyleminde nasıl inşa edilmektedir ve bu temsiller

toplumsal tutumları ve politika tartışmalarını hangi yönlerden etkilemektedir sorularına yanıt aramaktadır.

Bu yönüyle çalışma, güncel tartışmaların ısındığı bir dönemde, tartışmayı daha serinkanlı bir analitik zemine çekmeyi ve medyanın temsil pratiklerini tarihsel bağlam, toplumsal dönüşüm ve risk iletişimi literatürü çerçevesinde yeniden değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

2. Kuramsal Çerçeve

Bu çalışmanın kuramsal yapısı, sokak hayvanlarının medyadaki temsillerini analiz etmek için beş temel iletişim kuramına dayanır: (1) Temsil (representation), (2) Çerçeveleme (framing), (3) Haber değeri (news value), (4) Ajanda-belirleme (agenda-setting) ve (5) Risk ve kriz iletişimi. Bu kuramsal eksenler, Türkiye özelindeki medya dinamikleriyle harmanlandığında sokak hayvanı meselesine özgün ve eleştirel bir analiz zemini sunar.

2.1. Temsil Kuramı (Representation Theory)

Stuart Hall'un temsil teorisi, medyanın gerçekliği nötr bir 'yansıma' olarak vermediğini; aksine, dil, imgeler ve kültürel kodlar aracılığıyla anlamların aktif olarak inşa edildiğini vurgular (Hall, 1997). Ona göre temsil, gerçek dünyadaki nesneler, insanlar ve olaylarla ilgili zihinsel temsilleri üretme ve değiş tokuş etme sürecidir. Medya, bu süreçte en güçlü araçlardan biridir ve sunduğu temsiller, toplumsal bilinçdışını ve iktidar ilişkilerini şekillendirir.

Bu bağlamda haber medyası, sokak hayvanlarını belirli imgeler, anlatılar ve stereotipler aracılığıyla kodlar: 'saldırgan sokak köpeği', 'sahiplenilecek masum yavru' veya 'insan şiddetinin mağduru' gibi kategorik temsiller, izleyicide korku, merhamet ya da sorumluluk gibi belirli duyguları stratejik olarak tetikleyebilir. Hall'un (1997) işaret ettiği gibi, bu temsiller masum değildir; 'Biz' ve 'Öteki' ayrımını inşa eden, belirli grupları (burada hayvanları) sembolik olarak tanımlayan ve onlara toplumsal bir kimlik atfeden ideolojik pratiklerdir.

Temsil kuramı, bu sembolik kodların ardında yatan kültürel ve politik düzenleri çözümlememize olanak tanır. Örneğin, bir köpeğin 'saldırgan' olarak temsil edilmesi, onun doğal bir varlık olmaktan çıkıp, kontrol edilmesi gereken bir 'tehdit' veya 'kamu güvenliği sorunu' na dönüşmesine zemin hazırlar. Buna karşılık 'mağdur' temsili ise, izleyicide korumacı bir içgüdü uyandırarak, hayvan hakları söylemlerini güçlendirebilir. Dolayısıyla, medyadaki her temsil, sokak hayvanlarıyla ilgili olası politikaları ve toplumsal tutumları mesnetlendiren veya meşruiyetten düşüren bir işleve sahiptir. Bu nedenle, temsil sürecini anlamak, bir toplumun hayvanlarla ilişkisini şekillendiren derindeki kültürel gerilimleri ve ahlaki ikilemleri anlamak için kritik bir anahtardır.

2.2. Çerçeveleme (Framing)

Entman'ın (1993) temel bir iletişim kuramı olarak ortaya koyduğu çerçeveleme, medyanın bir olayı veya konuyu belirli bir perspektiften seçme, vurgulama, düzenleme ve sunma sürecini ifade eder. Entman'a göre çerçevelemenin başarısı, 'bir olgunun tanımlanmış bazı yönlerini seçerek, onları teşhir edilebilecek bir metin içinde daha anlamlı kılarak, böylece olgunun tanımlanmasını, nedensel açıklamasını, ahlaki değerlendirmesini ve/veya tedavi önerisini teşvik etmekten' ibarettir. Bu süreç, izleyicilere 'ne hakkında düşüneceklerini' değil, ama 'nasıl düşüneceklerini' belirleme gücü taşır.

Sokak hayvanlarına ilişkin haberlerde bu kuram, olayların 'kamu güvenliği', 'hayvan refahı' veya 'yerel yönetim başarısızlığı' gibi birbirinden radikal biçimde ayrışan çerçeveler içine yerleştirilmesiyle somutlaşır. Örneğin, bir köpek olayı 'saldırı' çerçevesi içinde sunulduğunda, haber dilinde 'sürü', 'sokak sakinlerini tedirgin eden olay' ve 'tehlike' gibi kelimeler öne çıkarılır; görsel olarak da ısırik izleri veya tedirgin vatandaşların ifadelerine yer verilir. Bu çerçeve, sorunun nedenini hayvanın kendisine atfeder ve çözümü de genellikle hayvanın toplatılması veya itlafı olarak işaret eder.

Buna karşılık, aynı olay 'mağduriyet' çerçevesi içinde ele alındığında, vurgu 'sahipsiz hayvan', 'açlık ve sefalet' veya 'insan kaynaklı şiddet' üzerine kayar. Bu durumda çözüm önerileri, daha fazla barınak, besleme ve koruma yasalarının uygulanması lehine şekillenir. Dolayısıyla, farklı çerçeveler, aynı gerçekliğe ilişkin farklı nedensel açıklamalar, ahlaki yargılar ve politika tercihleri üretir. Medyanın hangi çerçeveyi seçip sürekli kullandığı, toplumsal duyarlılık ve kaygı düzeyini doğrudan şekillendirerek, kamusal tartışmanın sınırlarını ve odağını belirler.

2.3. Haber Değeri (News Value)

Haber değeri kuramı, bir olayın neden ve nasıl 'haber' haline geldiği sorusuna yanıt arayarak, medya editörlerinin seçim süreçlerini anlamamıza olanak tanır. Galtung ve Ruge'in (1965) bu alandaki kurucu çalışması, haber olma potansiyelini belirleyen bir dizi faktör sistematize etmiştir. Bu faktörler arasında olağanüstülük (beklenmedik ve sıra dışı olaylar), anlamlılık (kültürel ve coğrafi yakınlık), olumsuzluk (çatışma, suç ve felaket gibi negatif olaylar) ve insani ilgi (duygusal çekicilik taşıyan hikâyeler) öne çıkmaktadır. Onlara göre, bir olay bu kriterlerden ne kadar fazlasını karşılırsa, haber değeri o kadar yüksek olur.

Harcup ve O'Neill (2017) ise bu klasik kriterleri dijital ve küreselleşmiş medya ortamına uyarlayarak güncellemiştir. Çalışmalarında, ünlü kişilerin yer aldığı olaylar, güçlü bir görsel/dramatik unsur içermesi ve özellikle sosyal medya bağlamında 'paylaşılabirlik' potansiyeli taşımasını modern haber değerleri olarak vurgulamışlardır.

Bu kuram, sokak hayvanlarına ilişkin haberlerin medyada nasıl yer bulduğunu analiz etmek için kritik bir çerçeve sunar. Örneğin, sıradan bir sokak köpeğinden ziyade, bir alışveriş merkezine giren bir geyik (olağanüstülük), bir ünlünün bir sokak köpeğini sahiplenmesi (ünlü faktörü) veya özellikle kan, yaralı bir çocuk görseli içeren

bir saldırı haberi (olumsuzluk, dramatizasyon) bu kriterleri fazlasıyla karşılar. Benzer şekilde, insanlarla hayvanlar arasındaki duygusal bir buluşma anını gösteren, 'viral' olmaya müsait bir video, paylaşılabirlik değeri sayesinde haber olur. Dolayısıyla, medyada yer alan her sokak hayvanı haberi, salt gerçekliğin bir yansıması değil, bu haber değeri kriterleri süzgecinden geçirilmiş ve bu doğrultuda kurgulanmış bir seçkidir. Bu süreç, hangi tür hayvan hikayelerinin kamusal alana ulaşacağını ve toplumun gündemini şekillendireceğini belirler.

2.4. Gündem Belirleme (Agenda-Setting)

Gündem belirleme kuramı, kitle iletişim araçlarının kamuoyuna 'ne hakkında düşüneceğini' belirlemedeki gücünü vurgular. McCombs ve Shaw'un (1972) bu alandaki klasik çalışması, medyanın hangi konulara ne kadar önem ve sıklıkta yer verdiği ile kamunun o konuları ne kadar önemli gündem maddesi olarak gördüğü arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. McCombs ve Reynolds (2009) ise bu etkinin sadece konuların seçiminde değil, aynı zamanda bu konulara ilişkin niteliklerin ve özelliklerin vurgulanmasında da (niteliksel gündem belirleme) işlediğini ileri sürmüşlerdir.

Sokak hayvanları meselesi bağlamında bu kuram, medyanın hangi alt konuları öne çıkardığının ve bunun toplumsal algı ile politik süreçler üzerindeki etkisini anlamak için kritik bir çerçeve sunar. Örneğin, medya belirli bir dönemde sokak hayvanlarıyla ilgili olayları sistematik bir şekilde 'saldırı' ve 'güvenlik tehdidi' bağlamında vurguladığında, kamuoyunun gündemi bu yöne kayar. Bu durum, yerel yönetimlerin politikalarını 'sokak hayvanlarını toplama' gibi tepkisel önlemlere yönlendirebilir.

Tersine, medyanın gündemi 'barınaklardaki kötü koşullar' veya 'sahiplendirme kampanyaları' üzerine odaklandığında ise, kamuoyu daha çok merhamet, koruma ve yasal reform talepleri etrafında şekillenir. Dolayısıyla, gündem belirleme kuramı, sokak hayvanları konusunun medyadaki temsiline, kamusal tartışmanın yönünü ve nihayetinde somut politika çıktılarını nasıl şekillendirdiğini analiz etmemize olanak tanır.

2.5. Risk ve Kriz İletişimi

Risk iletişimi kuramı, teknik bir tehlikenin (hazard) toplum nezdinde nasıl bir riske dönüştüğünü anlamaya odaklanır. Bu alandaki temel modellerden biri olan Peter M. Sandman'ın 'Risk = Tehlike + Öfke' (Risk = Hazard + Outrage) formülü, toplumsal tepkinin sadece gerçek tehlike düzeyiyle değil, aynı zamanda insanların hissettiği öfke, adaletsizlik, güvensizlik ve çaresizlik gibi duygusal faktörlerle (outrage) şekillendiğini ortaya koyar (Sandman, 1993). Sokak hayvanları bağlamında, bir köpek saldırısının objektif istatistiksel riski (tehlike) nispeten düşük olsa da, medyada yer alan dramatik haberler, ısırkı görselleri ve 'sürü' vurgusu, toplumda hissedilen öfke ve korku düzeyini katlayarak artırabilir. Bu durum, riskin teknik boyutundan ziyade algılanan boyutunun kamusal tartışmalara ve politik taleplere yön vermesine neden olur.

Kriz iletişimi kuramı ise, bu tür risklerin somut bir olaya dönüştüğü durumlarda devreye girer. Coombs'un (2007) Durumsal Kriz İletişimi Teorisi (Situational Crisis Communication Theory - SCCT), bir kurumun kriz anında itibarını korumak ve yönetmek için izleyebileceği stratejileri sistematize eder (Yılmaz, 2025). Bu teoriye göre, halk tarafından krizden ne ölçüde sorumlu tutulduklarına bağlı olarak kurumların (örneğin bir belediye) özür beyan etme, bilgi sağlama veya sorumluluğu reddetme gibi farklı iletişim stratejileri benimsemesi gerekir.

Sokak hayvanları meselesinde, bir saldırı vakası veya bir barınak skandalı gibi bir kriz anında, belediyeler, hayvan hakları örgütleri ve veteriner hekimler odası gibi paydaşlar bu kuram çerçevesinde analiz edilebilir. Örneğin, bir belediyenin yaşanan bir saldırı sonrası sorumluluğu kabul edip şeffaf bir şekilde aldığı önlemleri açıklaması mı, yoksa olayı önemsizleştirerek sorumluluğu bireylere veya hayvanın kendisine atfetmesi mi, kamuoyunun tepkisini ve kurumun itibarını doğrudan etkileyecektir. Dolayısıyla risk ve kriz iletişimi kuramları, sokak hayvanları konusunun medyada nasıl bir 'tehdit' olarak çerçevelendiğini ve ilgili aktörlerin bu kriz durumlarını yönetmek için nasıl iletişim stratejileri geliştirdiğini anlamak için bütüncül bir çerçeve sunar.

3. Türk Medyasında Çerçeveleme Eğilimleri ve Sosyo-Politik Bağlam

Türk mediasında sokak köpekleri ve hayvan hakları meseleleri, genellikle derinlemesine bir sosyo-politik analizden yoksun, polarize edici 'kamusal güvenlik' ve 'mağduriyet' çerçeveleri arasında sıkışmış durumdadır. İntermedia dergisinde yayımlanan bir çalışma, Hürriyet, Cumhuriyet ve T24 gibi yayın organlarında sokak köpeklerine ilişkin haberlerin büyük ölçüde 'saldırı' ve 'şehir güvenliği' temalarıyla kodlandığını ortaya koymaktadır (Daşar, 2024). Bu çerçeve, sorunu bireysel hayvanların saldırganlığına indirgeyerek, konunun kentsel dönüşüm, yetersiz barınak altyapısı ve nüfus planlaması gibi yapısal boyutlarını gölgede bırakma eğilimindedir.

Ancak medyadaki bu temsil eğilimini daha iyi anlamak için, sadece haber metinlerini değil, geniş toplumsal söylemleri analiz eden çalışmalara da başvurmak gerekir. Tümer ve Yoğurtçu (2023)'nin içerik analizi, Türkiye gazetelerinde hayvan haberlerinde 'tehdit/tehlike' eksenli çerçevelerin yaygın olduğunu ve çözüm önerilerinin çoğunlukla belediye ya da kurum odaklı olduğunu göstermektedir. Bu analiz, medyanın hayvan haklarını etik bir hak meselesi olarak değil, güvenlik ve kamu düzeni boyutuyla ele alma eğilimini net şekilde ortaya koyar. Bu kutuplaşma, medya diline doğrudan yansımakta; bir tarafta 'tehlike' ve 'temizlik' vurgusu yapan söylemler, diğer tarafta ise 'ortak yaşam' ve 'merhamet' temalı söylemler kendine yer bulmaktadır. Bu kutuplaşmanın köşe yazıları gibi yorum metinlerinde nasıl derinleştiği, Dilek, Ekmekci, İnce ve Koçak'ın (2025) eleştirel söylem analizi çalışmasında net bir şekilde görülmektedir. Araştırmacılar, Sözcü gazetesi yazarlarının hayvan hakları odaklı, Sabah gazetesi yazarlarının ise kamu güvenliği vurgusunu öne çıkaran ve daha sert tedbirleri savunan bir söylem benimsediğini ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Daşar (2024) tarafından yapılan bir içerik analizi, sokak hayvanlarına yönelik şiddet

içeren olayların medyada sunuluşunda, olayın nedenlerinden ziyade duygusal ve sansasyonel unsurların ön plana çıkarıldığını, bu durumun da toplumsal tepkiyi yapısal çözümler yerine duygusal tepkilere yönlendirdiğini tespit etmiştir.

Bu çerçeveleme eğilimlerinin somut bir göstergesi olarak, Ajans Press'in 2024 verileri, sokak hayvanları mevzuatına ilişkin düzenlemelerin medyada bir milyon üzerinde içerikle işlendiğini ortaya koymaktadır (Ajans Press, 2024). Bu olağanüstü medya hacmi, gündem belirleme kuramının Türkiye bağlamındaki geçerliliğini teyit eder niteliktedir: Medyanın, konuyu sürekli ve yoğun bir şekilde manşetlerine taşıması, onu kaçınılmaz bir şekilde üst sıralara taşımış ve toplumsal bir kriz algısını pekiştirmiştir. Aynı zamanda, bu kadar yüksek bir haber hacminin oluşması, haber değeri kriterleri açısından da incelenebilir; konunun barındırdığı 'çatışma', 'dram' ve 'siyasi sonuçlar' gibi unsurlar, medya için sürekli bir malzeme kaynağı oluşturmıştır. Ancak Dilek vd. (2025)'e göre, bu tartışmalar çoğunlukla meselenin çözümünden ziyade ideolojik bir zeminde şekillenmiş, medya sokak köpekleri meselesini bir ideolojik tartışma aracı olarak ele almıştır. Bulut'un (2023) da belirttiği gibi, medyanın bu sorunu ele alış biçimi, onu sadece bir hayvan refahı meselesi olmaktan çıkarıp, karmaşık bir kentsel ve toplumsal politika sorunu haline getirmektedir. Sonuç olarak, Türk medyasının sokak hayvanlarına ilişkin çerçeveleme pratikleri, sadece haber seçimlerini değil, aynı zamanda toplumsal kutuplaşmayı, korkuyu ve nihayetinde kamu politikalarının yönünü de şekillendiren güçlü bir mekanizma olarak işlev görmektedir.

4. Çevre Etiği ve Medyanın Hayvan Haklarına Yönelik Sorumluluğu

Medyanın sokak hayvanlarına yönelik temsil pratikleri, salt bir haber verme eyleminin ötesine geçerek derin bir etik sorumluluk alanına işaret eder. Tümer ve Yoğurtçu'nun (2023) yaptığı çalışma, bu sorumluluğu 'çevre etiği' odağında inceler. Araştırma, Türkiye gazetelerinde hayvan hakları konusunun insan-merkezci (antroposentrik) bir bakış açısıyla ele alınma eğiliminde olduğunu ortaya koyar. Bu durum, haberlerde sokak hayvanlarının, esas olarak insanlar için yarattığı sorunlar veya duygusal çağrışımlar (merhamet nesnesi) üzerinden değerlendirilmesine yol açmakta; hayvanların kendi içsel değerleri ve ekosistemdeki rolleri genellikle göz ardı edilmektedir. Bu bulgu, medyanın, hayvanları bağımsız bir etik değer taşıyıcısı olarak gören ekosentrik veya biyosentrik bir etik perspektifi benimsemekte yetersiz kaldığını göstermektedir.

Bu insan-merkezci medya söylemine karşılık, Güler'in (2021) hayvanseverler üzerine yaptığı ampirik araştırma, toplumda insan-dışı canlılara yönelik özgeci (altruistic) ve ekoloji-merkezli bir katılım motivasyonunun güçlü bir şekilde var olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma, hayvanseverlerin dijital siyasal katılım faaliyetlerini (gündem oluşturma, boykot, yardım kampanyaları) güdüleyen temel motivasyon kaynağının, kişisel çıkar veya grup menfaatlerinden ziyade, hem birbirlerine hem de hayvanlara karşı besledikleri yüksek düzeydeki empati duygusu olduğunu göstermektedir. Güler (2021), bu durumun, insan-merkezci paradigmanın

hayvan hakları savunucuları nezdinde reddedildiğinin bir göstergesi olduğunu belirtmektedir.

Medyanın bu etik pozisyonu, kaçınılmaz olarak ürettiği söylemlerde de kendini gösterir. Dilek, Ekmekci, İnce ve Koçak'ın (2025) sokak köpekleri hakkındaki köşe yazılarını analiz eden çalışması, bu yazılarda kullanılan dilin basit bir bilgi aktarımı olmadığını, aksine güçlü bir ideolojik boyut taşıdığını ortaya koyar. Araştırmacılar, köşe yazılarındaki söylemlerin, sokak köpekleri meselesini 'kamusal alanın gaspı', 'medeniyet krizi' veya 'insani değerlerin sınavı' gibi daha geniş ideolojik çerçevelere yerleştirdiğini tespit etmiştir. Bu söylemler, konunun teknik ve idari boyutlarını perdeleyerek, onu bir 'kültür savaşları' mevzisine dönüştürmekte ve taraflar arasında diyalog imkânını zorlaştırmaktadır. Dilek vd. (2025), medyanın bu meseleye dair çözüm önerilerini kendi ideolojik çizgileri çerçevesinde sunmasının toplumsal uzlaşıya ulaşılmasını zorlaştırdığı sonucuna varmıştır.

Güler'in (2021) bulguları, bu kutuplaştırıcı söylemin aksine, hayvan hakları savunucularının dijital mecralarda örgütlenirken yüksek bir 'grup bilinci' de geliştirdiklerini ortaya koyar. Bu grup bilinci, hayvanseverlerin sosyal medyada daha sistematik ve kolektif bir şekilde hareket ederek siyasal temsilcilere ulaşmalarını ve hızlı gündem oluşturmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla, medyanın kutuplaştırıcı dilinin aksine, dijital kamusal alanda empati ve grup bilinci temelinde örgütlenen yapıcı bir sivil katılım da söz konusudur.

Bu söylemsel stratejilerin en çarpıcı örneklerinden biri de Karaca'nın (2024) 'hayvandışılaştırma' (deanimalization) kavramı üzerine yaptığı analizdir. Karaca'ya göre, sokak köpekleri sorunu etrafında dönen tartışmalarda, hayvanlar artık biyolojik varlıklar olarak değil, sembolik ve politik birer 'mevzi' olarak temsil edilmektedir. Bu süreçte, hem hayvanseverler hem de karşıt gruplar, hayvanları kendi siyasi veya kültürel ajandalarını meşrulaştırmak için bir araç olarak kullanmakta, böylece hayvanları 'özlerinden kopararak' onları birer 'düşman', 'kurban' veya 'bayrak' haline getirmektedir. Bu hayvandışılaştırma stratejisi, sokak köpeklerinin gerçekte yaşadığı sorunları (açlık, hastalık, barınaksızlık) görünmez kılarak, tartışmayı tamamen soyut ve uzlaşmasız bir kimlik politikaları alanına çekmektedir.

Güler'in (2021) çalışması, bu 'hayvandışılaştırma' sürecine dair kritik bir karşı-okuma sunar. Araştırma, hayvanseverlerin motivasyonunun, hayvanları birer politik sembol olarak araçsallaştırmaktan ziyade, onların 'içinde bulunduğu zor duruma yönelik' hissedilen empati ve yardım arzusundan kaynaklandığını göstermektedir. Bu bulgu, hayvan hakları aktivizminin kökeninde, Karaca'nın (2024) işaret ettiği türden bir soyut politik mücadeleden çok, somut ve duygusal bir 'acıyı dindirme' ve 'yaşamı iyileştirme' çabasının yattığını ortaya koyması açısından önemlidir.

Sonuç olarak, bu çalışmalar Türk medyasının sokak hayvanları konusundaki temsiline, tarafsız bir habercilikten ziyade derin etik tercihler, ideolojik pozisyonlar ve söylemsel stratejilerle şekillendiğini göstermektedir. Medya, çevre etiği ilkelerini göz

ardı ederek, hayvanları araçsallaştıran bir söylem ürettiğinde, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte ve sorunun çözümüne dair yapıcı diyalogun önünü tıkamaktadır. Ancak Güler (2021) gibi çalışmalar, medyanın bu kısır döngüsünün dışında, dijital kamusal alanda empati ve kolektif bilinçle örülmüş, soruna daha etik ve çözüm odaklı yaklaşan alternatif bir söylem alanının da varlığına işaret etmektedir.

5. Yöntem

Bu çalışma, Türkiye’de sokak hayvanlarının ana akım medyadaki temsillerini inceleyen kuramsal bir analizdir. Temel amacı, yeni ampirik veri toplamaktan ziyade, mevcut akademik bilgi birikimini beş temel iletişim kuramı ışığında sistematik bir şekilde sentezlemek ve yorumlamaktır. Bu doğrultuda, araştırmanın deseni olarak sistematik literatür incelemesi ile eleştirel kuramsal analiz yöntemleri birlikte benimsenmiştir. Analizin birimleri, akademik makaleler, kitaplar, tezler ve bu kaynaklarda incelenmiş olan haber metinleri ile medya söylemlerinden oluşmaktadır.

Çalışmanın kuramsal çerçevesini ve Türkiye’ye özgü tespitlerini oluşturmak üzere dört ana kaynak grubundan yararlanılmıştır. İlk olarak, çalışmanın temelini oluşturan temsil, çerçeveleme, haber değeri, gündem belirleme ve risk iletişimi kuramlarına ait kurucu ve güncel uluslararası literatür kapsamlı bir şekilde taranmıştır. İkinci olarak, Google Scholar ve ULAKBİM gibi veri tabanlarında ‘sokak hayvanları medya’, ‘hayvan hakları temsili’ ve ‘sokak köpekleri çerçeveleme’ anahtar kelimeleri kullanılarak, konuyu doğrudan analiz eden hakemli Türkçe ve İngilizce makaleler, tezler ve kitaplar incelenmiştir. Üçüncü olarak, Osmanlı’dan günümüze insan-hayvan ilişkisinin dönüşümünü anlamak için tarih ve kent çalışmaları alanındaki kaynaklara başvurulmuştur. Son olarak, Türkiye Bilimler Akademisi raporu ve medya izleme kuruluşlarının verileri gibi ikincil kaynaklar, medya hacmi ve temel eğilimlere ilişkin bağlamsal bir çerçeve sunmak amacıyla kullanılmıştır.

Analiz süreci, eleştirel bir bakış açısıyla yürütülmüş ve üç aşamalı bir yaklaşım izlenmiştir. İlk aşamada, ilgili literatürde sıklıkla vurgulanan temel temalar, çerçeveler ve temsil kalıpları betimsel olarak ortaya konmuştur. İkinci aşamada, bu betimsel bulgular, çalışmanın omurgasını oluşturan beş iletişim kuramına dayanarak derinlemesine yorumlanmıştır. Son aşamada ise, kuramsal analizden çıkan sonuçlar, Türkiye’nin sosyo-politik bağlamı, medya ekosisteminin yapısal özellikleri ve tarihsel arka planla ilişkilendirilerek eleştirel bir senteze ulaşılmıştır. Bu sürecin temel amacı, medya temsillerinin arkasındaki ideolojik pozisyonları ve söylemsel stratejileri ortaya koymaktır. Çalışmanın temel sınırlılığı, yeni bir ampirik veri seti üzerinden doğrudan bir analiz sunmaması, bunun yerine mevcut literatürün sistematik bir sentezine dayanmasıdır. Bu durum, analizin kapsamını mevcut çalışmalarla sınırlandırmakla birlikte, geniş bir perspektiften bütüncül bir kuramsal çerçeve sunma olanağı sağlamaktadır.

6. Bulgular ve Tartışma

Bu çalışmanın kuramsal analizi ve literatür sentezi, Türkiye’de sokak hayvanlarına ilişkin medya temsillerinin birkaç belirgin ve örtüşen kalıp etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bulgular, medyanın konuyu ele alış tarzının, kamuoyu oluşturmada ve politika önceliklerini belirlemede nasıl merkezi bir rol oynadığını açıkça göstermektedir.

İlk olarak, medyanın sokak hayvanları meselesini ele alış, belirgin bir şekilde kutuplaşmış ve duygu yüklü iki ana çerçeve etrafında yoğunlaşmaktadır. Bir yanda, haberleri ‘kamu güvenliği’, ‘tehlike’ ve ‘saldırı’ temaları üzerinden kurgulayan ve sokak hayvanlarını kontrol altına alınması gereken bir tehdit olarak resmeden çerçeve bulunmaktadır. Diğer yanda ise, ‘mağduriyet’, ‘acı’ ve ‘merhamet’ odaklı, hayvanları insan şiddetinin pasif kurbanları olarak temsil eden çerçeve yer almaktadır. Bu ikili yapı, sadece haber metinleriyle sınırlı kalmayıp köşe yazıları gibi yorum metinlerinde de ideolojik bir derinlik kazanmaktadır. Dilek, Ekmekci, İnce ve Koçak’ın (2025) eleştirel söylem analizi, Sözcü gazetesi köşe yazarlarının hayvan hakları odaklı bir söylem benimserken, Sabah gazetesi yazarlarının kamu güvenliği vurgusunu öne çıkaran ve daha sert tedbirleri savunan bir dil kullandığını ortaya koymuştur. Bu kutuplaşma, Entman’ın çerçeveleme kuramı bağlamında, medyanın izleyicilere ‘nasıl düşünecekleri’ konusunda güçlü bir rehberlik sunduğunu göstermektedir. Ancak bu kutuplaşma, sorunun nüfus kontrolü, kentsel altyapı eksikliği ve etik sorumluluk gibi daha karmaşık ve yapısal boyutlarının göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bu durum, Hall’un temsil kuramının altını çizdiği gibi, medyanın gerçekliği olduğu gibi yansıtmadığını, aksine belirli anlamları ve kimlikleri (‘tehdit’ veya ‘kurban’) aktif olarak inşa ettiğinin bir kanıtıdır.

İkinci olarak, bu çerçevelerin medyada bu denli baskın olmasının altında yatan temel mekanizma, haber değeri kriterleri ile doğrudan bağlantılıdır. Galtung ve Ruge’ün klasik ve Harcup ve O’Neill’in güncellediği haber değerleri göz önüne alındığında, bir sokak köpeğinin sıradan varlığı değil, bir insana saldırdığı ‘olumsuz’, ‘olağanüstü’ ve ‘dramatik’ an, haber olma potansiyeli taşımaktadır. Benzer şekilde, bir hayvanın işkence görmüş görüntüsü ‘insani ilgi’ ve ‘duygusal çekicilik’ yaratarak aynı derecede güçlü bir haber değeri oluşturur. Dolayısıyla, medyanın gündemini, sokak hayvanlarının gündelik gerçekliğinden ziyade, bu istisnai ve çarpıcı anlar belirlemektedir. Bu sürekli vurgu, McCombs ve Shaw’un gündem belirleme kuramına uygun olarak, kamunun da gündemini şekillendirmekte ve sokak hayvanları meselesini sürekli bir ‘kriz’ olarak algılamasına yol açmaktadır. Ancak Dilek vd. (2025)’in de altını çizdiği gibi, bu kriz algısı ve yoğun medya tartışması, çoğunlukla meselenin çözümüne odaklanmaktan ziyade ideolojik bir zeminde şekillenmekte ve medya sokak köpekleri meselesini bir ideolojik tartışma aracı olarak kullanmaktadır.

Üçüncü ve belki de en kritik bulgu, bu medyatik temsillerin toplumsal risk algısı üzerindeki derin etkisidir. Sandman’ın ‘Risk = Tehlike + Öfke’ formülü bu bağlamda son derece açıklayıcıdır. Sokak köpeklerinden kaynaklanan objektif tehlike (hazard) istatistiksel olarak nispeten düşük olsa da, medyada yer alan dramatik saldırı haberleri,

'sürü' vurgusu ve korkutucu dil, kamuda hissedilen öfke, korku ve çaresizlik (outrage) düzeyini katlanarak artırmaktadır. Sonuç olarak, algılanan risk, gerçek riskin çok ötesine geçmekte ve bu da talep edilen politik çözümlerin, bilimsel ve rasyonel bir temelden ziyade, duygusal ve tepkisel bir zemine oturmasına neden olmaktadır. Bir kriz anında, Coombs'un Durumsal Kriz İletişimi Teorisi'ne göre, belediyeler gibi aktörlerin şeffaf ve sorumluluk alıcı bir iletişim stratejisi benimsemesi gerekirken, medyanın körüklediği bu yüksek öfke ortamı, onları savunmacı ve kısa vadeli önlemlere yönlendirebilmektedir.

Nihayet, bu temsil pratiklerinin arka planında yatan derin etik ve ideolojik boyutlar literatürdeki çalışmalarla desteklenmektedir. Tümer ve Yoğurtçu'nun (2023) işaret ettiği gibi, Türk medyası bu konuda ağırlıklı olarak insan-merkezci (antroposentrik) bir etik pozisyonda durmakta; hayvanların kendi içsel değerlerinden ziyade, insanlar için yarattıkları sorunlar veya çağrıştırdıkları duygular üzerinden değerlendirilmektedir. Dilek vd.'nin (2025) köşe yazıları analizi, dilin basit bir bilgi aktarımı olmadığını, 'kamusal alanın gaspı', 'medeniyet krizi' veya 'insani değerlerin sınavı' gibi daha geniş ideolojik çerçevelerin ve mücadelelerin taşıyıcısı olduğunu göstermektedir. Bu durum, medyanın çözüm önerilerini kendi ideolojik çizgileri çerçevesinde sunmasına ve toplumsal uzlaşmayı zorlaştırmasına yol açmaktadır. Karaca'nın (2024) 'hayvandışılaştırma' tespiti ise, tartışmanın artık biyolojik varlıklarla değil, sembolik ve politik birer 'mevzi' ile ilgili olduğunu ortaya koyarak, meselenin çözümünü daha da zorlaştıran bir söylemsel iklim olduğuna işaret etmektedir.

Ancak, medyanın bu kutuplaştırıcı ve araçsallaştırıcı söylemlerine karşın, Güler'in (2021) hayvanseverler üzerine yaptığı ampirik araştırma, dijital kamusal alanda alternatif bir katılım biçiminin varlığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, hayvan hakları savunucularının motivasyonunun, hayvanları birer politik sembol olarak araçsallaştırmaktan ziyade, onların 'içinde bulunduğu zor duruma yönelik' hissedilen empati ve yardım arzusundan kaynaklandığını göstermektedir. Ayrıca, hayvanseverlerin dijital mecralarda yüksek bir 'grup bilinci' geliştirerek daha sistematik ve kolektif bir şekilde hareket ettikleri ve bu durumun yapıcı bir sivil katılımın önünü açtığı belirtilmektedir (Güler, 2021). Bu bulgular, medyanın kısır döngüsünün dışında, soruna daha etik ve çözüm odaklı yaklaşan bir toplumsal enerjinin de var olduğuna işaret etmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Sonuç olarak, Türk medyasının sokak hayvanlarına ilişkin temsilleri, tarafsız bir habercilikten ziyade, kutuplaşmış çerçeveler, haber değerlerinin yarattığı çarpıtma, risk algısını şekillendiren bir güç ve derin etik-ideolojik tercihlerle örülü karmaşık bir yapı sergilemektedir. Bu durum, sorunun teknik ve idari çözümlerinin önünde bir engel teşkil etmekte ve toplumsal diyalogun önünü tıkayan bir işlev görmektedir.

7. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Türkiye’de sokak hayvanları meselesinin kamusal alandaki temsilinin, salt bir hayvan refahı sorunu olmanın ötesine geçen karmaşık bir iletişim olgusu olduğunu ortaya koymuştur. Sokak hayvanları, medya aracılığıyla, gerçek biyolojik varlıklarından bağımsız olarak, kültürel gerilimlerin, politik kutuplaşmaların ve toplumsal kaygıların sembolik taşıyıcıları haline gelmektedir. Stuart Hall’un temsil kuramından Entman’ın çerçeveleme analizine, Sandman’ın risk formülünden gündem belirleme kuramına kadar uzanan kuramsal çerçeve, medyanın bu süreçteki merkezi rolünü açıkça gözler önüne sermiştir.

Çalışmanın temel argümanı, Türk medyasında hâkim olan “kamu güvenliği” ve “mağduriyet” çerçevelerinin, konuyu yapıcı bir diyalog zeminden uzaklaştırarak, duygusal ve kutuplaşmış bir tartışma alanına hapsedtiği yönündedir. Haber değeri kriterlerinin istisnai ve dramatik olayları ön plana çıkarması, sokak hayvanlarına dair gündelik ve sıradan gerçekliği görünmez kılmakta; bu da izleyicilerin zihninde, gerçekte olduğundan çok daha büyük ve çözümsüz bir “kriz” algısı yaratmaktadır. Bu algı, McCombs ve Shaw’un işaret ettiği gibi, medya gündemi aracılığıyla kamu gündemine dönüşmekte ve nihayetinde yerel yönetimlerin de tepkisel, kısa vadeli ve çoğu zaman sorunu kökten çözmekten uzak politikalar üretmesine zemin hazırlamaktadır. Daha da ötesinde, Tümer ve Yoğurtçu ile Karaca’nın çalışmalarının da desteklediği üzere, bu temsil biçimleri derin bir etik ve ideolojik boyut taşımaktadır. İnsan-merkezci bir bakış açısının hâkimiyeti, hayvanların kendi içsel değerleri ve ekosistemdeki rolleri yerine, insanlarla olan ilişkileri bağlamında değerlendirilmelerine yol açmaktadır. “Hayvandışılaştırma” süreci ise, tartışmayı somut bir toplumsal politika meselesi olmaktan çıkarıp, hayvanların birer sembol ve “mevzi” olarak kullanıldığı verimsiz bir kimlik politikaları çatışmasına dönüştürmektedir.

Bu tespitler ışığında, sorunun çözümüne katkı sunmak amacıyla çeşitli öneriler getirilebilir. Medya pratiklerine yönelik olarak, medya kuruluşlarının “tehlike” ve “mağduriyet” çerçevelerinin ötesine geçerek sorunun nüfus kontrolü, kentsel planlama ve etik sorumluluk gibi yapısal boyutlarına odaklanan “kamu politikası” çerçevelerini geliştirmesi gerekmektedir. Habercilik, sadece sorunu dramatize etmek yerine, başarılı aşılama, kısırlaştırma ve sahiplendirme projeleri gibi somut çözüm örneklerine de yer vererek çözüm odaklı bir hale getirilmelidir. Ayrıca, haberlerde konunun tarafları kadar, veteriner hekimler, etologlar ve kent sosyologları gibi bağımsız uzmanların görüşlerine mutlaka yer verilerek haberin analitik derinliği artırılmalıdır. Politika yapıcılar ve sivil toplum açısından ise, yerel yönetimlerin proaktif bir kriz iletişim planı hazırlayarak şeffaf ve sorumluluk almaya dayalı bir dil benimsemesi kritik önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumları, toplumu medyanın çerçeveleme ve temsil stratejileri konusunda bilinçlendirmeye yönelik medya okuryazarlığı programları düzenlemelidir. Gelecek araştırmalar için, bu kuramsal çerçevenin nicel ve nitel içerik analizleri ile test edilmesi, sosyal medyanın rolü üzerine karşılaştırmalı platform analizleri yapılması ve medya temsillerinin

bireylerin tutumları üzerindeki etkisini ölçen ampirik alan araştırmaları gerçekleştirilmesi önerilebilir.

Sonuç olarak, sokak hayvanları meselesi, ancak medyanın tek taraflı ve duygu sömürüsüne dayalı temsil pratiklerinden sıyrılarak, tüm paydaşları kapsayan, bilimsel verilere dayanan ve etik bir sorumluluk bilinciyle hareket eden bir iletişim paradigmaya geçildiğinde çözüme kavuşturulabilecek bir toplumsal uzlaş konusudur. Bu çalışma, işte bu yeni paradigmaya geçiş için gerekli olan kuramsal zemini ve eleştirel farkındalığı sağlamayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Ajans Press. (2024). Sokak hayvanları medya karnesi. Ajans Press.
- Aksulu, M. (2013). Yeni Toplumsal Hareketler: Türkiye’de Hayvan Hakları Savunuculuğu ve Sosyal Medya (Master’s thesis, Maltepe University (Turkey)).
- Beştaş, M., & Yavuz, U. (2020). Sosyal medyada haber popülerliğinin tahmini: Literatür incelemesi. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 7(61), 3140-3155. <https://doi.org/10.26450/jshsr.2144>
- Boyar, E., & Fleet, K. (2010). *A social history of Ottoman Istanbul*. Cambridge University Press.
- Cansız, D. (2021). II. Meşrutiyet döneminde hayvan hakları (1908-1918). *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 187-215. <https://doi.org/10.47088/utad.983873>
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (2nd ed.). SAGE.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Daşar, E. (2024). Sokak Köpekleri Saldırısının Hayvan Hakları ve Belediye Sorumlulukları Bağlamında Ulusal Basında Sunumu: Hürriyet, Cumhuriyet ve T24 Örneği. *Intermedia International E-journal*, 11(21), 218-236. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1579036>
- Dilek, E., Ekmekci, G., İnce, M., & Koçak, M. C. (2025). Sokak köpekleri hakkında yazılan köşe yazılarında söylem ve ideoloji. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15(1), 18-41.
- Ekrem, I. (2003). *İstanbul’da Gündelik Hayat*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>.
- Güler, Ş. (2021). Dijital iletişim mecralarında dezavantajlı türlerin sesi olmak: Hayvanseverlerin siyasal katılım faaliyetleri üzerinde empati ve grup bilincinin rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (56), 142-164. <https://doi.org/10.47998/ikad.969478>
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Harcup, T., & O’Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Karaca, İ. (2024). Hayvandılaştırma: Sokak Köpekleri Sorunu Üzerinden Bir Postmodern Mevzi Kazanma Stratejisi. *Türkiye Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 77-102.
- Karataş, A. (2025). Hayvan hakları bağlamında sokak hayvanları üzerine bir değerlendirme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 326-354. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1545402>
- Keten, A. (2022). İnsan Kontrolü Dışındaki Köpekler için Kullanılan Kavramların Karmaşıklığı. *Avrasya Terim Dergisi*, 10(3), 66-74. <https://doi.org/10.31451/ejatd.1163646>

- McCombs, M. E., & Reynolds, A. (2009). How the news shapes our civic agenda. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed., pp. 1–16). Routledge.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Özçakı, M. (2021). Türk kültüründe güvercinlik ve kuş evleri ve günümüze yansımaları. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 10(2), 238-261. <https://doi.org/10.20488/sanattasarim.876545>
- Pinguet, C. (2014). İstanbul'un köpekleri (A. Tümer, Çev.). İletişim Yayınları.
- Sandman, P. M. (1993). Responding to community outrage: Strategies for effective risk communication. American Industrial Hygiene Association.
- Tümer, S., & Yoğurtçu, G. (2023). Çevre Etiği ve Medyanın Hayvan Haklarına Yönelik Sorumluluğu: Türkiye Gazeteleri Örneği. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 317-332. <https://doi.org/10.58648/inciss.1383310>
- Yılmaz, D. (2025). Kurumsal itibar yönetimi ve kriz iletişimi: zorlu holding vakası üzerinden bir değerlendirme. In *Proceedings of the 14th International Communication in the New World Congress* (pp. 178–1186). Kütahya Dumlupınar University, Kütahya, Türkiye. ISBN: 979-8-89695-062-2.
- Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA). (2024). Sokak Hayvanları: Toplumsal Sorunlar ve Halk Sağlığı (Rapor). Ankara: TÜBA. (PDF erişimi).
- Bulut, B., & Erkol, M. (2023). İnsandan Hayvana Ve Hayvandan İnsana Mağduriyetin Medyadaki Sunumunun Sosyolojik Analizi. *Uluslararası Dorlion Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (DASAD)*, 1(2), 418-444.
- Ceylan, F. (2025). Virtue Signaling in Political Communication: US President's Statements on Civilian Victimization. *Selçuk İletişim*, 18(2), 847-872. <https://doi.org/10.18094/josc.1586276>
- Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA). (2024). Sokak Hayvanları: Toplumsal Sorunlar ve Halk Sağlığı (Rapor). Ankara: TÜBA. (PDF erişimi). [Türkiye Bilimler Akademisi](https://www.tuba.gov.tr/turkiye-bilimler-akademisi)
- Türkiye Cumhuriyeti. (2004). Hayvanları koruma kanunu (Kanun No. 5199). T.C. Resmî Gazete, 25509. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/07/20040701.htm>

Halkla İlişkilerde Sokak Hayvanlarının Temsili ve Algı Yönetimi Stratejileri

Simge Ünlü¹ ve Ömer Açan²

Giriş

Halkla ilişkiler disiplini, sürekli değişen teknolojik ve sosyal dinamikler içinde, algı ve kurumsal algı yönetimi kavramları açısından önemli görevler üstlenmektedir. Algı yönetimi ile halkla ilişkiler, birbirleriyle bağlantılı ve birbirini tamamlayan süreçler olarak değerlendirilmektedir. Algı yönetimi çerçevesinde halkla ilişkiler, bireylerin ve grupların anlayışlarının, yorumlarının ve yönlendirilmesinin sağlanmasında kritik bir işlev üstlenmektedir. Bu işlevin sürekliliği vurgulanmakta, iç ve dış kamuoyunu oluşturan bireylerin beklenti, istek ve ihtiyaçlarının tespit edilip karşılanması ise bu bağlamda büyük önem taşımaktadır (Yörük ve Summak, 2015 s.2).

Halkla ilişkiler, medya ve kamuoyu nezdinde sıklıkla olumsuz çağrışımlarla ilişkilendirilmektedir. "Algı yönetimi", "kanaat oluşturma" ve "spin doktorluğu" gibi kavramlarla tanımlanan bu alan (Özgen ve Bayraktar, 2014, s. 2), manipülasyon, propaganda, sahtekârlık ve yalan gibi etik dışı yöntemlerle ilişkilendirilmektedir (Hutton, 1999, s.202). Olumsuz algının oluşumunda temel etkenlerden biri, halkla ilişkilerin medyadaki temsil biçimidir. Medyada herhangi bir girişimin "halkla ilişkiler" olarak nitelendirilmesi, çoğunlukla küçültücü ve olumsuz bir anlam çerçevesinde kullanılmaktadır. Bu bağlamda, halkla ilişkiler uzmanlarının tutum ve algıları etkilene amacına ulaşabilmeleri için sahip olmaları gereken en önemli kişilik özelliği olan unsur güvenilirliktir (Callison, 2004, s.372). Kurumların ise doğruluk ve şeffaflık ilkeleri doğrultusunda hareket ederek hem iç hem de dış kamuoyunda olumsuz algıların oluşmasını engellemeleri gerekmektedir (Artan Özoran, 2023, s.135-136, 148).

Algı yönetiminin temel araçları, iletişim biliminin kuramsal çerçevesiyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda çerçeveleme kuramı, gündem belirleme kuramı ve retorik çalışmanın dayandığı başlıca yaklaşımlar arasında yer almaktadır. Çerçeveleme kuramı, çağdaş iletişim araştırmalarında öne çıkan modellerden biri olarak kabul edilmektedir (Özarslan ve Güran, 2015, s.32). Bu kuram, gerçekliğin belirli yönlerinin seçilerek iletişim metinlerinde öne çıkarılması ve bu yolla sorun tanımlarının, neden-sonuç ilişkilerinin, ahlaki değerlendirmelerin ve/veya çözüm önerilerinin desteklenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Entman, 1993, s. 52). Çerçeveleme çalışmalarının temel varsayımı, medyanın yalnızca ne hakkında düşüneceğimizi değil, aynı zamanda bu düşünceyi hangi bakış açısıyla kuracağımızı da belirlediğidir (Scheufele ve Tewskbury,

¹ Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, simgeunlu@sakarya.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0137-4210

² Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sakarya.

2007, s.14). Çerçeveseler, belirli bilgi unsurlarını vurgulayarak onlara daha geniş bir anlam kazandırmaktadır. Diğer taraftan retorik, belirli bağlamlarda ikna yöntemlerini inceleme becerisi olarak tanımlanır (Aristoteles, 1995, s. 37). Konuşmacının kişisel güvenilirliği (ethos), dinleyicilerin duygularına hitap etme (pathos) ve ikna edici kanıtlar sunma (logos) aracılığıyla inandırıcılığı sağlamayı amaçlamaktadır (Aristoteles, 1995, s. 38). Duruma uygun düşüncelerin dile getirilmesi ve tartışılması ise retorikğin temel işlevi olarak değerlendirilmektedir (Aristoteles, 1995, s.19).

Bu bağlamda, sokak hayvanları konusu, toplumsal tartışmaların ve algı yönetiminin bir konusunu oluşturmaktadır. Türkiye’de hayvanların korunmasına yönelik kamu politikaları, hak temelli bir yaklaşımdan ziyade farklı bir çerçevede şekillenmektedir. Mevzuatta hayvanların “eşya” ya da bir tür “ticari mal” olarak tanımlanması, bu durumun en belirgin göstergelerindendir. Uygulanan politikalar, hayvan haklarından çok “hayvan refahı kavramı” üzerinden temellendirilmektedir ve bu yaklaşım özellikle hayvancılıkla ilgili düzenlemelerle doğrudan ilişkilidir (Çankaya ve ark., 2024 s.835). Hayvanların korunması meselesi ise toplumda çoğunlukla sahipsiz hayvanlar bağlamında algılanmaktadır (Çankaya ve ark., 2024 s.849). Tarihsel olarak İstanbul’da sosyal yaşamın bir parçası olan köpekler, 19. yüzyılda kentleşme anlayışının değişmesiyle birlikte yoksulluk, çirkinlik ve geri kalmışlığın simgesi hâline getirilmiştir (Çankaya ve ark., 2024, s.834). Medya aracılığıyla üretilen “köpeklerin tehlikeli, kirli ve saldırgan olduğu” yönündeki algı, sokak hayvanlarının toplanması, barınaklara kapatılması ve infaz politikalarının meşrulaştırılması 2. Meşrutiyet döneminden sonra kullanılmış; bu söylem günümüzde de etkisini sürdürmektedir (Çankaya ve ark., 2024 s.831).

“Halkla İlişkilerde Algı Yönetimi Aracı Olarak Sokak Hayvanlarının Temsili” başlıklı bu bölüm, halkla ilişkiler disiplininin sokak hayvanlarına ilişkin toplumsal algıyı belirli temsiller aracılığıyla nasıl şekillendirdiğini incelemektedir. Bu çerçevede; iki yönlü simetrik model, çerçeveleme kuramı, gündem belirleme kuramı ve retorik teorisi gibi algı yönetimi teknikleri kullanılarak, sokak hayvanlarının halkla ilişkiler bağlamında nasıl temsil edildiği ve bu temsillerin toplumsal karar alma süreçleri üzerindeki olası etkileri değerlendirilecektir. Böylelikle, algı yönetimi araçlarının toplumsal açıdan önemli bir konunun inşasında üstlendiği stratejik rolü anlamaya yönelik kuramsal bir zemin oluşturulması amaçlanmaktadır.

1. İki Yönlü Simetrik Model ve Halkla İlişkiler

Grunig ve Hunt tarafından geliştirilen dört Halkla İlişkiler (Hi) modelinin sonuncusu olan İki Yönlü Simetrik Model, halkla ilişkiler disiplininin en ideal yaklaşımı olarak kabul görmektedir. Bu modelin temelini, hem organizasyonun hem de hedef kitlenin tutum ve davranışlarında karşılıklı olarak gerekli görülen değişimleri sağlamaya yönelik müzakere ve çatışma çözümleme stratejileri oluşturmaktadır (Pira, 2005, s. 8). Söz konusu modelin temel hedefi, organizasyon ile hedef kitle arasında karşılıklı bir anlayışın tesis edilmesidir (Grunig ve Hunt, 1984, s. 22). İletişimin doğası, esasen bir

bilgi alışverişini mümkün kıldığından, onu çift yönlü ve dengeli bir yapıya sahip kılar; bu nitelik, iletişim sürecini bir diyalog mekanizması olarak konumlandırmaktadır (Pira, 2005, s. 28). İki Yönlü Simetrik Modelin uygulayıcıları, halkla ilişkiler faaliyetlerinin planlanması ve değerlendirilmesi süreçlerinde, ikna odaklı teorilerden ziyade iletişim teorilerine odaklanmaktadır (Grunig ve Hunt, 1984, s. 22). İki yönlü simetrik model, elde edilen geri bildirimleri, iki temel amaç doğrultusunda detaylı bir şekilde değerlendirmeye tabi tutar: Birincisi, organizasyonu hedef kitle ile uyumlu kılmak; ikincisi ise, gereklilik hâlinde kurumun kendi bünyesinde ilgili dönüşümleri hayata geçirmektir. (Pira, 2005, s. 9). İşlenen model çerçevesindeki araştırma süreçleri, hedef kitleyi ikna etme amacından ziyade, organizasyon ile hedef kitlesi arasında karşılıklı anlayışın tesis edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bu araştırmaların ilgi odağı genellikle bireylerin tutumlarından çok, bilgi düzeyleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. (Bowen, v.d., 2010, s. 18).

İki yönlü simetrik iletişim modeli, halkla ilişkiler (Hİ) pratiği için normatif bir ideal olarak kabul edilmekle birlikte, uygulama bağlamına ve örgütsel koşullara bağlı olarak hem potansiyel avantajları hem de stratejik kısıtlamaları barındırır. Modelin temel hedefi, örgüt ve hedef kitleler arasında karşılıklı anlayış ve uzlaşma zemini tesis etmektir ki bu amaç, bireylerin manipülasyona direnme eğilimi nedeniyle hedef kitleler nezdinde doğal bir çekiciliğe sahiptir. Zira, bir birey veya grubun kontrol edildiğini hissetmesi ya da bir kuruluşa kıyasla kendisini yetersiz algılaması, güven gelişimini engeller ve ilişkiyi sonlandırma eğilimini artırır. Bu bağlamda, iki yönlü simetrik modelin benimsenmesiyle yaratılan açık iletişim ve şeffaflık kültürü, güçlü bir güven inşa eder; bu sağlam ilişkilerin yarattığı itibar ise, örgütün kriz anlarında kamuoyu nezdinde daha destekleyici ve ikna edici bir konuma gelme olasılığını önemli ölçüde artırarak, sürdürülebilir paydaş ilişkileri yönetimi için kritik bir stratejik değer sunar (Garg, 2020, s.2).

İki Yönlü Simetrik Model, halkla ilişkiler yaklaşımları arasında en güncel konumda yer almakta ve bu yönüyle 21. Yüzyılın çağdaş halkla ilişkiler modelini temsil etmektedir (Okay ve Okay, 2002, s.199). Bu modelin temelinde, halkla ilişkiler profesyonellerinin birincil rolü, organizasyon ile hedef kitle arasındaki iletişimi kolaylaştıran ve karşılıklı anlayışı destekleyen bir arabuluculuk (mediation) işlevini icra etmektir (Grunig ve Hunt, 1984, s. 22). Bu model, hedef kitle ile karşılıklı güvene ve iyi niyete dayalı ilişkilerin tesis edilmesi aracılığıyla, organizasyonun paydaşları nezdindeki itibarını yükselterek, olumlu bir konuma erişmesini mümkün kılmaktadır. (Pir ve Esra, 2019, s. 6). Bu durum, çift taraflı bir etkileşim ve her iki taraf için de fayda içerir (Işık, 2017, s. 9) asimetrik modele kıyasla organizasyonun kendi uzun vadeli çıkarlarına çok daha etkin bir şekilde hizmet edebilmektedir. Zira kurumlar, karşılıklı müzakere süreci sayesinde, gerektiği takdirde taleplerinin bir kısmından vazgeçmeyi göze alarak, nihayetinde başlangıçta hedeflediklerinden daha kapsamlı kazanımlar elde etme potansiyeli taşımaktadır (Grunig, 2001, s. 13). Bu yaklaşım, stratejik hedef kitlelerle daha iyi ve uzun vadeli ilişkiler kurmayı ve çatışmayı önlemeyi sağlamaktadır

(Kim ve Ni, 2010, s. 38). Bu modelin uygulanması dâhilinde, kurumlar elde ettikleri geri bildirimler neticesinde, kendi iç politikalarını ve operasyonel uygulamalarını yeniden düzenleme ve dönüştürme konusunda yapıcı bir yaklaşım sergilemektedirler (Bowen, v.d., 2010, s. 18).

Tablo 1 Halkla İlişkiler Modellerinden İki Yönlü Simetrik Model						
Özellikler	Amaç	İletişimin Doğası	İletişim Modeli	Araştırmanın Doğası	Tarihteki Öncüleri	Günümüzde Uygulandığı Yer
İki Yönlü Simetrik	Karşılıklı anlayış	İki yönlü, dengeli etkiler	Grup Grup 	Biçimlendirici, anlayış değerlendirme	Bernays, eğitimciler, profesyonel liderler	Düzenlenmiş iş dünyası, ajanslar

Kaynak: (Grunig ve Hunt, 1984, s. 22)

1.1 Sokak Hayvanlarıyla İletişimde "İki Yönlü Simetrik Model" Yaklaşımı

Simetrik model, halkla ilişkilerin "sadece bir sorun çözme" yaklaşımından, "adil ve etik yönetim" yaklaşımına geçişini, özellikle kuruluşun sosyal sorumluluğunu uygulaması (Okay ve Okay, 2002, s. 199) ve ahlaki iletişim tekniklerini temel almasıyla sağlar (Özer, 2018, s.1). Bu yaklaşım, kurumun kamuoyuna uyumlu hale getirilmesi mantığı üzerine kuruludur (Pira, 2005, s. 9).

Tutarlı bir halkla ilişkiler pratiğinin temelini teşkil eden ilk unsur, organizasyon yönetiminin tüm süreçlerinde, ilgili paydaşların çıkarlarına öncelik veren bir sosyal yönetim felsefesinin benimsenmesidir. Bu felsefi duruş, modern halkla ilişkiler kavramının özüne kamu hizmeti ilkesini yerleştirmektedir. Yönetimin bu temel felsefesi, kamu yararına hizmet esasına dayanmalı ve kamuoyunun beklentilerinin karşılanmasının zorunluluğunu öncelikli bir mesele olarak vurgulamalıdır (Aşkun, 1990, s.3-4). Sokak hayvanları sorununun çözümü, bu yönetsel görev çerçevesinde ele alınmalıdır.

Simetrik modelin çağdaş ve etik yaklaşımına paralel olarak, kamu politikası tartışmalarında hayvanların hukuk nesnesi yani eşya da sayılmaması gerektiği vurgulanmıştır. Bu, hayvanların can taşıyan, duygulu varlıklar olduğunun kabul edilmesi açısından önem taşımaktadır. (Çankaya vd., 2024, s.827-841). Dolayısıyla, simetrik yaklaşım, politikacıları bu hak eksenli sorumluluğu benimsemeye teşvik eder.

2. Algı Yönetimi ve Çerçeveleme Kuramı

"Çerçeveler, dünyayı algılama biçimimizi şekillendiren zihinsel yapılardır." - Lakoff s. 10

Algı yönetimi, hedef kitlenin belirli bir konu hakkındaki görüşlerini, tutumlarını ve eylemlerini yönlendirmek için uygulanan yöntemleri ifade eder. Algı, etkili problem çözme süreciyle sıkı sıkıya ilişkilendirilmiş, anlamlı bir şekilde entegre edilmiş duyuşsal verilerin yorumlanmasına dayanan kavramsal bir yapıdır (Reingold ve Merikle, 1998). Algı yönetimi, karşılıklı davranış ve ilişkilerin düzenlenmesi amacını güden yöntemler

bütünüdür (Tutar, 2008, s.109). Bu tanımlar bağlamında algı yönetimi ve halkla ilişkiler disiplini birbiri ile yoğun bağlantılar içerir (Yörük ve Summak, 2015 s.14). Bu algılar, farklı iletişim yollarıyla oluşur ve halkla ilişkiler bu süreçte önemli bir görev üstlenir (Kadibesegil, 2003, s. 44). Halkla ilişkilerde hedef yalnızca enformasyon değil aynı zamanda hedef kitlenin enformasyonu nasıl algılayacağını öngörmek ve buna göre çalışmalarını yürütmektir. Bu süreçte tasarlanan halkla ilişkiler mesajları, belirli standartları karşılamalı ve kurum, kuruluş ya da kişinin kurumsal kimliğini yansıtan görsel öğelerle uyum içinde sunularak, paydaşlarda olumlu bir algı oluşturmaya hizmet etmektedir (Yörük ve Summak, 2015 s.15). Hedef kitlenin kültürel özellikleri ile değer yargılarının dikkate alınması, algı yönetimi süreçlerinde başarının kilit unsurunu oluşturur ve bu faktör, mesajların bağlama uygunluğu ile davranışsal sonuçlar arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır (Saydam, 2006, s. 285,297).

Söz konusu bağlamda kullanılan teorilerin bir kısmı; çerçeveleme, gündem belirleme ve retoriktir. Bu teoriler kitle iletişim araçlarının (KİA) ve diğer etkileyici iletişim aktörlerinin kamuoyunun dikkatini nereye toplayacağını, nasıl sunacağını ve kamuoyunun belirlenen konu hakkındaki düşünce süreçlerini nasıl şekillendireceğini açıklamaktadır.

Çerçeveleme kuramı algılanan gerçekliğin unsurlarını seçmeyi ve hedeflenen yoruma yönlendirmek için birbirlerinin arasındaki bağlantıları vurgulayan anlatı oluşturma sürecidir (Gamson, W. 1992, s.11). Çerçeveleme teorisinin temel görüşü, medyanın bize neyi düşünmemiz gerektiğinden ziyade, aynı zamanda nasıl düşünmemiz gerektiğini de belirlediğidir (Scheufele ve Tewskbury 2007, s.14). Çerçeveler, iletişim süreçlerinde kritik roller üstlenerek metnin ikna edici niteliklerini aydınlatmak için kullanılmaktadır. İleri düzey çerçeveler genellikle dört ana işlevi yerine getirir: (Entman, 1993, s.52).

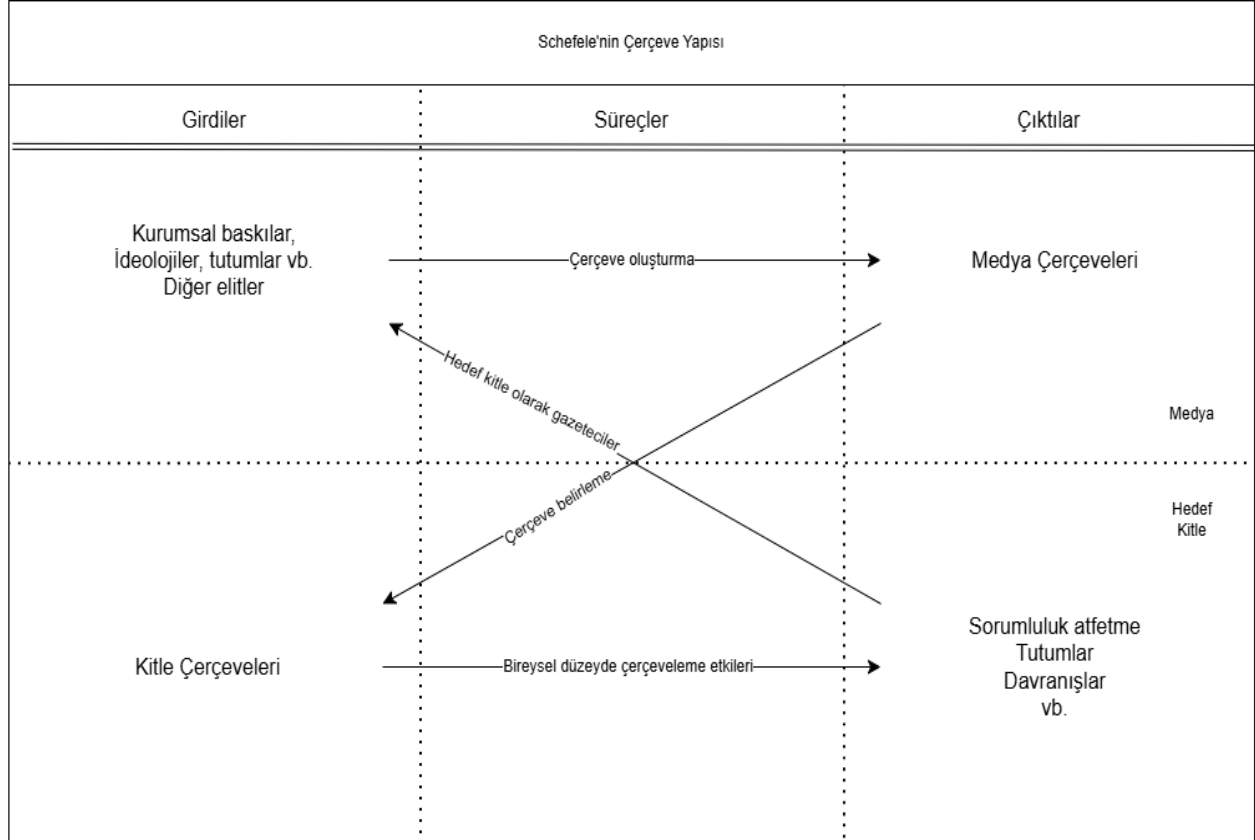
Geliştirilmiş Çerçeveler	
Sorun tanımı	Bir problemin ne olduğunu tanımlar. Bu, bir nedensel faktörün hangi maliyetler ve yararlarla ne şekilde etkide bulunduğunu belirlemek demektir ve genellikle paylaşılan kültürel değerler çerçevesinde değerlendirilir.
Nedensel analiz	Sorunu yaratan güçleri belirleyerek nedenleri teşhis eder.
Ahlaki yargı	Nedensel faktörleri inceler ve bu faktörlerin etkilerini analiz ederek etik yargılara ulaşır.
Çözüm önerisi	Sorunlara yönelik çözümleri sunmayı hedefler, haklı çıkarır ve bunların olası etkilerini tahmin eder.

Kaynak: (Entman, 1993, s.52)

Çerçeveleme teorisi, çerçevelerin dört aşamada belirgin hale geldiğini belirtmektedir. Öncelikle, bir çerçevenin bir kaynak tarafından bilinçli ya da bilinçsiz bir

şekilde yaratılmasıyla başlar. İkinci aşama, bu çerçevelerin metin içinde belirli anahtar kelimeler, yaygın ifadeler, temaları destekleyen cümleler ve alışılmış imgelerle kendini göstermesidir. Üçüncü aşamada, kaynak tarafından oluşturulan çerçeveler, izleyicilerin mevcut çerçeveleriyle yorumlanır. Son olarak, toplumun kültürü, bu süreçleri etkileyen ortak bir çerçeve havuzu işlevi görür (Entman, 1993, 52-53).

Şekil 1 Çerçeveleme sürecinin araştırma modeli



Kaynak: (Scheutele, 1999, s. 115).

Halkla ilişkiler stratejilerinin çerçeveleme yöntemiyle başarılı olması için, oluşturulan çerçevenin, hedef kitlenin kültürel değerleri, inançları ve olayları algılama biçimleriyle uyumlu olması, yani onlarda karşılık (rezonans) bulması gerekir. (Güran ve Özarslan, 2015, 42-43).

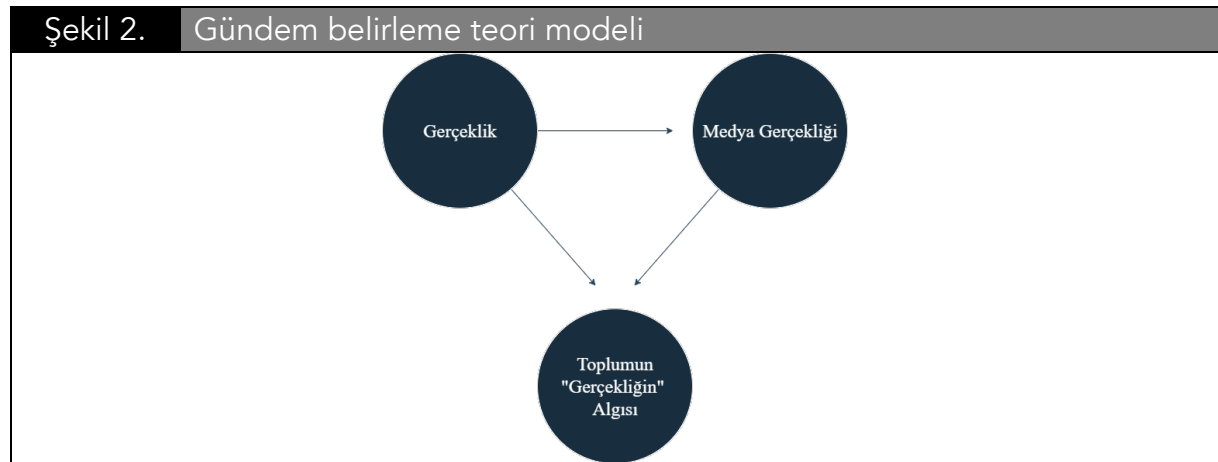
Toplumsal hareketler, genellikle birden fazla çerçeve yerine tek bir örgüt çerçevesi kullanma eğilimindedir. Bu yaklaşım, iletişimi daha verimli hale getirir, karmaşık ve çelişkili imgelerin yayılmasını önler ve ortak bir kimliğin (kolektif kimlik) inşasına yardımcı olur (Hunt ve ark., 1994, s. 192-194,202). Bununla birlikte, bazı çerçeveler, "ana çerçeveler" (master frames) olarak adlandırılacak kadar geniş bir yorumlama alanı sunar ve çok farklı grupları harekete geçirme potansiyeli taşır. Örneğin, hayvan hakları hareketlerinin kullandığı "Haklar çerçeveleri" ve "Güvenlik çerçeveleri", toplumun geniş kesimlerine hitap ederek yönlendirici bir kapsayıcılığa ulaşabilmektedir. (Güran ve Özarslan, 2015, s.42).

Halkla ilişkiler disiplininde sıkça başvurulanan çerçeveleme teorisi; kişi, kurum ve kuruluşların hedef kitlede belirli bir izlenim oluşturmak için hangi mesajları vurgulayıp hangilerini geri plana atacaklarını belirlemelerine imkan tanır. Bu durum, sokak hayvanları konusunun kamuoyunda "saldırganlık" teması etrafında nasıl ele alındığını gösteren bir örnektir ve çerçeveleme teorisinin nasıl işleyebileceği hakkında bilgi verir. Bu yöntem, sokak hayvanlarını bir "tehdit" olarak tanımlamakta, saldırganlık olaylarına ve güvenlik endişelerine odaklanarak bireyler ve topluluklarda olumsuz bir izlenim yaratmaya yönelik bir amaca sahiptir. Öte yandan, hayvanları koruma ve sahiplenme gibi konulara vurgu yapan, hayvanların masumiyetine ve yaşam haklarına odaklanmış mesajlar üreten hayvansever sivil toplum kuruluşları ve bireyler, olayın hayvanlar açısından daha olumlu bir perspektif kazandığını gösterir. Bu iki ayrı çerçeveleme biçimi, halkla ilişkiler alanının aynı meseleye farklı hedefler doğrultusunda nasıl şekil verebileceğini ve sosyal algıyı nasıl etkileyebileceğini net bir biçimde göstermektedir.

3. Halkla İlişkilerde Algı Yönetimi Bağlamında Gündem Belirleme

"Toplumlar her zaman, iletişimin içeriğinden çok, insanların iletişim kurduğu medyanın niteliği tarafından şekillendirilmiştir." -Mcluhan s.9

Gündem belirleme teorisi, kitle iletişimlerinin etkilerini açıklayan en fazla kaleme alınmış medya teorilerinden biridir (Özarslan ve Güran, 2015, s.32). Bu teoriye göre, kitle iletişim araçları yalnızca toplumun hangi konularda düşünmesi gerektiğini değil, aynı zamanda meselelerin önem derecesini de tayin eder (Lang ve Lang, 1966, sf. 468). Walter Lippmann'ın ünlü "zihnimizdeki görüntüler" deyimini, haber medyasının sunduğu konuların ya da diğer nesnelerin gündeminin, zihnimizdeki bu görüntülerin neyi temsil ettiğini etkilediğini belirtir (Lippmann, 1922, s. 29). Gündem belirleme kuramı, medya tarafından öne çıkarılan içeriklerin, zamanla toplumun gündeminde de önemli hale geleceğini ileri sürer (McCombs ve Shaw, 1972, s.106). Bu etki, yalnızca halkın belirli konulara dikkatini çekmekle kalmayıp, aynı zamanda medyada yer alan çeşitli konulara dair anlayışımızı ve bakış açımızı da etkileyen, daha kapsamlı bir şekilde işlev görmektedir (McCombs, 2002, s.5).



Kaynak: (Alonzo, 2014)

Şekil 2’de Gündem Belirleme Teorisi’nin işleyişi açıklanmaktadır. Medya, toplumsal olaylar arasında belirli bir konu veya "gerçekliği" seçmekte ve ardından seçilen konuyu halkın nasıl algılamasını istediklerine uygun biçimde sunmak için bir çerçeveleme yöntemi belirlemektedir. Hem "gerçeklik" hem de medyanın konuyu nasıl sunduğu, bireylerin "gerçeklik algısını" şekillendiren unsurlardır (Alonzo, 2014, s. 17).

Sonuç olarak, gündem belirleme ve çerçeveleme süreçleri, medyanın ve stratejik iletişimin bilgiyi sunarken toplumsal dikkati belirli konulara yönlendirdiğini göstermektedir. Aynı zamanda, bu konularla ilgili tutum ve tercihleri derinlemesine etkileyen ve dönüştüren kümülatif düşünceye etki eden bir mekanizma oluşturmaktadır. Bireylerin ve toplumun mevcut bilişsel yapılarına bağlı olarak etkilerin her zaman benzer şekillerde ortaya çıkmayabileceği, harekete geçirilmesi, değiştirilmesi veya yeni yapıların oluşturması ihtimalini belirtmelidir. Bu nedenle iletişim alanında toplumun nasıl bilgilendirildiğini ve ikna edildiğini kavramak için hem medyanın hem de stratejik iletişimin işlevinin kritik bir önem taşıdığını ortaya konulmaktadır.

Halkla ilişkiler, insanların ve büyük grupların düşünce tarzlarını, davranışlarını ve tutumlarını anlama, inceleme ve yönlendirme açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu sebepten ötürü, algı yönetimi ile halkla ilişkiler sürekli birbirini destekleyen ve tamamlayan, ayrılmaz süreçler olarak değerlendirilir. Etkili bir kurum algısı yönetimi stratejisi geliştirilirken, hedef grubun kültürel kimliğini ve değer yargılarını derinlemesine anlamak oldukça önemlidir (Yörük ve Summak, 2015 s.14).

Bu aşamada medya, insanların halkla ilişkiler alanının dair düşüncelerini, bu disiplinin ne zaman ve hangi amaçlarla kullanılabileceğini, hatta halkla ilişkiler profesyonellerinin görevleri ve sorumlulukları konusundaki anlayışlarını belirleyen en önemli ve etkili araçlardan biri olarak öne çıkar. Fakat, halkla ilişkilere yönelik mevcut olumsuz tutumun ve kavramsal karışıklığın arkasındaki başlıca etkenlerden biri, bu alanın medyada sunulduğu biçimdir (Artan Özoran, 2023, s.138).

Halkla ilişkiler alanında, gündem belirleme, kamuoyunun dikkatini hedeflenen konulara yönlendirme ya da mevcut bir konunun belirli yönlerini öne çıkarma sürecidir. Bu süreç yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı değildir; aynı zamanda halkın hangi sorunları en önemli gördüğünü ve bu sorunları hangi çerçevede değerlendirdiğini belirlemede kilit bir rol oynar. Bu nedenle gündem belirleme, toplumsal algıyı şekillendiren vazgeçilemez araçlardan biri olarak görülmektedir. Bununla birlikte, medyanın gündem oluşturma sürecinde temel bir rol oynamasına rağmen, çoğu zaman "halkla ilişkiler" terimini yanlış veya indirgemeci bir şekilde kullanır. Basın bülteni dağıtımı ya da tanıtım etkinlikleri gibi sınırlı uygulamalara odaklanırken, kriz iletişimi, kurumsal itibar yönetimi, paydaşlarla sürdürülen ilişkiler ve sosyal sorumluluk projeleri gibi stratejik boyutları göz ardı eder. Bu indirgemeci yaklaşım, halkla ilişkilerin karmaşık ve çok boyutlu doğasının kamuoyu tarafından doğru biçimde anlaşılmasını engellemekte,

aynı zamanda disiplinin toplumsal düzeydeki imajını zedeleyerek olumsuz algıların oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Artan Özoran, 2023, s.135). Fakat bu durum, halkla ilişkiler uzmanlarının medya aracılığıyla gündemi kendi yararlarına kullanabilme imkanını gözler önüne sermektedir. Kurumla ilgili hem iç hem de dış kamuoyunda olumsuz tutumların ortaya çıkmasının engellenmesi gerektiği vurgulanmakta; bu bağlamda, algının önemli bir kaynağı olan görsel unsurların dikkatlice tasarlanarak kurumsal kimliği yansıtması ve pozitif algıyı teşvik etmesi gerektiği ifade edilmektedir (Tutar, 2008, s.109).

Medya, sokak hayvanlarının toplumsal temsillerinde kıymetli bir rol üstlenmektedir. Nitekim 1910'lu yıllarda Hayırsız Ada sürgününü meşrulaştırmak amacıyla kullanılan "kuduz tehlikesi" ve "başıboş köpek" gibi ifadeler ile medyanın desteğiyle oluşturulan köpeklerin agresif, kirli ve tehlikeli olduğu yönündeki algı, günümüzde de benzer biçimde sürdürülmektedir. Özellikle köpeklerin şehir merkezlerinden toplanarak barınaklara gönderilmesi ya da terk edilmesi süreçlerinde, bu tür meşrulaştırıcı söylemlerin kullanıldığı görülmektedir (Yıldırım, 2019, s. 89). Bu durum, medyanın belirli yapıların yardımıyla halk arasında somut bir izlenim oluşturma ve bu izlenimi sürdürme yeteneğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Osmanlı döneminde sokak köpekleri, kent yaşamının mühim unsurlarından biri olarak varlık göstermiştir. Ancak 19. yüzyılda değişen şehircilik anlayışıyla birlikte, İstanbul'un Avrupa kentlerine benzetilmesi amacı doğrultusunda öncelikle sokak hayvanlarının ortadan kaldırılması gerektiği düşüncesi yaygınlık kazanmıştır. Bu görüşü savunanlar, köpeklerin hem kentin görünümünü olumsuz etkilediğini hem de insan sağlığı açısından risk oluşturduğunu ileri sürerek, onlardan kurtulmanın yollarını tartışmışlardır (Toklucu, 2022, s. 272).

Günümüzde Türkiye'de hayvanların korunmasına dair uygulamalar "hayvan refahı" anlayışı etrafında şekillenmişken, hayvan hakları kavramı politika belgelerinde yer almamaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri, hayvancılık endüstrisinin hayvan varlığına karşı olan tutumunun temel oluşturması ve hayvanların korunmasıyla ilgili meselelerin bu sektörün meseleleriyle paralel bir şekilde değerlendiriliyor olmasıdır (Çankaya ve ark., 2024, s.835).

Sonuç olarak, sokak hayvanlarıyla ilgili konular açısından medyanın gündem oluşturma yeteneği; belirli meseleleri (mesela kuduz tehlikesi, saldırganlık gibi) ön plana çıkararak veya spesifik aktörlerin (yerel yönetimler, hayvan hakları savunucuları gibi) görüşlerini görünür hale getirerek, halkın dikkatini hedeflenen noktalara yönlendirme ve bu şekilde sokak hayvanlarına dair toplumsal algıyı ve kamu politikalarını etkileme olanağına sahiptir. Halkla ilişkiler uzmanları, bu gündem oluşturma süreçlerini anlayarak ve etik ilkeler çerçevesinde analiz ederek, sokak hayvanlarının iyiliği ve haklarının korunması yönünde daha olumlu bir toplumsal algı geliştirilmesine katkıda bulunabilirler.

4. Halkla İlişkiler ve Sokak Hayvanları Bağlamında Retorik

“Retorik herhangi bir konuyla ilgili bütün inandırma yöntemlerini bulma yetisi olduğunu varsayalım. Bu özellik başka hiçbir sanatta görülmez.” - Aristoteles s.7

Bu bölüm, halkla ilişkiler ve algı yönetimi alanında sokak hayvanlarının temsilini retorik bir bakış açısından incelemektedir. Retorik teorisi, halkla ilişkilerin temel amacı olan ikna etme çabasıyla yakından ilişkilidir. Belirli bir konuya veya sosyal gruba yönelik kamuoyu algısını şekillendirmek için algı yönetimi ve çerçeveleme teknikleri çok önemlidir. Bu, retorik ve algı yönetimi dinamiklerinin somut bir örneği, sokak hayvanlarına yönelik politikaların nasıl şekillendiğidir. Retorik, esasen ikna edici bir şekilde konuşma ve yazma sanatı olarak tanımlanabilir (Kivinen, 2023, s. 62). Retoriğin temel işlevi ikna etmektir. Bir bireyin ya da topluluğun, başka bir bireyi ya da topluluğu hedeflenmiş bir şekilde tepki vermeye veya düşünmeye yönlendirme çabasıdır (Kivinen, 2023 s. 68). Bu, sadece neyin ikna edici olduğunu değil, aynı zamanda nasıl ikna edici olduğunu anlamayı gerektiren bir alandır (Kozy, 1970, s.4). Retorik, sadece ikna etme sanatı olarak değil, aynı zamanda düşüncelerin ve dilsel ifadenin incelenmesi olarak da ele alınır. Retorik teorisi, ikna etme aşamasında yararlanılan farklı türdeki kanıtlara ve ikna yollarına sahiptir. Aristoteles'e göre, ikna etme teknikleri iki temel gruba ayrılır: Sanatsal olmayan kanıtlar ve sanatsal olan kanıtlar (Kivinen, 2023 s. 71). Sanatsal olmayan kanıtlar, konuşmacı tarafından yaratılmamış olan, fakat en başından beri mevcut olan tanıklıklar veya yazılı anlaşmalar gibi öğeleri kapsar. Sanatsal olan kanıtlar ise konuşmacının retorik sanatı becerisi ile oluşturduğu kanıtlardır (Kivinen, 2023 s.71). Aristoteles, bir konuşmacının inandırma aşamasında üç temel yöntemle iletişim sağladığını belirtir (Aristoteles, ca. MÖ 350/1995, s.38).

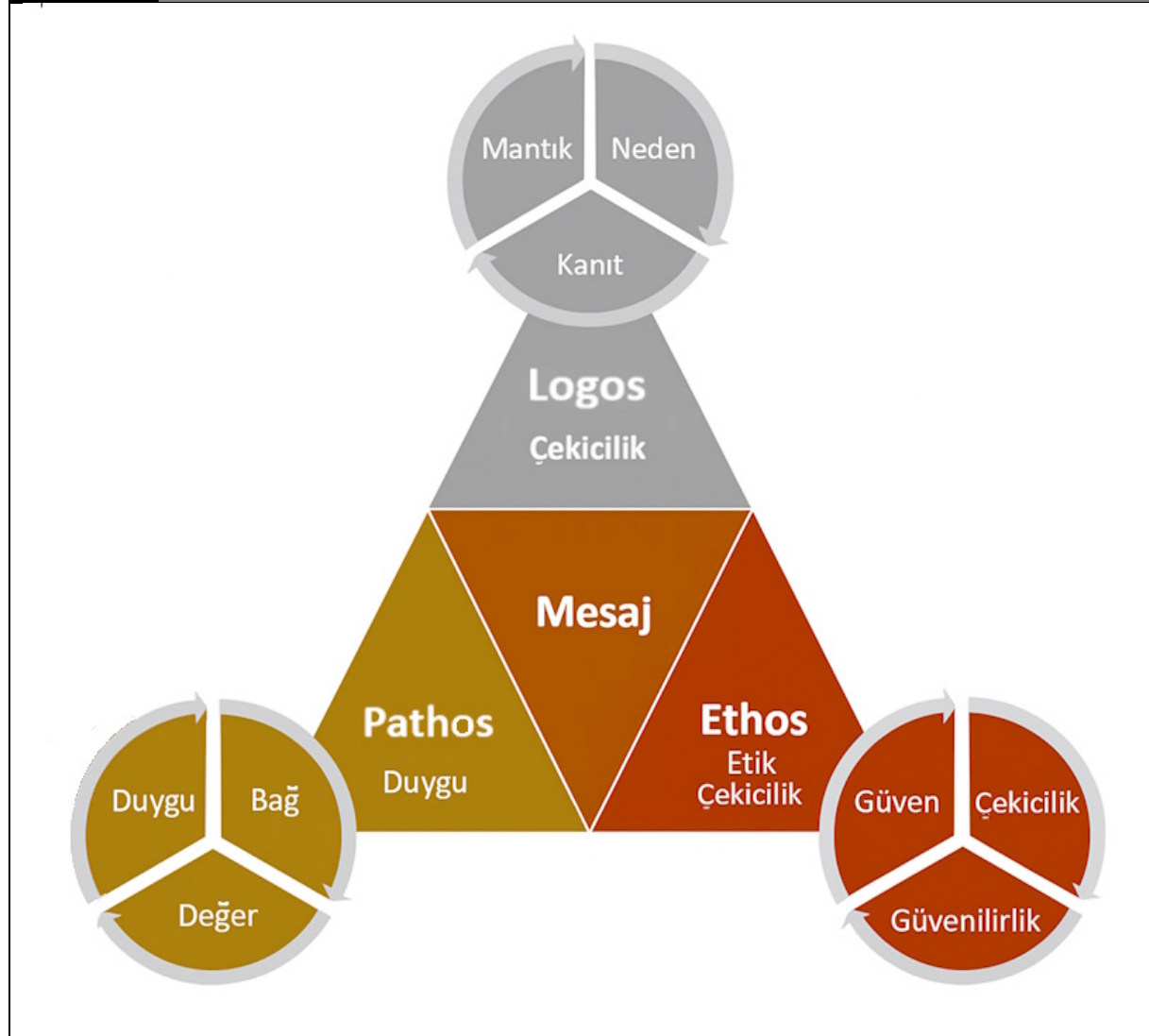
Tablo 2 Retoriğin Temel Kanıtları ve Tanımları	
Ethos (Karakter ve Güvenilirlik)	Bir konuşmacının kişisel karakteri, ikna sağlamakta önemlidir. Dinleyicilerin, konuşmacının akıllı, erdemli ve iyi niyetli bir kişi olduğuna inanması, ikna sürecinin temelini oluşturur. Aristoteles'e göre, iyi kişiler diğerlerine göre daha kolay bir şekilde ikna eder ve konuşmacının kişiliği, en etkili ikna aracı olur. Temelli ilişkiler kurmak için göz ardı edilemez etkiye sahiptir. (Aristoteles, ca. MÖ 350/1995, s.38).
Pathos (Duygu ve Coşku)	Dinleyicilerin heyecanlarını ortaya çıkarma yeteneği ile ikna etme başarısı elde edilir (s.19). İnsanların mutlu ve dostça hissettikleri ya da zor zamanlar geçirip düşmanca duygulara kapıldıkları anlarda yargıları değişiklik gösterir (s.38). Halkla ilişkiler metinleri ve kampanyaları, belirli bir duygusal durumu oluşturarak kalabalıkları harekete geçirebilir. Bu durum, duygunun hangi şartlarda uyanacağını, hangi tür insanlara karşı hissedileceğini ve bu duygunun hangi temellere dayandığını kavramayı gerektirir.
Logos (Mantık ve Kanıt)	İnandırıcı deliller aracılığıyla bir gerçeği ya da iddia edilen bir gerçeği ortaya koymak ve ikna etmek mümkündür (s.19). Bu durum, mantıklı düşünme kabiliyeti gerektirir. Retorik alanında, diyalektikteki tümevarımı karşılayan "örnek" (paradeigma) ve çıkarımı temsil eden "örtük çıkarım" (enthymeme) gibi deliller kullanılır. Örtük çıkarım, retorik bir çıkarım iken, örnek ise retorik bir tümevarımdır (s.39). Kamu ilişkilerinde logos, somut veriler, istatistikler, uzman görüşleri ve gerçeklere dayanan argümanlar sunarak algıları etkilemek için kullanılır. Retorik, karmaşık

tartışmaları hızlıca kavrayamayan veya uzun bir akıl yürütme dizisini izlemekte zorlanan "eğitimsiz düşünürlerden oluşan bir dinleyici kitlesine" uyum sağlamak zorundadır (s.40).

Kaynak: (Aristoteles, yaklaşık MÖ 350/1995, s.19,38-40).

Bu üç kanıt türü, birbirleriyle etkileşim içinde kalarak güçlü bir iletişim stratejisi geliştirmektedir. Bir konuşmacının veya organizasyonun güvenilirliği (ethos), dinleyicilerin duygusal tepkileri (pathos) ve sunulan savların mantıksal dayanıklılığı (logos), inandırıcılığı artırmak ve ikna etmek amacıyla bir arada kullanılmalıdır.

Şekil 3 Retorik Üçgeni



Kaynak: (Mutalik, 2023)

Tüm bu kanıtlar değerlendirildiğinde halkla ilişkiler bağlamında temsil olarak kullanılan sokak hayvanları için retorik kalıplarının değerlendirilmesi ve uygulanması aşağıdaki nedenlerden ötürü önem arz etmektedir.

Ethos (Güvenilirlik Oluşturma): Sokak hayvanlarının temsilinde halkla ilişkiler, güvenilir bir kimlik sunmak zorundadır. Halkla ilişkiler çalışmalarının dürüstlük, güvenilirlik ve inandırıcılık gibi temel ilkeleri benimsemesi önemlidir (Işık, 2005, s. 22-

23). Bu, hayvan hakları konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının, veteriner hekimlerin ya da saygın akademisyenlerin sağduyulu, erdemli ve samimi tutumlarını öne çıkararak gerçekleştirilebilir (Aristoteles, 1995 s.97-98). Medyada tanınan halkla ilişkilerin "manipölasyon" ya da "aldatma" olarak nitelendirilmesi (Hutton, 1999, s. 200) göz önüne alındığında, bu alanda açık, dürüst ve mantıklı bir iletişim planı geliştirmek gereklidir. Kampanyada yer alan bireylerin ve kuruluşların etik ilkelere sadık kalması, "karşılıklı anlayış ve güven" (Thomas, 2002, s.308) temelinde bir iletişim kurarak, kamuoyunun güvenini kazanmada belirleyici olacaktır.

Pathos (Duygusal Bağ Kurma): Halkla ilişkiler, sokak hayvanlarının maruz kaldığı "yıkıcı ve acı veren kötü durumları" (açlık, hastalık, kötü muamele, terk edilme gibi) vurgulayarak toplumda üzülmeye, empati ve sorumluluk duygusunu canlandırabilir. Sokak hayvanlarının korunmasına yönelik yasalardaki "eşitlik ilkesinin yalnızca doğum anında geçerli olan geçici bir barınak" olarak değerlendirilmesi ve bütün kanunun "ayrımcılık unsurlarının etki göstermesi" gibi sıkıntılar (Çankaya vd., 2024, s.845), duygusal hikayeler, görsel içerikler ve kişisel deneyimlerle desteklenerek daha etkili bir biçimde kamuoyuna sunulabilir. Örneğin, bir sokak hayvanının hayatta kalma çabasını gözler önüne seren duygu yüklü bir video veya bir çocuğun hayvanla kurduğu masumane bağı gösteren bir fotoğraf, hedef kitle üzerinde duygusal bir bağ oluşturabilir. Ancak, bu duygusal unsurun, gerçekleri yanlış yansıtan bir araç veya menfi kavramlarla bağlantılı bir yöntem (Artan Özoran, 2023, s.134) olarak kullanılmaktan kaçınılmalıdır. İkna edici iletişim yöntemleri, bir konunun nasıl algılandığını hedef kitleye yönelik duygusal etki kullanarak değiştirebilir. Bu noktada, kamuoyunun ilgisini sokak hayvanlarının zarar görmesinden, bu hayvanların saldırıları yüzünden zarar gören bireylere yönlendirmek, olası bir iletişim yöntemi olarak değerlendirilebilir. Bu yönlendirme, özellikle savunmasız grupların (çocuklar, yaşlılar ve engelliler) yaşadığı olumsuz durumları vurgulayarak duygusal tepkileri harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Medya ve kitle iletişim araçları, ikna edici mesajları yaymak amacıyla sıklıkla duyguya hitap etme (pathos) yöntemini kullanır. Sokak hayvanları ile ilgili tartışmalarda, hayvanların yaşadığı kötü muamele ve zor yaşam koşulları üzerinden empati yaratılırken, bu yaklaşım diğer bakış açısından değerlendirilerek de uygulanabilir. Mağduriyet hikayesini, hayvanların meydana getirdiği zararlar etrafında yeniden kurgulamak mümkündür.

Görsel 1. Sokak köpeklerinin barınma koşulları



Kaynak: aa.com.tr

Görsel 2. Saldırgan köpek imgesi



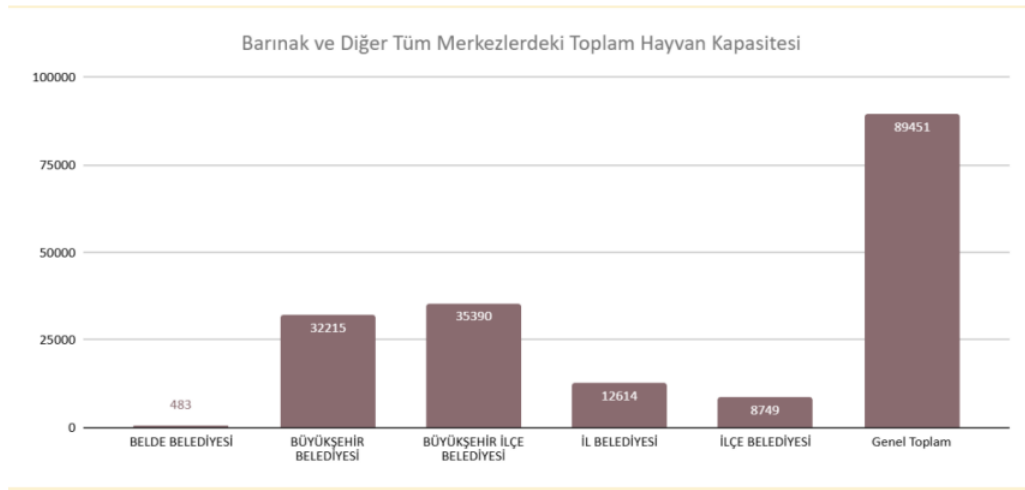
Kaynak: akittv.com.tr

Yukarıdaki iki görselde de sokak köpeğinin pathos bakış açısıyla farklı noktalara hitap ettiği anlaşılmaktadır. Görsel 1’de sokak hayvanlarına dönük mağduriyeti “merhamet” teması üzerinden işlenirken, Görsel 2’de insanlara dönük bir mağduriyeti “saldırganlık” teması üzerinden işlenmiştir. Bu mağduriyet sadece retorik teorisiyle değil aynı zamanda bölümün başında belirtilen kuramlarla da ilişkilidir.

Logos (Mantık ve Kanıt): İnandırıcı deliller aracılığıyla bir gerçeği veya iddia edilen bir gerçeği kanıtlama ve ikna etme süreci ortaya çıkar. Bu, mantıklı bir şekilde düşünüp değerlendirme becerisini gerektirir (Aristoteles, 1995 s.38). Logos, yoğun olarak sayısal verileri kullanarak uygulanan bir yöntemdir. Sayısal veriler mesajı alan bireye daha somut ve nesnel kanıtlar sunarak ikna etmeyi hedefler.

Halkla ilişkiler perspektifinden bakıldığında mantığa ve kanıta paralel delillerin sunulduğu bir ortamın oluşturulması, ikna etmek için gerekli olan güveni ve hedeflenen etkileşim için uygun zemini hazırlayacaktır.

Görsel 3. Türkiye Geneli Belediye Hayvan Barınakları Raporu



Belediye Türü	Kapasite
BELDE BELEDİYESİ	483
BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	32215
BÜYÜKŞEHİR İLÇE BELEDİYESİ	35390
İL BELEDİYESİ	12614
İLÇE BELEDİYESİ	8749
Genel Toplam	89451

Kaynak: (hakimkomite.org)

Sokak hayvanları bağlamında incelendiğinde Hayvan Hakları İzleme Komitesi tarafından araştırılan barınak kapasiteleri ve sokak hayvanları sayılarını grafikler ile

paylaşması bir logos örneğidir. İç hedef kitle ve dış hedef kitle ile paylaşılan veriler ikna etme sürecinde mantık açısından kanıt sunmakta ve etkileycilik rolü oynamaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, halkla ilişkiler disiplininin toplumsal algıyı şekillendirmedeki stratejik rolünü, sokak hayvanları meselesi üzerinden ortaya koymaktadır. Disiplinin temel işlevlerinden biri olan algı yönetimi, bu bağlamda, çerçeveleme kuramı, gündem belirleme kuramı ve retorik gibi temel mekanizmalar üzerinden incelenmiştir. Bu kuramsal bakış açısı, sokak hayvanları gibi toplumsal açıdan hassas konuların kamuoyu nezdindeki temsilinin ve inşasının nasıl yapılandırıldığına dair kapsamlı bir analiz sunmaktadır.

Halkla ilişkiler disiplini, sokak hayvanları meselesini, toplumsal algıyı stratejik olarak yapılandırmak amacıyla kullandığı çok boyutlu iletişim teknikleri aracılığıyla yönetmektedir. Çerçeveleme, gündem belirleme ve retorik gibi algı yönetimi araçları, hedeflenen mesaj doğrultusunda konunun temsil biçimini belirleyerek, ilgili kamuoyunun anlayış, tutum ve davranışlarını yönlendirme potansiyeline sahip bir mekanizma oluşturmaktadır. Bu analiz, medya araçlarının toplumsal açıdan önemli bir konunun kamusal inşasında üstlendiği stratejik rolü anlamaya yönelik önemli bir kuramsal katkı sunmaktadır.

Yapılan incelemeler ve kuramsal çıkarımlar, halkla ilişkiler içerikleri bağlamında sokak hayvanları üzerinden hedeflenen amaç ve algı doğrultusunda kullanılan medya içeriklerinin retorik açıdan ikna edici olduğunu; çerçeveleme bağlamında hedef algının belirgin biçimde yönlendirildiğini ve gündem oluşturma bağlamında ise bu algının sürekli pekiştirildiğini ortaya koymuştur. Bu bulgular, Halkla İlişkiler disiplininin, sokak hayvanları meselesi gibi toplumsal açıdan hassas ve çok boyutlu konuları kamusal alanda inşa ederken üstlendiği stratejik algı yönetimi rolünü ve bu rolü gerçekleştirmek için kullandığı iç içe geçmiş iletişim mekanizmalarını kuramsal bir bakış açısıyla ortaya koymaktadır (Yörük ve Summak, 2015, s. 2).

Halkla ilişkiler, yalnızca kurumla hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan bir yönetim fonksiyonu olmanın ötesinde (Özer, 2018, s. 1), aynı zamanda bireylerin ve kitlelerin anlaşılmasında, yorumlanmasında ve yönlendirilmesinde kilit bir rol oynamaktadır. Çalışmanın gösterdiği üzere, Hİ, sokak hayvanları konusunu ele alırken, hedef kitlenin istek, beklenti ve ihtiyaçlarını belirleyerek (Yörük ve Summak, 2015, s. 2) toplumsal algıyı stratejik olarak yapılandırmayı amaçlayan çok boyutlu iletişim tekniklerini kullanmaktadır. Sonuç olarak, Hİ, bu süreçte çerçeveleme, retorik ve gündem oluşturma araçlarını birleştirerek, toplumsal algıyı basit bir bilgilendirmeden ziyade, hedef kitlelerin anlayış ve davranışlarını yönlendirme potansiyeli taşıyan çok boyutlu bir yönetim işlevi olarak kullanmakta ve bu yönüyle alana önemli bir kuramsal katkı sunmaktadır.

Kaynakça

- Alonzo, A. L. M., Dizon, C. L. B., Macaranas, M. C. J. A., & Villegas, C. I. S. (2014). Pinoy ayuda: The effects of television framing on typhoon-disaster coverages toward the millennials' intention to help [Yayımlanmamış araştırma]. University of the Philippines College of Mass Communication.
- Aristoteles. (1987). *Poetika* (İ. Tunalı, Çev.). Remzi Kitabevi.
- Aristoteles. (1995). *Retorik* (M. H. Doğan, Çev., 1. baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Aristoteles. (2021). *Retorik* (A. Çokona, Çev., 5. baskı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aristotle. (1991). *The art of rhetoric* (H. C. Lawson-Tancred, Çev.). Penguin.
- Artan Özorun, B. (2023). Halkla ilişkilerin gazetelerdeki temsili: The New York Times ve The Guardian gazeteleri üzerine inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 61, ss. 134–152. <https://doi.org/10.47998/ikad.1170879>
- Aşkun, İ. C. (1990). Halkla ilişkiler ve iletişim. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), ss. 7–15.
- Bowen, S. A. (2010). *An overview of the public relations function*. Business Expert Press.
- Callison, C. (2004). The good, the bad, and the ugly: Perceptions of public relations practitioners. *Journal of Public Relations Research*, 16(4), ss. 371–389. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1604_3
- Çankaya, H., Ekiz, C., & Şahin, N. (2024). Türkiye’de hayvanların korunması politikası. *Fiscaoeconomia*, 8(2), ss. 825–861. <https://doi.org/10.25295/fsecon.1434116>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), ss. 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Garg, S. (2020). Analysing Grunig’s two-way symmetrical model in the context of NGOs: A case study of Bal Sahyog, Teach for India and Good Weave International [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. University of Delhi.
- Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future. R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (ss. 11-35). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781452220727.n1>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Cengage Learning.
- Güran, M., & Özarslan, H. (2015). Çerçeveleme teorisi ve toplumsal hareketler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(2), ss. 26-47.
- Hunt, S. A., Benford, R. D., & Snow, D. A. (1994). Identity fields: Framing processes and the social construction of movement identities. E. Larana, H. Johnston, & J. Gusfield (Ed.), *New social movements: From ideology to identity* (ss. 185–208). Temple University Press.
- Hutton, J. G. (1999). The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*, 25(2), ss. 199–214. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80162-3](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80162-3)
- Işık, M. (2005). *Kitle iletişim teorilerine giriş* (2. baskı). Eğitim Kitabevi.
- Işık, M. (Ed.). (2017). *Halkla ilişkilere giriş* (4. baskı). Eğitim Yayınevi.
- Kadıbeşgil, S. (2003). *Halkla ilişkilere nereden başlamalı*. MediaCat Yayınları.
- Kim, J. N., & Ni, L. (2010). Seeing the forest through the trees. R. L. Heath & W. T. Coombs (Ed.), *The SAGE handbook of public relations* (ss. 35–57). SAGE.
- Kivinen, T. (2023). A rhetorical criticism of international animal law advocacy [Doktora tezi, University of Helsinki]. Helda – Helsinki University Repository. <http://hdl.handle.net/10138/565456>
- Kozy, J. (1970). [Review of the book *The new rhetoric: A treatise on argumentation*, by Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, J. Wilkinson, & P. Weaver]. *Philosophy & Rhetoric*, 3(4), ss. 249–254.

- Lakoff, G. (2014). The all new don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate (10th anniversary ed.). Chelsea Green Publishing.
- Lang, K., & Lang, G. E. (1966). The mass media and voting. B. Berelson & M. Janowitz (Ed.), Reader in public opinion and communication (ss. 455–479). Free Press.
- Lippmann, W. (1922). Public opinion. Macmillan.
- McCombs, M. (2002). The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion. Mass Media Economics 2002 Conference (ss. 1–17). London School of Economics.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), ss. 176–187.
- McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (2001). The medium is the message: An inventory of effects. Gingko Press. (Orijinal eserin yayım tarihi 1967).
- Okay, A. (2002). Halkla ilişkiler: Kavram, strateji ve uygulamaları. Der Yayınları.
- Özarslan, H., & Güran, M. (2015). İletişim araştırmalarında çerçeveleme paradigması: Son döneme ait bir inceleme. *Selçuk İletişim*, 8(4), ss. 32–48.
- Özer, M. A. (2018). Halkla ilişkiler dersleri (4. baskı). Gazi Kitabevi.
- Özgen, E., & Bayraktar, N. (2014). Spin doctor kavramının tehdidi altında halkla ilişkiler. *Marmara İletişim Dergisi*, (21), ss. 1–17.
- Özkan Pir, E. (2019). Halkla ilişkiler modellemesinde iki yönlü simetrik model ile iki yönlü asimetrik model arasındaki uygulama farklılıkları. *Journal of International Scientific Researches*, 4(11), ss. 307–313.
- Pira, A. (2005). Halkla ilişkilerin evrimi: Grunig-Hunt modelleri üzerine bir çalışma. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 1(2), ss. 19–40.
- Reingold, E. M., & Merikle, P. M. (1998). Using direct and indirect measures to study perception without awareness. *Perception & Psychophysics*, 44(6), ss. 563–575.
- Saydam, A. (2006). İletişimin akıl ve gönül penceresi: Algılama yönetimi (2. baskı). Rota Yayınları.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), ss. 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Thomas, H. (2002). Ethics and PR. *Journal of Communication Management*, 6(4), ss. 308–310. <https://doi.org/10.1108/13632540210807134>
- Toklucu, M. (2020). Yirminci yüzyılda İstanbul'un sokak hayvanları ve hayvanseverleri üzerine notlar. Z. T. Akcan (Ed.), Hayvan hakları tarihi ve Türkiye (ss. 272–298). İstanbul Büyükşehir Belediyesi.
- Tutar, H. (2008). Simetrik ve asimetrik iletişim bağlamında örgütsel algılama yönetimi (1. Basım). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. (2019). Hayvan tecridinin dışı ve ötesi: İstanbul'da sürgün, yıkım ve şiddet coğrafyası. Beyond İstanbul, 4(Special issue), ss. 87–100.
- Yörük, E. E., & Summak, M. E. (2015). Function of public relations in corporate perception management. Proceedings of International Academic Conferences (No. 2805218). International Institute of Social and Economic Sciences.

Şekil Kaynakları

1. Şekil

Scheufele'nin (1999) medya etkileri teorisi olarak çerçeveleme modelinden uyarlanmıştır. Alıntı: Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), ss. 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>

2. Şekil

Alonzo ve arkadaşlarının (2014) televizyonda çerçevelemenin etkileri üzerine yaptığı çalışmasından alınmıştır. Alıntı: Alonzo, A. L. M., Dizon, C. L. B., Macaranas, M. C. J. A., ve Villegas, C. I. S. (2014). Pinoy ayuda: The effects of television framing on typhoon-disaster coverages toward the millennials intention to help [Yayımlanmamış araştırma]. University of the Philippines College of Mass Communication.

3. Şekil

İletişimin temel bileşenleri olan ethos, pathos ve logosu gösteren görsel. Alıntı: Mutalik, T. (2023, 29 Aralık).Communication essentials: Ethos, pathos ve logos unveiled [Görsel]. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/communication-essentials-ethos-pathos-logos-unveiled-tanvi-k92cf>

4. Şekil

Grunig ve Hunt'ın (1984) halkla ilişkiler modelleri. Alıntı: Grunig, J. E., ve Hunt, T. T. (1984). Managing public relations. Cengage Learning.

Görsel Kaynakları

1. Görsel

Çağatay, G. (2019, 10 Ocak). Sokak hayvanları için 'klimalı misafirhane'. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/sokak-hayvanlari-icin-klimali-misafirhane/1349846>

2. Görsel

Akit TV Haber. (2024, 29 Mayıs). Başiboş sokak köpeği teklifi Meclis'te! Saldırgan köpekler uyutulacak. Akit TV. <https://www.akittv.com.tr/gundem/haber/136679-basibos-sokak-kopeci-teklifi-mecliste-saldirgan-kopekler-uyutulacak>

3. Görsel

Hayvan Hakları İzleme Komitesi. (2025). Türkiye geneli belediye hayvan barınakları raporu 2025. <https://hakimkomite.org/wp-content/uploads/2025/02/Turkiye-Geneli-Belediye-Hayvan-Barinaklari-Raporu-2025.pdf>

Posthümanist Halkla İlişkilerde Kamu Yararı ve Paydaş Faydası

Feyza Karaboğa¹ ve Simge Ünlü²

Giriş

Halkla ilişkiler, kuruluşlarla kamuoyu arasında güven, itibar ve karşılıklı anlayış inşa etmeyi hedefleyen stratejik bir iletişim disiplini (Grunig ve Hunt, 1984, s. 6-7). Disiplinin temel kavramları arasında yer alan kamu yararı ve paydaş faydası, tarihsel olarak faydacı etik anlayışla sıkı bir ilişki içinde gelişmiştir (Güllüoğlu, 2006, s. 157; Demirel ve Coşar, 2022, s. 251-252). Jeremy Bentham'ın "en büyük sayıda insan için en büyük mutluluk" ilkesi, uzun süre halkla ilişkilerde meşruiyet arayışlarının dayanak noktası olmuştur (Bentham, 2017, s. 17- 19). Ancak bu faydacı yaklaşım, kapsamını neredeyse istisnasız biçimde insan topluluklarıyla sınırlandırmış, hayvanlar ve ekosistemler çoğunlukla yalnızca insana sağladıkları yarar üzerinden değerlendirilmiştir (Beirne, 2006, s. 42). Bentham'ın ünlü "Acı çekebilirler mi?" sorusu, hayvanların ahlaki topluluğa dâhil edilmesi gerektiğini ima etse de halkla ilişkiler pratiğinde bu boyut sistematik biçimde görmezden gelinmiştir (Singer, 2005, s. 44).

Günümüzde artan ekolojik krizler, biyoçeşitlilik kaybı ve endüstriyel hayvan sömürsünün yaygınlaşması, insan merkezli (antroposentrik) faydacılığın sınırlarını gözler önüne sermektedir (Ferry, 2000, s. 99). Bu bağlamda posthümanist düşünce, insanı ayrıcalıklı konumlandıran geleneksel paradigmaya köklü bir eleştiri yöneltmektedir. İnsan ile insan dışı varlıklar arasındaki katı sınırların sorgulanmasını sağlayarak, yeni bir etik ve politik zemin açmaktadır (Braidotti, 2014, s. 78). Literatüre bakıldığında Peter Singer'ın türçülük eleştirisi, tür temelli ayrımların ırkçılık ya da cinsiyetçilik kadar temelsiz olduğunu ileri sürerken; Tom Regan'ın hak temelli yaklaşımı, duyarlı varlıkların yaşamın öznesi olarak içsel bir değere sahip olduğunu vurgulamaktadır (Regan, 2022, s. 83-84; Omay, 2019, s. 860). Aldo Leopold'un Toprak Etiği ve Arne Naess'in derin ekoloji anlayışı da etik topluluğun yalnızca insanlar arasında değil, tüm ekosistemlere yayılarak genişletilmesi gerektiğini göstermektedir (Leopold, 2013, s. 225; Singer, 2015, s. 373-375).

Bu çalışma, halkla ilişkiler disiplininde kamu yararı ve paydaş faydası kavramlarının faydacı ve insan merkezli temellerini eleştirel bir mercekten değerlendirmektedir. Geleneksel yaklaşımların insan dışı varlıkları görünmez kılması, günümüzün ekolojik ve etik duyarlılıkları karşısında yetersiz kalmaktadır. Posthümanist bir perspektifle, halkla ilişkilerde antroposentrik faydacılığın sınırları tartışılmakta ve

¹ Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, feYZa.karaboga1@ogr.sakarya.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1923-9965

² Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, simgeunlu@sakarya.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0137-4210

türler arası kapsayıcı bir etik çerçevenin inşa edilmesi önerilmektedir. Böyle bir dönüşüm, yalnızca disiplinin kuramsal sınırlarını genişletmekle kalmayacak, aynı zamanda uygulama boyutunda da halkla ilişkilerin toplumsal meşruiyetini ve güvenilirliğini güçlendirecek yeni bir vizyon sunacaktır.

1. Halkla İlişkilerde İnsan Merkezli Faydacılığın Hegemonyası

İnsan-merkezcilik, Batı düşünce tarihinde köklü bir mirasa sahiptir. Descartes'ın hayvanları "ruhsuz otomatlar" olarak gören Kartezyen düalizmi ve Francis Bacon'ın bilimi "doğaya hükmetmenin aracı" olarak konumlandıran anlayışı (Genç, 2007, s. 35), modern bilimin ve kapitalist üretim sistemlerinin gelişiminde derin izler bırakmıştır (Saygılı, 2009, s. 21-22). Bu felsefi miras, yalnızca ekonomik ve teknolojik sistemleri değil, iletişim ve halkla ilişkiler söylemlerini de biçimlendirmiştir. Örneğin doğa, hayvanlar veya ekosistemler çoğunlukla "kaynak", "hammadde" veya "çevre yönetimi" gibi nesneleştirici ifadelerle tanımlanmış; insan dışı varlıklar yalnızca insana sağladıkları fayda oranında değer kazanmıştır (Dağ, 2024, s. 259). Bu yaklaşım, temelinde etik kurallar, açık iletişim, güven ve kamu yararı ilkesi bulunan halkla ilişkiler alanına da yansımıştır (Işık ve Tanyeri, 2010, s. 150). Kurumların toplumsal kabulünü inşa eden; bilgiyi etkileşime, olumsuz yargıları ise olumlu algılara dönüştürme becerisine sahip olan halkla ilişkiler (Işık ve Erdem 2007, s. 108), bu antroposentrik mirası kurumsal söylemler aracılığıyla yeniden üretmiştir.

Günümüzde kurumların, yasal sorumluluklarının ötesinde itibar kazanmak, marka değerini artırmak ve uzun vadede karlılık sağlamak gibi amaçlarla çevre, eğitim, sağlık ve hayvan hakları gibi alanlarda topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır (Yücel ve Ünlü, 2023, s. 5). Ancak bu sorumluluk anlayışının pratikteki yansımaları incelendiğinde, insan-merkezci bakış açısının devam ettiği görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk raporlarındaki çevre ile ilgili uygulamalar, genellikle "gelecek nesillerin sağlıklı yaşam hakkı" veya "insan topluluklarının sürdürülebilirliği" gibi argümanlar üzerinden meşrulaştırılmaktadır (Ertürk, 1996, s. 29). Ormansızlaşma, iklim değişikliği veya biyoçeşitlilik kaybı gibi ekolojik krizler ele alınsa dahi, söylemin merkezinde çoğunlukla "insanın kaynak ihtiyacının karşılanamaması" veya "yaşam kalitesinin düşmesi" gibi endişeler yer almaktadır (Engin ve Eker Akgöz, s. 87-92). Bu durum, insan dışı varlıkların içsel değerlerini görünmez kılmakta ve onları insana hizmet eden araçsal bir konuma indirgemektedir (Devall, 1994, s. 28).

İnsanmerkezci dilin somut bir örneği olarak Shell'in "People and Planet" sloganı incelendiğinde, yüzeyde hem topluma hem de çevreye yönelik sorumluluk bilincini yansıtır gibi görünmektedir ancak kampanya materyallerine ve Shell'in kurumsal söylemine bakıldığında, "people" (insan) unsurunun sistematik olarak önceliklendirildiği ve "planet" (gezegen) kavramının çoğunlukla insan ihtiyaçlarını karşılayan bir kaynak deposu olarak kurgulandığı anlaşılmaktadır. Bu dil, antroposentrik faydacılığın tipik bir tezahürüdür; Foucault'nun vurguladığı gibi, "tarafsız" bir dil değil; belirli iktidar ilişkilerini ve çıkarları yeniden üreten stratejik bir araçtır (Bircan, 2016, s.

87-89). "People and Planet" ifadesinde insanın önce konumlandırılması, hiyerarşiyi kelime sırasıyla bile pekiştirmektedir. Gezegen ise bütünlüklü bir özne olarak değil, insan refahını sürdürebilecek "kaynaklar toplamı" olarak sunulmaktadır. Bu yaklaşım, ekosistemlerin ve insan dışı varlıkların öznelliğini silerek, onları tekil kimliklerinden yoksun bırakmaktadır. Shell'in bu söylemi, aynı zamanda "greenwashing" (yeşil aklama) bağlamında da değerlendirilebilir. Kurumlar, fosil yakıt üretiminden kaynaklanan ekolojik tahribatı yeşil ve kapsayıcı bir imajla örtmek amacıyla kurumsal reklamcılık gibi halkla ilişkiler kampanyaları aracılığıyla kamuoyunu yeşil olduklarına ikna etmeye çalışmaktadır (Yaşar, Uzun ve Ünlü, 2023, s. 44). Ancak posthümanist bir okuma, bu tür kampanyaların yalnızca çevresel gerçekleri perdelemekle kalmadığını, aynı zamanda türçülüğü yeniden üreterek insan dışı yaşam biçimlerinin etik ve ontolojik statülerini sürekli olarak görünmez kıldığını ortaya koymaktadır.

Türçülük kavramı, ilk kez Richard Ryder tarafından ortaya atılmış ve Peter Singer tarafından geliştirilerek yaygın bir biçimde kullanılır hale gelmiştir (Gültekin, 2023, s. 64). Singer (2005, s. 43) türçülüğü, bir kişinin kendi biyolojik türünün çıkarları lehine ve diğer türlerin çıkarları aleyhine geliştirdiği yanlı veya önyargılı bir tutum olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşım, yalnızca ait olunan türe dayanarak farklı ahlaki statüler atfetmeyi ifade etmektedir ve Singer'a göre ırkçılık ya da cinsiyetçilik kadar temelsiz bir ayrımcılık biçimidir (Çekem 2023, s. 461).

Singer'ın çizdiği bu eleştirel çerçevenin yansımalarını çeşitli alanlarda görmek mümkündür. Örneğin, halkla ilişkiler uygulamalarında kamu yararının yalnızca insanlar üzerinden tanımlanması, bu durumun tipik bir örneğini teşkil etmektedir (Ünder, 1996, s. 170-171). Benzer şekilde, şirketlerin çevresel kampanyalarında kullandığı dil de bu türçü bakış açısını yansıtmaktadır. "Doğa yönetimi", "kaynak optimizasyonu" ve "verimlilik artışı" gibi söylemler, ekosistemlerin insan amaçlarına hizmet eden pasif nesneler olarak konumlandırıldığını açıkça göstermektedir.

Kurumsal söylemlerde sıkça rastlanan "çevre dostu ürün" veya "yeşil enerji" gibi ifadeler de benzer bir mantığın ürünüdür. Bu kavramlar, yüzeyde çevresel duyarlılık sergilerken, derinlemesine incelendiğinde insan faydası üzerinden anlam kazanmaktadır. Örneğin, "çevre dostu enerji"nin temel argümanı çoğu zaman "gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmak"tır; ancak bu gelecek, esasen insanın geleceğidir (Dobson, 2001, s. 51). Dolayısıyla halkla ilişkiler, türçülüğü yeniden üreten söylemler aracılığıyla insan dışı varlıkların sesini susturmakta ve görünmez kılmaktadır.

Singer'ın faydacı çizgisinden farklı olarak, Tom Regan "hak temelli" bir perspektif geliştirmiştir. Regan'a göre duyarlı varlıklar yalnızca bir fayda hesabının nesneleri değil, "yaşamın öznesi"dirler (Regan, 2022, s. 84-90). Bu yaklaşım, hak kavramını merkeze alarak hayvanların ve ekosistemlerin kendi başına bir değer taşıdığını savunur (Regan, 2003, s. 115). Doğanın etik alan içerisine alınabilmesi, insanların ona bilinçli olarak hak ve yükümlülükler atfetmesiyle mümkün hale gelir.

Doğada var olan “değerler” ve “haklar”, insanlar tarafından atfedilmiş haklardır; örneğin kayalara, derelere veya hayvanlara verilen haklar bu niteliktedir. Haklar, belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere yaratılmış ve yaptırımlarla desteklenmiş etik değerlerdir (Ertan, 1997, s. 59-60).

Regan’ın bakış açısıyla değerlendirildiğinde, halkla ilişkilerde kullanılan “paydaş” kavramının yalnızca müşteriler, çalışanlar veya hissedarlarla sınırlandırılması ciddi bir ahlaki eksikliktir. Zira üretim süreçlerinden doğrudan etkilenen hayvanlar, toprak ve su ekosistemleri ya da tarım alanlarındaki mikroorganizmalar da yaşamın öznesi olarak “paydaş” kategorisine dâhil edilmelidir. Halkla ilişkiler açısından bu yaklaşım, paydaş teorisinin kapsamının radikal biçimde genişletilmesini gerektirmektedir. Freeman’ın (1984, s. 25) ortaya koyduğu paydaş tanımı, her ne kadar işletmelerin yalnızca hissedarlarına değil, diğer çıkar gruplarına karşı da sorumlulukları olduğunu vurgulasa da insan merkezli bir sınırın ötesine geçmemiştir. Regan’ın perspektifi, bu teorinin posthümanist bir revizyonunu zorunlu kılarak “insan dışı paydaşlar” kavramının gündeme taşınmasına imkân tanımaktadır.

Tablo 1 Halkla İlişkilerde İki Farklı Etik Yaklaşımın Karşılaştırmalı Tablosu		
Karşılaştırma Eksen	GELENEKSEL ANTROPOSENTRİK MODEL	POSTHÜMANİST ETİK MODEL
I. FELSEFİ ve ETİK ZEMİN		
Etik Temel	İnsan Merkezli: Etik sorumluluk, yalnızca insanlar arası ilişkilerle sınırlıdır.	Türler Arası Etik: Doğa, hayvanlar ve ekosistemler de ahlaki statüye sahip etik öznelerdir.
II. TEMEL KAVRAMLARIN DÖNÜŞÜMÜ		
Kamu Yararı ve Refah Anlayışı	İnsani Refah: Sadece insan topluluklarının bugünkü ve gelecekteki refahını, sağlığını ve çıkarlarını hedefler.	Ekosistemik Esenlik: İnsanları da içeren bütün biyo-topluluğun genel sağlığını ve bütünlüğünü hedefler.
Paydaş Anlayışı	İnsan Odaklı: Paydaşlar; müşteriler, çalışanlar, yatırımcılar gibi insan çıkar gruplarıyla sınırlıdır.	Ekolojik Paydaşlar: Nehirler, ormanlar, hayvanlar ve diğer canlılar da "insan dışı paydaş" olarak kabul edilir.
İlişkisellik ve Sorumluluk	Sınırlı Sorumluluk: Sorumluluk, kurum ile insan toplulukları arasındadır ve genellikle yasal/ekonomik temellidir.	Kapsayıcı Özen Sorumluluğu: Sorumluluk, kurum ile tüm ekosistem arasındadır; karşılıklı bağımlılık ve etik özen ilkelerine dayanır.
III. STRATEJİK ve PRATİK YANSIMALAR		
Söylem (Dil Kullanımı)	Araçsal ve Hiyerarşik: "Kaynak yönetimi", "doğal sermaye", "çevreye hükmetme" gibi ifadelerle doğayı nesneleştirir.	İşbirlikçi ve Saygı Temelli: "Ekosistemle işbirliği", "ortak yaşam alanı" gibi ifadelerle türler arası eşitliği ve ortaklığı vurgular.
Görsel Temsil	İnsan Odaklı: Doğa, insanın faydalandığı bir arka plan, dekor veya kaynak olarak resmedilir.	Özne Odaklı: İnsan dışı varlıklar, kendi başlarına bir değere sahip özneler olarak, eşit bir temsil ilkesiyle görselleştirilir.
Eylem Stratejisi	İmaj Odaklı: Kurumsal itibarı korumak esastır. Bu durum, Yeşil Yıkama (Greenwashing) riskini beraberinde getirir.	Etik Odaklı: Şeffaf, ölçülebilir, samimi ve bütüncül ekolojik eylemler benimsenir.
IV. NİHAİ AMAÇ		
Amaç	Kurumsal İtibar ve Meşruiyet: Toplumsal kabul ve ekonomik sürdürülebilirliği sağlamak.	Ekolojik Bütünlük ve Türler Arası Adalet: Etik meşruiyet ve sürdürülebilir bir varoluş sağlamak.

Sonuç olarak, halkla ilişkiler disiplininin tarihsel gelişiminde insan-merkezci faydacılığın baskın bir konumda olduğu görülmektedir. Günümüzde halkla ilişkiler uygulamalarında sıkça vurgulanan "sürdürülebilirlik", "çevresel duyarlılık" ve "kurumsal etik" gibi kavramlar, görünüşte insan-merkezcilikten uzaklaşmış gibi görünse de derinlemesine incelendiğinde faydacı bir mantığı sürdürmektedir (Phillips, 2003, s. 81). Şirketlerin sürdürülebilirlik raporları, çoğunlukla "kaynakların verimli kullanılması" ya da "gelecek nesillerin refahı" gibi argümanlarla desteklenmektedir. Oysa bu raporlarda hayvanların acı çekme kapasitesi, ekosistemlerin bağımsız değerleri veya doğanın özne olarak hakları çok nadiren yer bulmaktadır. Böylece halkla ilişkiler, modern biçiminde dahi, faydacılığın insan merkezli hegemonyasını yeniden üretmektedir. Kamu yararı ve paydaş kavramlarının sınırlarının neredeyse istisnasız biçimde insanla çizilmesi, türçülüğün kurumsal bir yeniden üretimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Posthümanizm Bağlamında İnsan Özne

Halkla ilişkiler disiplininin tarihsel gelişimi, antroposentrik bir faydacılık yorumunun belirgin egemenliği altında şekillenmiştir. Bu hâkim paradigma, insanı merkeze alan ontolojik ve epistemolojik varsayımlarla karakterize edilmiş olup, güncel küresel ekolojik krizlerin (biyoçeşitlilik kaybı, iklim değişikliğinin ivmelenmesi) ve hayvan sömürsünün geniş boyutlara ulaşmasının tetiklediği kapsamlı eleştirel sorgulamalarla karşı karşıyadır (Keller, 2009, s. 206-207). Posthümanizm, tam da bu bağlamda, insanı ayrıcalıklı bir konumda ele alan geleneksel düşünce biçimlerini radikal bir biçimde problemleştiren eleştirel bir perspektif sunmaktadır (Ferrando, 2014, s. 170). İnsan ile insan dışı varlıklar arasındaki katı ikili ayrımı muğlaklaştırarak yeni bir etik ve politik düşünce alanı açan posthümanist kuram, halkla ilişkiler disiplininde faydacılığın yeniden yorumlanmasını ve türler arası kapsayıcı bir kavramsallaştırmanın imkânını sağlamaktadır (Braidotti, 2014, s. 152).

Faydacılığın temel değer ölçütü, sıklıkla "acı ve haz dengesi" ekseninde tanımlanmış, bu yaklaşım ise çoğu durumda insan dışı varlıkların çıkarlarını ikincil bir düzeye indirgeme eğilimini beraberinde getirmiştir. Tom Regan'ın geliştirdiği "yaşamın öznesi" (subjects-of-a-life) yaklaşımı, posthümanist perspektifin faydacılığa yönelttiği temel ve kapsamlı eleştirilerden birini teşkil etmektedir (Regan, 2022, s. 20). Regan, duyarlı varlıkların sadece fayda hesabının nesneleri olmadığını, aksine kendi içsel değerlerine ve yaşama hakkına sahip olduklarını savunmaktadır (Regan, 2022, s. 81-85). Bir varlığın yaşamının başlı başına bir değere sahip olup olmadığı, onun acı çekme, arzu duyma, inançlara sahip olma, deneyim geliştirme ve gelecek beklentileri taşıma kapasitesiyle doğrudan ilişkilidir (Shyam, 2015: 266). Bu çerçeveden bakıldığında, halkla ilişkiler disiplininde "paydaş" kavramının yalnızca insan topluluklarıyla sınırlı tutulması, ahlaki ve etik açıdan yetersiz bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Ünder, 1996, s. 176). Zira kurumsal üretim ve tüketim süreçlerinden etkilenen hayvanlar, bitkiler, ekosistemler ve hatta mikroorganizmalar dahi, yaşamın birer öznesi olarak paydaş kategorisinde değerlendirilmelidir (Freeman, 1984, s. 25).

Bu noktada, tüm paydaşların işletme için değerli ve eşit öneme sahip olduğunu savunan Paydaş Teorisi (Freeman ve Dmytriiev, 2017, s. 10), konuya önemli bir açılım getirmektedir. Teori, paydaş ilişkilerinin adalet, eşitlik ve saygı gibi ahlaki ilkeler temelinde yönetilmesi durumunda çok daha fazla değer yaratılacağına odaklanmaktadır. Kısacası teori, bir işletmenin paydaşlarına nasıl davranması gerektiğini ve bu davranışların hem işletme hem de paydaşları için ne tür olumlu sonuçlar doğurabileceğini tanımlamaktadır (Harrison ve Wicks, 2021, s. 405).

Paydaş Teorisi perspektifinden Patagonia markasının "We're in business to save our home planet" (Gezegemizi kurtarmak için iş yapıyoruz) sloganına odaklanıldığında, bu slogan kârı salt bir amaç olmaktan çıkarıp, ekosistemleri korumanın ve onarıcı pratiklerin bir aracı olarak konumlandırmaktadır. Dolayısıyla, posthümanist teorinin önerdiği türler arası etik bilince önemli ölçüde yakınlık göstermektedir. Markanın "Don't Buy This Jacket" (Bu ceket almayın) kampanyası ise tüketicilere ihtiyaç fazlası ürün almaktan kaçınmayı öğütleyerek, tüketim kültürü ve ekolojik ayak izi üzerine doğrudan bir eleştiri ve bilinçlendirme çabası sergilemektedir. Patagonia'nın bu tür söylemleri, halkla ilişkilerde posthümanist dönüşümün somut ve uygulanabilir bir örneği olarak, insan dışı varlıkların haklarını ve öznelliğini kurumsal söylemlerde ve pratiklerde görünür kılmaktadır.

Halkla ilişkilerde posthümanist bir dönüşümün gerçekleştirilmesi, yalnızca teorik ve kavramsal bir yeniden yapılanmayı değil, aynı zamanda söylemsel ve görsel pratiklerin de derinlemesine değiştirilmesini gerektirmektedir. Bu noktada Rosi Braidotti'nin posthümanist kuramından bahsetmek yerinde olacaktır. Braidotti, Michel Foucault'nun *Kelimeler ve Şeyler*'de dile getirdiği "insan erkeğin ölümü" kavramını, Leonardo da Vinci'nin Vitruvius Adamı çizimi üzerinden yeniden yorumlamaktadır. Rönesans döneminde insanı evrenin merkezine yerleştiren bu ikon, hümanist düşüncenin temelini oluşturan "akıl sahibi, mükemmel, erkek insan" idealini temsil etmektedir. Ancak Braidotti'ye göre bu figür, modern Batı düşüncesinin dışlayıcı yapısını da açığa çıkarmaktadır; çünkü bu model, kadını, doğayı ve insan olmayan varlıkları merkezin dışına iten hiyerarşik bir düzeni meşrulaştırmaktadır. Braidotti'nin de vurguladığı gibi, Foucault'nun "insan erkeğin ölümü" ifadesi, insanı tarihin ve bilginin mutlak merkezi olarak gören hümanist kibre karşı bir epistemolojik ve etik başkaldırıdır. Dolayısıyla Vitruvius'un kusursuz erkek insan figürü, posthümanist düşüncede yapıbozumuna uğratarak yerinden edilir; yerine çoklu, ilişkisel ve türler-arası bir özne anlayışı geçer (Braidotti, 2014, s. 36–39). Bu dönüşüm, insan-merkezci söylemin çözülüşünü ve posthümanizmin eleştirel potansiyelini görünür kılmaktadır. Bu durum, Felix Guattari'nin (2000, s. 75) "yeni bir politika" olarak adlandırdığı, değişimin getirdiği dinamiklerle şekillenen yeni ittifaklar ağını ifade etmektedir. Öyle ki, Gramsci ve Foucault'nun egemenliğin bilgi ve söylem aracılığıyla güç inşa ettiği ve Macherey'nin edebiyatın ideolojik bir içerik üretim mekanizması olarak işlev gördüğü yönündeki düşüncelerini de desteklemektedir (Sinfield, 1992, s. 21-35).

Posthümanist halkla ilişkiler anlayışı, iletişim süreçlerinde "insan özne"nin mutlak merkezini sorgulamaktadır. Geleneksel halkla ilişkiler, insanın akıl ve irade sahibi bir fail olarak iletişimin hem göndereni hem de alıcısı olduğunu varsayarken; posthümanist yaklaşım, iletişim ağlarının insan, doğa, teknoloji, veri, yapay zekâ ve çevresel unsurlar gibi çoklu aktörler tarafından ortaklaşa üretildiğini kabul etmektedir. Böylece özne, yalnızca insanla sınırlı olmaktan çıkmaktadır ve bu dönüşüm, halkla ilişkilerin amacını da yeniden tanımlamaktadır. Posthümanist perspektifte halkla ilişkiler, artık yalnızca kurum ile hedef kitle arasında anlam inşası yapan bir disiplin değil, aynı zamanda insan-dışı varlıkları da içeren etik bir ekosistem kurma sürecidir. Bu tanımsal çerçeve, halkla ilişkiler pratiğine uygulandığında, mevcut söylemlerin eleştirel bir analizi zorunlu hale gelir. Halkla ilişkilerde sıkça kullanılan "doğa yönetimi," "kaynak optimizasyonu" veya "sürdürülebilir üretim" gibi ifadeler, insanın doğa üzerindeki tahakkümünü meşrulaştıran, doğal sistemlerin içkin değerini göz ardı eden ve insan faydasını merkeze alarak türler arası etik duyarlılığı zayıflatan söylemsel stratejiler olarak okunabilir. Buna karşılık, posthümanist bir halkla ilişkiler yaklaşımı, yalnızca dilin dönüştürülmesini değil, aynı zamanda görsel temsillerin de radikal bir biçimde yeniden kurgulanmasını gerektirmektedir. Reklam ve kampanya görsellerinde yalnızca insan mutluluğunu ve refahını öne çıkaran antroposentrik temsillerin yerine, insan dışı varlıkların da birer özne olarak yer aldığı, ekosistemlerin bütünlüğünü ve dinamik etkileşimlerini yansıtan tasarımlara yönelmek gerekmektedir.

Sonuç itibarıyla, posthümanist perspektif, halkla ilişkilerde faydacılığın insan merkezli sınırlılıklarını eleştirel bir gözle yeniden değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Tür ayrımcılığına karşı içsel değer ve hak temelli yaklaşımlar, kapsamlı söylem analizi ve özen etiği gibi teorik çerçeveler, disiplinin kavramsal ve etik temelini genişletme potansiyeli taşımaktadır. Böylece yalnızca felsefi bir öneri olmanın ötesinde, halkla ilişkilerin uygulamalı boyutunda da köklü değişimleri ve türler arası etik bilinci merkeze alan, daha kapsayıcı ve sorumluluk sahibi bir vizyonu beraberinde getirecektir. Bu sayede halkla ilişkiler, sadece insan toplulukları için değil, tüm gezegenin ve üzerindeki tüm yaşam formlarının refahı için hizmet eden bir disiplin haline gelebilir.

3. Halkla İlişkilerde Türler Arası Bir Etik Model Önerisi

Posthümanist eleştirilerin ortaya koyduğu en önemli ihtiyaçlardan biri, halkla ilişkiler disiplininin etik temellerinin yeniden tanımlanmasıdır. Uzun süre insan merkezli bir bakış açısıyla sınırlandırılan "kamu yararı" ve "paydaş faydası" gibi temel kavramlar, ekosistemlerin ve insan dışı canlıların varlığını büyük ölçüde görünmez kılmıştır. Ancak günümüzde hem ekolojik krizlerin derinleşmesi hem de türler arası etik duyarlılıkların artması, bu kavramların yeniden düşünülmesini zorunlu hale getirmektedir. Bu bağlamda, türler arası bir etik çerçevenin inşası, halkla ilişkiler disiplinine hem normatif hem de pratik düzeyde dönüştürücü bir vizyon sunmaktadır (Braidotti, 2014, s. 89). Bu perspektif, Donna Haraway'ın (2008, s. 4) tüm varlıkların "bir şeyle birlikte oluştuğunu" öne süren ve türler arası dayanışma ve akrabalığa dayalı bir dünya inşa etme çağrısı yapan çalışmalarıyla da desteklenmektedir (Haraway, 2020, s. 106).

Halkla ilişkiler teorisinin kurucu metinlerinden itibaren "kamu" kavramı, çoğunlukla insanlar arası ilişkiler üzerinden tanımlanmıştır. Örneğin, Grunig'in (1992) "Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli", kamuları karar alma süreçlerinde etkilenme ve etkileyebilme kapasitelerine göre sınıflandırırken, bu kamuların tümü insan aktörleri işaret etmektedir. Oysa Aldo Leopold'un "Toprak Etiği", etiğin kapsamını yalnızca insanlar arası ilişkilere değil, toprağa, sulara, bitkilere ve hayvanlara da genişletmeyi önermektedir (Leopold, 2013, s. 213). Dolayısıyla, Leopold'un Toprak Etiği, halkla ilişkilerde kamu tanımının yeniden yapılmasına ilham verebilir; kamu, yalnızca insan topluluklarından ibaret değildir aynı zamanda ekosistemlerin bütünü, insan dışı varlıkları ve onların karşılıklı ilişkilerini de içermektedir. Bu genişletilmiş kamu anlayışı ile, halkla ilişkilerde sorumluluk alanını kökten değiştirmeyi amaçlanmaktadır. Böylece "kamu yararı" kavramı, yalnızca insana hizmet eden bir fayda kategorisi olmaktan çıkarak, tüm biyo-toplulukların esenliğini içeren kapsayıcı bir etik çerçeveye dönüşecektir. İnsan dışı paydaşların sesleri nasıl temsil edilebilir? Ekosistemlerin çıkarları, kampanya söylemlerine nasıl yansıtılabilir? Bu sorular, halkla ilişkilerin normatif temellerinin genişletilmesini ve disiplinin türler arası bir duyarlılık üzerinden yeniden kurgulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Posthümanist çerçevenin bir diğer ayağı, "Özen Etiği"dir. Carol Gilligan'ın Özen Etiği yaklaşımı, ilişkilerin karşılıklı bağımlılığa ve sorumluluğa dayandığını vurgulamaktadır (Gilligan, 1993, s. 20). Diğer bir deyişle Özen Etiği, bireyi bağımsız ve rasyonel bir aktör olarak gören geleneksel etik teorilerinden ayrılarak, insanın doğası gereği sosyal, başkalarına bağımlı ve ilişkiler ağı içinde var olan bir özne olduğunu kabul etmektedir (Parks, 2003, s. 54-55). Bu perspektif, halkla ilişkilerde sıklıkla karşılaşılan rekabetçi, faydacı ve tahakkümcü modellerin yerine, karşılıklılık ve özen üzerinden kurulan ilişkiyel bir etik önermektedir. Özen Etiği, halkla ilişkiler profesyonellerine iki düzeyde sorumluluk yüklemektedir: İletişim pratiklerinde kullanılan dilin insan dışı varlıkları araçsallaştırmaması ve kurumların faaliyetlerinden doğrudan etkilenen tüm canlılarla ilişkilerde karşılıklı bağımlılığı gözetmesi. Bahsi geçen sorumluluklar, disiplinin etik temellerinde derin bir dönüşüm anlamına gelmektedir. Posthümanist çerçevenin en kritik boyutlarından biri, yüzeysel çevreci stratejilerin ötesine geçmektir. "Yeşil yıkama" (greenwashing), şirketlerin çevresel duyarlılık görüntüsü vererek itibarlarını güçlendirmeye çalışırken gerçekte ekosistemlere zarar veren uygulamalarını gizlemeleri anlamına gelmektedir (Delmas ve Burbano, 2011, s. 67). Bu tür stratejiler, halkla ilişkilerin güvenilirliğini zedelemekte ve etik bir boşluk yaratmaktadır. Arne Naess'in "derin ekoloji" yaklaşımı da özen etiği ile uyumludur. Naess, insanın doğadan ayrı bir varlık değil, ekosistemlerin ayrılmaz bir parçası olduğunu savunmaktadır (Naess, 1994, s. 14). Doğal olarak derin ekoloji, halkla ilişkilerde "kaynak yönetimi" yerine "ekosistemle iş birliği"ni ön plana çıkarmaktadır. Bu iki yaklaşım, yani Gilligan'ın özen etiği ve Naess'in derin ekolojisi, insan ve doğa arasındaki ilişkiyi yeniden tanımlayarak, halkla ilişkilerde daha kapsayıcı ve sorumlu bir yaklaşımın temelini atmaktadır.

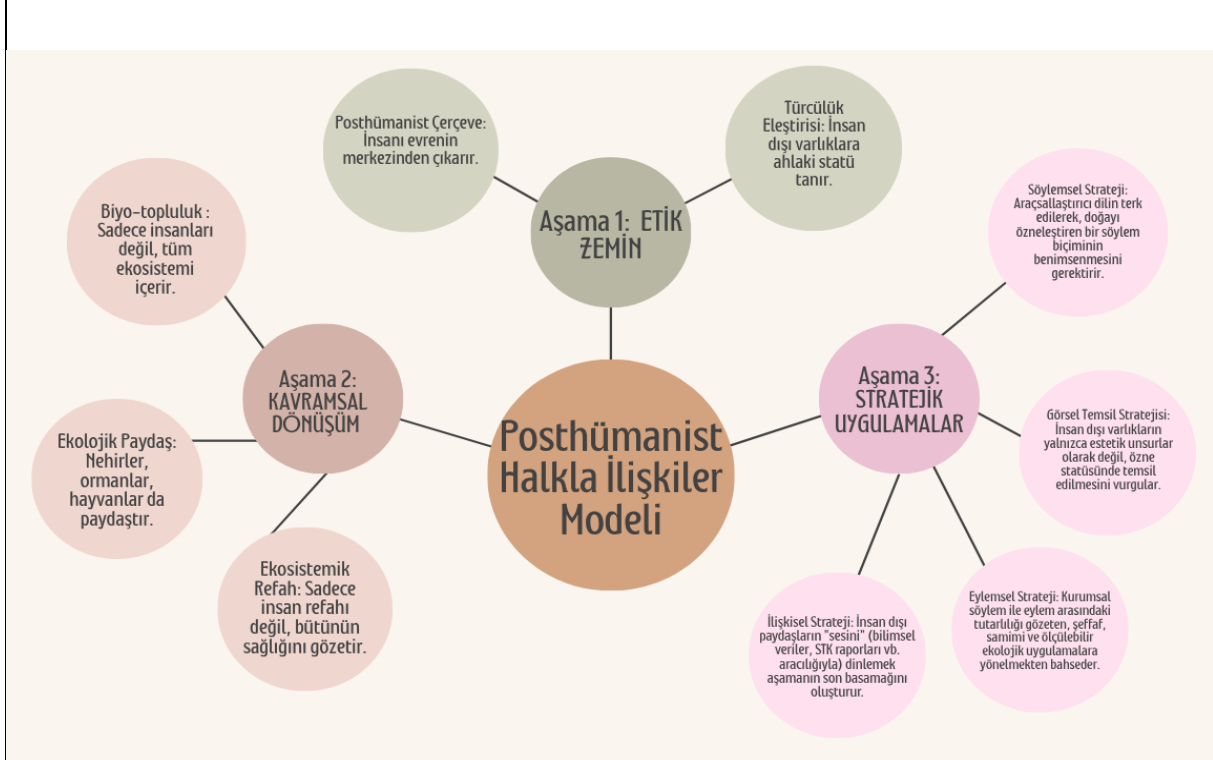
Türler arası bir etik çerçeve, kurumların yeşil yıkamanın ötesine geçerek ekolojik ve etik taahhütlerini samimiyetle ifade etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler uzmanlarının sorumluluğu, yalnızca doğru bilgi aktarmakla sınırlı kalmayıp aynı zamanda kullandıkları dil ve temsil biçimleriyle insan dışı paydaşların haklarını ve çıkarlarını da görünür kılmaktır. Bu durum, disiplini yüzeysel çevrecilikten çıkararak derin bir türler arası etik iletişime yöneltir. Teorik tartışmalar, yalnızca normatif düzeyde değil, pratik düzeyde de önem taşımaktadır. Günümüzde birçok küresel şirket, sürdürülebilirlik planlarıyla kamuya karşı sorumluluklarını beyan etse de bu planların önemli bir kısmı hâlen insan merkezli faydacı sınırlar içinde kalmaktadır. Hayvan refahı alanındaki gelişmeler bu durumu somutlaştırmaktadır.

Dawkins (2012) gibi düşünürler refahı "hayvanın neye ihtiyaç duyduğunu ve ne istediğini anlamak" olarak özetlemiştir. Bu çerçevede 2008 Pew Komisyonu raporu, 2009 AB Welfare Quality ilkeleri ve Nestlé'nin 2014 tedarik politikası gibi girişimler önemli adımlar olsa da yetersizlikler sürmektedir (Goldberg, 2016, s. 314). Nitekim McDonald's, PETA'nın bazı tedarikçilerine ilişkin görüntüler yayımlaması sonrası kamuoyunda eleştirilere maruz kalmış; benzer biçimde Unilever, Monsanto ve Nestlé gibi küresel şirketler de bu tür olumsuz bilgi akışlarından etkilenmiştir. Bu durum, kurumlar açısından olumsuz algı şoklarını azaltmak için önleyici ve şeffaf iletişim stratejilerinin önemini ortaya koymaktadır (Dentoni, Tonsor, Calantone ve Peterson, 2011, s. 281). Bu tür stratejiler, çoğu zaman "yeşil yıkama" eleştirileriyle karşılaşmaktadır. Örneğin, McDonald's'ın Almanya'da "I am beautiful" sloganıyla yürüttüğü ve "çevreye duyarlı paketler" kullandığını iddia ettiği kampanya, şirketin yıl boyunca on binlerce tek kullanımlık ambalaj ve plastik ürün kullandığının ortaya çıkmasıyla büyük tepki toplamıştır (Yumda, 2023). Benzer şekilde, şirketin İngiltere'de açtığı "birinci net-sıfır karbon restoran" girişimi, güneş panelleri ve rüzgâr türbinleri gibi unsurlara rağmen, "hamburgeri hâlâ büyük bir et ayak iziyle satıyorsunuz" eleştirisiyle "McGreenwash" olarak etiketlenmiştir (Seabrook, 2021). Kanada'da ise McDonald's, Animal Justice adlı sivil toplum kuruluşunun şikâyeti üzerine, "sürdürülebilir et" ifadesinin yanıltıcı bulunması nedeniyle "Quarter Pounder Burger şimdi sürdürülebilir kaynaklardan" şeklindeki reklamlarını durdurmak zorunda kalmıştır (Tinney, 2021).

Verilen örnekler, kurumsal sürdürülebilirlik söylemlerinin her ne kadar çevre dostu bir imaj çizse de çoğunlukla antroposentrik faydacılık sınırları içinde kaldığını ve ciddi bir "greenwashing" riski taşıdığını göstermektedir. Bu söylemler, yalnızca çevresel sorumluluk beyanı değil, aynı zamanda bir etik meşruiyet üretme aracı olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla, halkla ilişkilerde kamu yararı ve paydaş kavramlarının yalnızca insanlar üzerinden tanımlanması yetersizdir. Halkla ilişkiler uygulamalarının posthümanist bir etik çerçeveye yaslanarak insan dışı paydaşların ve ekosistemlerin haklarının temsili gözetmesi, özen etiği ve derin ekolojiyle uyumlu bir yaklaşımı benimsemesi hem kurumsal iletişimin inandırıcılığını güçlendirecek hem de yeşil yıkama eleştirilerinin önüne geçecektir. Sonuç olarak, posthümanist bir dönüşüm,

halkla ilişkiler disiplininin etik temellerini yeniden kurgulamakta; insan dışı varlıkların görünür kılınması ve temsil edilmesi için yeni sorumluluk alanları açmaktadır. Gerçek sürdürülebilirlik, yalnızca insana değil, tüm canlılara ve ekosistemlere yönelik etik bir sorumlulukla mümkündür.

Şekil 1 Posthümanist Halkla İlişkiler Modeli



Bu model, halkla ilişkiler disiplininin insan-merkezli (antroposentrik) sınırların ötesine taşıyarak; doğa, hayvanlar, teknolojiler ve ekosistemlerle kurulan ilişkileri iletişimsel ve etik bir çerçevede değerlendirmeyi önermektedir. Model, üç aşamalı bir dönüşüm süreci olarak yapılandırılmakta ve her aşama hem epistemolojik (bilgi kuramsal) hem de pratik (uygulama) düzlemde bir yeniden konumlanmayı içermektedir.

Modelin ilk aşaması, yaklaşımın ontolojik ve felsefi zeminini oluşturmaktadır. Bu temel, iki ana ilkeye dayanmaktadır: Birincisi, klasik hümanizmi aşan posthümanist çerçevenin, insanı evrenin merkezindeki ayrıcalıklı konumundan çıkarmakta oluşudur. İkincisi ise türçülük eleştirisinin, etik sorumluluk alanını insan dışı varlıkları da kapsayacak biçimde genişletmekte oluşudur. Bu aşamanın temel amacı, halkla ilişkilerdeki geleneksel "insan yararına iletişim" anlayışını, doğanın ve diğer türlerin varlık haklarını tanıyan kapsayıcı bir etik alana dönüştürmekte yatmaktadır. Dolayısıyla bu zemin, modelin sonraki tüm aşamalarına yön veren temel ahlaki çerçeveyi teşkil etmektedir.

İkinci aşama, posthümanist etiğin teorik ilkelerini, halkla ilişkiler literatürünün temel kavramlarını dönüştürerek somutlaştırmakta ve disiplinin dilini yeniden

yapılandırmayı hedeflemektedir. Bu dönüşüm, disiplinde yerleşik olan "hedef kitle", "kaynak yönetimi" veya "doğal sermaye" gibi araçsallaştırıcı terimlerin yerine, ilişkiselliği ve ortak yaşamı vurgulayan yeni kavramların ikame edilmesini gerektirmektedir. Böylelikle halkla ilişkiler, insan-merkezli faydacı paradigmanın ötesine geçerek, ekosistem odaklı bir söylem alanına evrilmektedir.

Modelin üçüncü ve son aşaması, etik ve kavramsal dönüşümün somut iletişim pratiklerine nasıl aktarılacağını tanımlayan stratejik çerçeveyi ortaya koymaktadır. Bu çerçeve, teorinin pratiğe geçişini dört temel stratejik boyut üzerinden operasyonelleştirmekte ve posthümanist etiğin kurumsal düzeyde uygulanabilirliğini sağlamaktadır.

Değerlendirme ve Sonuç

Etik kavramının tarihsel gelişimi, insanı evrenin merkezine yerleştiren ve diğer sistemlerinin ölçütü haline getiren antroposentrik düşünceye dayanmaktadır. Zamanla bu antroposentrik düşünce insanın kendi türünü üstün görmesine ve diğer canlı türlerini araçsallaştırmasına yol açarak, türçülük olarak tanımlanan bir ayrımcılık biçimini doğurmuştur. Halkla ilişkiler disiplini de tarihsel süreç içerisinde, insan yararını ve kurumsal faydayı merkeze alan bu etik anlayıştan beslenmiştir. Ancak günümüz dünyasında ekolojik krizlerin derinleşmesi ve canlı türleri arasındaki karşılıklı bağımlılığın görünür hale gelmesi, bu yaklaşımın sınırlılığını gözler önüne sermiştir. Bu noktada posthümanist perspektif, insani değerler sisteminin tek belirleyicisi olmaktan çıkarak insan dışı varlıkların da özne konumuna dâhil edilmesini öneren dönüştürücü bir bakış açısı sunmaktadır.

Posthümanist etik yaklaşım, halkla ilişkilerin yalnızca insan toplulukları arasındaki iletişimi değil, insanın doğayla ve diğer canlı türleriyle kurduğu ilişkiyi de kapsamayı gerektiğini vurgulamaktadır. Böylelikle, disiplinin "kamu yararı" ve "paydaş" tanımlarının ötesine geçilerek, tüm canlıları ve ekosistemleri içeren türler arası bir etik anlayışın inşası mümkün hale gelmektedir. Dönüşümün gerekliliği, günümüz kurumsal iletişiminde giderek yaygınlaşan yeşil aklama pratikleriyle daha da belirginleşmektedir. Kurumların çevresel sorumluluklarını içselleştirmek yerine yalnızca itibar yönetimi amacıyla yüzeysel çevreci söylemler üretmesi, insan merkezli faydacı anlayışın güncel bir tezahürüdür. Dolayısıyla, halkla ilişkiler mesleğinin sürdürülebilirlik ve etik arasındaki bu çelişkiyi aşabilmesi, yeni bir değer sisteminin benimsenmesine bağlıdır. Bu bağlamda çalışma, Tom Regan'ın hak temelli yaklaşımı, Aldo Leopold'un Toprak Etiği, Carol Gilligan'ın Özen Etiği ve Arne Naess'in Derin Ekoloji anlayışından beslenen bütüncül bir etik model önermektedir. Bu teorik temeller, insan dışı varlıkların haklarını ve içsel değerlerini tanıyan, karşılıklı sorumluluk ve özen ilişkisine dayalı bir halkla ilişkiler etiği inşa edilmesini mümkün kılmaktadır. Bütüncül etik bir model, halkla ilişkilerin değer temellerini yeniden düşünmesini gerektiren bir paradigma değişiminin de habercisidir.

Halkla ilişkiler için türler arası bir etik çerçevenin inşası, disiplinin normatif sınırlarını genişleten radikal bir öneridir. Halkla ilişkiler disiplininin bugün karşı karşıya olduğu en büyük zorluklardan biri, hızla derinleşen ekolojik krizlere ve artan etik duyarlılıklara anlamlı yanıtlar verebilmektir. İnsan merkezli faydacılığın sınırları bu zorlukları aşmak için yetersiz kalırken, posthümanist bir dönüşüm disiplini daha adil ve kapsayıcı kılmakla kalmayıp, onun toplumsal sorumluluklarını yeniden tanımlayarak geleceğin pratiğine yön verecektir. Bu vizyonla halkla ilişkiler, yalnızca kurumlar ile insanlar arasındaki bir köprü değil, aynı zamanda insan ile insan dışı varlıklar, toplum ile ekosistemler arasındaki etik iletişimin de öncüsü olma potansiyeline sahiptir.

Sonuç olarak bu çalışmanın amacı, insan merkezli etiğin eleştirel bir çözümlemesini yaparak halkla ilişkiler disiplininde posthümanist bir farkındalık geliştirmektir. Bu farkındalık aracılığıyla yeşil aklama gibi samimiyetsiz pratiklerin yerine gerçek ekolojik sorumluluk anlayışının yerleşmesini sağlamak, bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır. Çalışmanın önerisi ise, söz konusu etik dönüşümün hayata geçirilebilmesi için türler arası bir etik çerçevenin halkla ilişkiler uygulamalarının merkezine konumlandırılmasıdır. Bu dönüşüm gerçekleştirildiğinde, halkla ilişkiler mesleği yalnızca kurumsal değil, ekolojik ve toplumsal düzeyde de daha saygın, güvenilir ve sürdürülebilir bir konuma ulaşacaktır.

Kaynakça

- Beirne, P. (2006). For a nonspeciesist criminology: Animal abuse as an object of study. N. South & P. Beirne (Ed.), *Green Criminology* (ss. 117-148). Ashgate.
- Bentham, J. (2017). Ahlak ve yasama ilkeleri (Ö. Saruhanlıoğlu & U. K. Boyacı, Çev.). Litera Yayıncılık.
- Bircan, U. (2016). Michel Foucault'da dil ve söylem. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(28), ss. 85-106.
- Braidotti, R. (2014). İnsan sonrası. Kolektif Kitap.
- Çekem, K. (2023). Faydacılığın ve deontolojinin ötesinde: Hayvan etiği için ihtimam-temelli bir çerçeve. *Kaygı*, 22(1), ss. 460-497. <https://doi.org/10.20981/kaygi.1195821>
- Dağ, E. (2024). Derin ekoloji ve antroposentrizm tartışmaları arasında alternatif bir spinozacı çevre etiği. *Kilikya Felsefe Dergisi*, (2), ss. 254-281.
- Dawkins, M. S. (2012). *Why animals matter: Animal consciousness, animal welfare, and human well-being*. Oxford University Press.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), ss. 64-87.
- Demirel, E. S., & Coşar, Ç. (2022). Halkla ilişkiler ve etik: 1990-2021 yılları arasında yayımlanan akademik çalışmalar üzerine bir değerlendirme. *Global Media Journal*, 12(24), ss. 248-262.
- Dentoni, D., Tonsor, G., Calantone, R., & Peterson, H. C. (2011). "Animal welfare" practices along the food chain: How does negative and positive information affect consumers? *Journal of Food Products Marketing*, 17(2-3), ss. 279-302.
- Devall, B. (1994b). Ekoloji politikası. G. Tamkoç (Ed.), *Derin Ekoloji* (ss. 17-24). Ege Yayıncılık.
- Dobson, A. (2001). *Green political thought*. Routledge.
- Engin, E., & Akgöz, B. (2013). Sürdürülebilir kalkınma ve kurumsal sürdürülebilirlik çerçevesinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 8(1), ss. 85-94.
- Ertan, B. (1997). Cansız varlıkların hakları olabilir mi? En azından tartışabilir miyiz? *Birikim*, (102), ss. 54-60.
- Ertürk, H. (1996). *Çevre bilimine giriş*. Uludağ Üniversitesi Yayını.

- Ferrando, F. (2014). Posthumanism. *Tidsskrift for Kjønnforskning*, 38(2), ss. 168-172. <https://doi.org/10.18261/ISSN1891-1781-2014-02-05>
- Ferry, L. (2000). Ekolojik yeni düzen (T. Ilgaz, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Freeman, R. E., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate social responsibility and stakeholder theory: Learning from each other. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), ss. 7-15.
- Genç, S. V. (2007). Derin ekoloji penceresinden hayvana bakış. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 78(2), ss. 35-39.
- Gilligan, C. (1993). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Harvard University Press.
- Goldberg, A. M. (2016). Farm animal welfare and human health. *Current Environmental Health Reports*, 3(3), ss. 313-321.
- Grunig, J. E. (Ed.). (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Guattari, F. (2000). *The three ecologies* (I. Pindar & P. Sutton, Çev.). The Athlone Press.
- Güllüoğlu, Ö. (2006). Halkla ilişkiler mesleğinde etik anlayışı. F. B. Peltekoğlu (Ed.), *Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, bildiri kitabı* (ss. 145-166). Kocaeli Üniversitesi.
- Gültekin, M. (2023). Posthümanizm ve yeni bir ayrımcılık biçimi olarak robotlara yönelik türcülük. *Antropoloji*, (45), ss. 64-80.
- Haraway, J. D. (2007). Düzendeki dönüşüm: Esnek stratejiler, feminist bilim çalışmaları ve primat vizyonları. G. Pinar (Ed.), *Başka Yer* (ss. 196-224). Metis.
- Haraway, J. D. (2020). Tıpkı bir yaprak gibi: Donna J. Haraway ile Thyrza Nichols Goodeve söyleşi (A. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.
- Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2021). Harmful stakeholder strategies. *Journal of Business Ethics*, 169(3), ss. 405-419.
- Işık, M., & Erdem, A. (2007). Meşruiyet, demokrasi, sosyal sorumluluk ve halkla ilişkiler. M. Işık (Ed.), *Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım* (ss. 107-118). Eğitim Kitabevi.
- Işık, M., & Tanyeri, E. (2010). Bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak bilgi edinme hakkı ve uygulanabilirliği: Erciyes Üniversitesi örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (14), ss. 145-167.
- Keller, D. R. (2009). Deep ecology. J. B. Callicott & R. Frodeman (Ed.), *Encyclopedia of Environmental Ethics and Philosophy* (ss. 206-211). Macmillan Reference USA.
- Leopold, A. (2013). *Bir kum yöresi almanağı* (U. Özdağ, Çev.). Hacettepe Üniversitesi Yayınları. (Eserin orijinali 1949 yılında yayımlandı).
- Naess, A. (1994). Derin ekolojinin temelleri. G. Tamkoç (Ed.), *Derin Ekoloji* (ss. 9-17). Ege Yayıncılık.
- Omay, N. M. (2019). Çevre etiği ve asıl değer. B. Gönençgil ve diğerleri (Ed.), *I. İstanbul Uluslararası Coğrafya Kongresi, bildiri kitabı* (ss. 856-863). Türk Coğrafya Kurumu.
- Parks, J. A. (2003). *No place like home? Feminist ethics and home health care*. Indiana University Press.
- Phillips, D. (2003). *The truth of ecology: Nature, culture, and literature in America*. Oxford University Press.
- Regan, T. (1993). The case for animal rights. S. J. Armstrong & R. G. Boettler (Ed.), *Environmental ethics divergence and convergence* (ss. 321-329). Mc Graw-Hill.
- Regan, T. (2003). *Animal rights, human wrongs: An introduction to moral philosophy*. Littlefield Publishers, Inc.
- Regan, T. (2022). Kafesler boşalsın: Hayvan haklarıyla yüzleşmek (S. Çağlayan, Çev.). İletişim Yayınları. (Eserin orijinali 2007 yılında yayımlandı).
- Saygılı, A. (2009). *Radikal çevreci hareketin bir taktiği ekolojik sabotaj*. A.Ü.H.F. Yayınları.
- Seabrook, A. (2021, 10 Aralık). Climate change: McDonald's launches 'net zero' carbon restaurant prompting accusations of greenwashing. Sky News. <https://news.sky.com/story/climate-change-mcdonalds-launches-net-zero-carbon-restaurant-prompting-accusations-of-greenwashing-12490936>

- Shyam, G. (2015). The legal status of animals: The world rethinks its position. *Alternative Law Journal*, 40(4), ss. 266-270.
- Sinfield, A. (1992). *Faultlines: Cultural materialism and the politics of dissident reading*. University of California Press.
- Singer, P. (2005). *Hayvan özgürleşmesi* (H. Doğan, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Tinney, C. (2021, 28 Nisan). Victory! Animal Justice complaint prompts federal action to stop misleading McDonald's ad campaign. *Animal Justice*. <https://animaljustice.ca/blog/victory-animal-justice-complaint-prompts-federal-action-to-stop-misleading-mcdonalds-ad-campaign>
- Ünder, H. (1996). *Çevre felsefesi*. Doruk Yayıncılık.
- Ünder, H. (1997). Çevre ahlakı: İnsanmerkezcilik ve çevremerkezcilik. *Ada Kentliyim*, (10), ss. 82-87.
- Yaşar, L., Uzun, Y. U., Ünlü, S., & Erdal, C. (2023). Dijitalleşme sürecinde aktivizmin KSS ve yeşil halkla ilişkiler uygulamalarına etkisi. A. B. Darı (Ed.), *Dijital Çağda Halkla İlişkiler* (ss. 37-56). Paradigma Akademi Yayınları.
- Yumda. (2023, 16 Haziran). Most brazen environmental lie 2023: McDonald's Germany wins negative prize for "I'm beautiful" campaign. Yumda.com. <https://www.yumda.com/en/news/1181604/most-brazen-environmental-lie-2023.html>
- Yücel, H. E., & Ünlü, S. (2023). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi reklamları: Birleşmiş Milletler Dünya Kız Çocukları Günü "Freedom For Girls" reklamının göstergebilimsel çözümlemesi. *Spor, Eğitim ve Çocuk*, 3(2), ss. 1-20. <https://doi.org/10.5505/sec.2023.20592>

Türkiye’de Sokak Hayvanlarına Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Pratiklerinin Halkla İlişkiler Perspektifinden Değerlendirilmesi

Erdal Bilici¹ Lütfiye Yaşar Bilici²

Giriş

Neolitik dönemden yerleşik yaşama geçiş, insanların bazı hayvanları (at, eşek, fil, köpek, kedi) evcilleştirerek günlük ihtiyaçlarını karşılamasına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte barınma, beslenme, korunma ve sağlıkla ilgili sorumluluklar insanlarca üstlenilmiştir karşılığında ise hayvansal kaynaklı düzenli çıktılar ve iş gücü elde edilmiştir. Söz konusu iş gücü yüklerin taşınması ve toprağın işlenmesi gibi amaçlarla kullanılmıştır, küçük evcil gruplar ise daha çok mülkiyetin ve can güvenliğinin korunmasına katkı sunmuştur (Çobanoğlu, vd., 2013:247). Bütün bunlar, dönemin insan-hayvan ilişkisinin ağırlıkla ekonomik bir temelde şekillendiğini göstermektedir.

Sanayi Devrimine bağlı olarak ücretli istihdam olanaklarındaki artış ve kentsel yaşam beklentilerinin yükselmesiyle kırsaldan kentlere göç belirgin biçimde hızlanmıştır (Tandoğan, 2022:1888). Akyüz (2021:349-352), bu ivmenin savaşlar ve doğal afetlerin yol açtığı zorunlu yer değiştirmelerle daha da güçlendiğini ve bu göç dalgaları sırasında da insanların büyükbaş ve küçükbaş hayvanları ekonomik rasyonaliteyle elden çıkarma eğilimi gösterdiğini buna bağlı olarak da bu tercihe karşılık ticari değer atfetmedikleri kedi ve köpekleri sıklıkla geride bıraktıklarını ifade etmektedir. Evcil hayvanların geride bırakılması yaygın bir pratiğin ortaya çıkmasına neden olmuştur ancak bu durum sınıfsal konumun niteliğine, mekansal bağlama ve hayvanların üstlendiği işleve bağlı olarak farklılaşmıştır.

Doğal yaşamla bağları zayıflayan ve vahşi ortamda sürdürme becerilerini kısmen yitiren bu hayvanlar, yerleşim alanlarının içinde ve çevresinde zor koşullarda hayatta kalmaya çalışmaktadır (Abdulkarim, vd., 2021:319-322). Söz konusu hayvanların temel güçlüklerinin başında, türlerine uygun davranışları sergileyebilecekleri barınma alanlarının yokluğu gelmektedir. Bu yokluk, düzenli ve yeterli besine erişememeyi beraberinde getirmiş yetersizlik ise sağlık sorunlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Ortaya çıkan sağlık sorunları bu türlerin yaşam kalitesini düşürmekle kalmamış onların kötü muameleye ve itlafa maruz kalma riskini de artırmıştır (Šeiko & Možarova, 2025:414-415). Dolayısıyla, barınma eksikliği, sağlık problemleri, besin

¹ Dr. Bağımsız Araştırmacı erdalbilici42@hotmail.com, Orcid:0000-0001-9386-1624

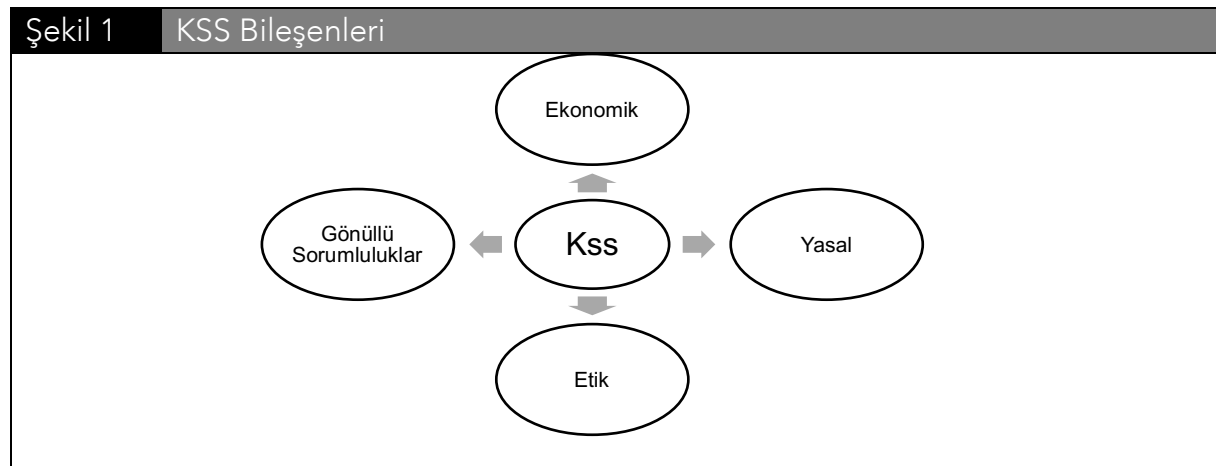
² Dr. Öğretim Üyesi, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, lutfiyeasarbilici@anadolu.edu.tr Orcid: 0000-0001-9008-6415

yetersizliği ve kötü muamele tehdidi birbirini besleyen bir örüntü oluşturarak sokak hayvanlarının karşılaştığı temel sorunları sistematik biçimde derinleştirmiştir.

Bu kitap bölümünde, “ sokak hayvanlarına yönelik yürütülen kampanyalar kss bağlamında incelenecektir. Çalışmanın ilk bölümünde, KSS’nin tarihsel gelişimi, teorik çerçevesi ve halkla ilişkilerle kurduğu ilişki irdelenmektedir. Saraç ve arkadaşlarına (2016:233) göre, 2004 yılında hayvan haklarına yönelik yasal düzenlemenin yürürlüğe girmesinin ardından, 2010’lu yılların ortalarında sokak hayvanları konusu kamuoyu gündeminde daha görünür hale gelmiş; bu durum, medya ile sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinin daha istikrarlı bir kamusal tartışma zemini oluşturmalarına katkı sağlamıştır. Bu çerçevede, çalışmanın son bölümünde 2013–2025 yılları arasında sokak hayvanlarına yönelik yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri analiz edilmiştir. Bu analizde hem özel sektör, sivil toplum kuruluşları (STK) ve yerel yönetim aktörlerinin katkıları sınıflandırılmakta hem de kampanyaların amaçları, uygulama biçimleri ve sürdürülebilirlik düzeyleri betimsel bir yaklaşımla değerlendirilmektedir. Çalışma, halkla ilişkiler pratiklerinin yalnızca iletişimsel görünürlikle mi sınırlı kaldığını, yoksa sosyal fayda üretme kapasitesiyle nasıl kesiştiğini sorgulamayı hedeflemektedir.

1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Sokak Hayvanlarına Bakış

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerini birlikte ele alarak tüm paydaşların yararını gözetten bir yönetim yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, etik ve sürdürülebilir ilkelerin beyan düzeyinde kalmamasını; karar alma ve uygulama mekanizmalarına yerleşmesini gerektirmektedir (Ülger, 2023:36). Literatürde kurumsal sosyal sorumluluk, ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar olmak üzere dört bileşen üzerinden açıklanmaktadır (Carroll, 2015:278-283). Kurumların söz konusu dört boyutu birlikte işletmesi, toplumsal sorumluluğun bütüncül biçimde yerine getirilmesini mümkün kılmaktadır.



Kurumsal sosyal sorumluluk, ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük boyutlarıyla stratejik olarak birbirini besleyen bir bütünün parçalarını oluşturmaktadır. İlk olarak ekonomik boyut, sürdürülebilir karlılık ve verimlilik üreterek paydaşlara değer yaratmaktadır. Bu değer üretimi, yasal boyutta mevzuata eksiksiz uyum ve hesap

verebilirlik mekanizmalarıyla güvence altına alınmaktadır. Etik boyut, kararların toplumsal adalet, doğruluk ve çevresel duyarlılık ilkeleriyle dengelenmesini sağlayarak ekonomik hedeflerle toplumun beklentileri arasında köprü kurmaktadır. Hukuki boyutta kurumların belirlenen kanun ve düzenlemelere uygun davranması gerekmektedir (Özko vd., 2005:136). Gönüllü boyut ise kurumların kendi inisiyatifiyle eğitim, çevre, kültür sanat ve sosyal yardım gibi alanlarda hedefe yönelik sosyal yatırımlar gerçekleştirmesi yoluyla itibar ile çalışan bağlılığını güçlendirmektedir. Bu dört boyutun birlikte ve uyumlu biçimde işletilmesi, bütüncül bir KSS mimarisi oluşturmaktadır (Hamidu vd., 2015:3-6; Serhane, 2025:230-233). Nitekim Windsor (2006:5-6), yalnızca ekonomik performansa dayalı bir idarenin yeterli görülmemesi gerektiğini; yasal uyum ve etik ilkelere dayalı bir yönetim anlayışının da zorunlu kılındığını savunmaktadır.

Etik ve filantropik sorumluluklar, kurumsal sürdürülebilirlik ile toplumsal değer üretiminde temel bir paya sahiptir. Bu doğrultuda kurumsal itibar güçlenmekte, bunun sonucunda müşteri ilişkileri ile iş birlikleri olumlu yönde etkilenmektedir (Bhattacharya vd., 2009:272-273; Brammer ve Pavelin, 2006:436). Ayrıca çalışan motivasyonu ile kuruma bağlılık artmakta, verimlilik düzeyi yükselmektedir (Fombrun, 2005:7). Böylece sosyal ve çevresel sorunlara dönük somut katkılar üretilebilmekte ve sürdürülebilir kalkınma desteklenmektedir (Carroll ve Shabana, 2010:100). Sonuç olarak kurumsal sosyal sorumluluğun dört bileşeninin birlikte gözetilmesi ile etik ve filantropik boyutların stratejik biçimde iş süreçlerine yerleştirilmesi, uzun vadeli rekabet gücü ile kalıcı toplumsal katkıyı birlikte mümkün kılmaktadır.

Tarihsel olarak sosyal sorumluluğun başlıca taşıyıcısı devlet ve hükümetler olmuştur. Ekonomi üzerindeki kamusal hâkimiyetin belirgin olduğu dönemlerde, toplumsal refah ve huzurun sağlanması kamusal bir görev sayılmıştır. Bu görev anlayışı, sosyal içerikli faaliyetlerin devlet eliyle ve denetiminde yürütülmesini beraberinde getirmektedir (Yönet, 2005:241). Bu tarihsel çerçeveye ek olarak, özel işletmelerin yaygınlaşmasıyla birlikte devletlerin yasalar ve düzenlemeler aracılığıyla sorumluluk ve izleme rolünü sürdürdüğü ifade edilmektedir (Özko vd, 2005:139). Söz konusu dönemde sosyal sorumluluk, çoğu kez bağış temelli ve sürekliliği sınırlı bir hayırseverlik pratiği olarak şekillenmiştir.

Büyümeyi önceleyen politikaların yatırımları hızlandırması ve teknolojik ilerlemenin üretime yansması, doğal kaynakların hızla tükenmesine ve çevre kirliliğinin artmasına yol açmaktadır. Sert ve Uzmaya göre (2017:270), söz konusu süreç yalnızca insanları değil, ekosistemleri ve hayvanların yaşam alanlarını da olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuzluklar, türlerin korunması, hayvan refahı ve hayvanlara etik muamelenin sosyal sorumluluğun vazgeçilemez bir parçası haline gelmesine zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla artan bu etkilerin giderek görünür hale gelmesi, 20. yüzyılın sonlarında toplumsal tepkileri güçlendirmiş, güçlenen toplumsal duyarlılık ve politika talepleri, sürdürülebilir kalkınmanın küresel politika hedefi olarak benimsenmesini hızlandırmıştır (Çankır, vd., 2012:379).

2. Hayvan Hakları ve Sokak Hayvanlarının Yaşam Koşullarına Yönelik Sorunlar

Sokak hayvanları evcil yaşama kısmen uyum sağlamış olmakla birlikte herhangi bir kişi, kurum ya da birey tarafından sahiplenilmemiş ve doğrudan sorumlusu bulunmayan hayvanlar olarak tanımlanmaktadır (Deniz, 2025:60). Bu tanım, hayvanların hukuki ve toplumsal statüsüne ilişkin tartışmaların antik döneme uzandığını göstermektedir. Aristoteles, insanın logos yetisine dayanarak hayvanların siyasal topluluğun ortakları arasında yer alamayacağını savunmaktadır. Aquinolu Thomas, akıl yürütme farkını esas alarak hayvanların Tanrısal düzen içinde insana hizmet için yaratıldığını ileri sürmektedir (Gürler & Osmanağaoğlu, 2009:326). Böylece her iki yaklaşım, hayvanların ahlaki ve siyasal toplumun dışında tutulması fikrini pekiştirmektedir.

Semavi dinlerin kutsal metinlerinde hayvan hakları ve refahına ilişkin hükümler ayrıntılı biçimde ele alınmamaktadır. Bu saptama, İslam geleneğinde uygulamaya dönük kimi örneklerle örtüşmemektedir. Osmanlı imparatorluğu döneminde İslam hukuku çerçevesinde hayvanlar yararına vakıflar ve barınakların kurulduğuna, ayrıca korunmaya ilişkin fermanlar bulunmaktadır (Armutak, 2008:40).

Hayvan hakları kavramı, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren modern hukukta artan ölçüde dikkat çekmektedir. Söz konusu ilgi, modern insanın doğaya mutlak hâkimiyet tasavvurunun sorgulanması ve çevreye yönelik sorumluluklara dair toplumsal farkındalığın yükselmesiyle birlikte yasal düzenlemelerde daha sık karşılık bulmaktadır (Francione, 1995). Sanayileşme sürecinde hayvanların gıda, süs eşyası, eğlence ve deney alanlarında yoğun kullanımı ile sert yöntemlerin yol açtığı tepkiler, devletleri düzenleyici adımlar atmaya yöneltmiştir. Bu tarihsel çizginin arka planında, insan-hayvan ilişkisi, hayvanların hukuki konumu ve bu ilişkiye dair sorumlulukların eski metinlerde izlenebildiği görülmektedir. Bu metinlere kil tabletlerde kayıtlı Lipit-İştar Yasası, Ur-Nammu Kanunları, Hammurabi Kanunları ve Eşnunna Kanunları örnek olarak verilmektedir (Gürler & Osmanağaoğlu, 2009:325). Wise'ye göre (1995:15), Mezopotamya hukukunun ekonomik temelleri nedeniyle hayvanlara ilişkin hükümler genellikle mülkiyetin korunması ve maddi zararların telafisine odaklanmaktadır.

Hayvan hakları tartışmaları günümüzde çoğunlukla insan hakları söylemi içinde ele alınmaktadır bu durum alandaki ilerlemenin kuramsal düzlemde yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Bir hayvanın insanlarca sempatik bulunmasına, sağladığı faydaya ya da tükenme riski taşımasına bakılmaksızın çıkarlarının gözetilmesi bu yaklaşımın özünü oluşturmaktadır (Köybaşı, 2018:103). Aynı doğrultuda hayvanların yalnızca yarar üretmeleri nedeniyle değil, hissedebilen ve bilinç sahibi varlıklar olmaları nedeniyle doğuştan gelen ahlaki bir değere sahip olduğu durumunu da kabul etmek gerekmektedir (Karataş, 2025:330). Bu kabul, başta yaşam hakkı olmak üzere temel haklara sahip olmaları gerektiği sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Zorunluluk halleri ya da meşru savunma dışında öldürmenin etik açıdan doğru bulunmadığı da bu sonucun tamamlayıcı ilkesini oluşturmaktadır. Bu görüşü benimseyenler, hayvanların

kendi varoluşsal amaçları doğrultusunda yaşaması gerektiğini savunarak eğlence, moda, evde besleme ya da bilimsel deney gibi insan merkezli gerekçelerle kullanılmalarını reddetmektedir. Ayrıca mülkiyet ilişkilerinin hayvanların özgürlük alanını daralttığı da ileri sürülmektedir (Waldau, 2010:1-10).

Hayvanların hukuk içindeki konumunun belirlenmesi, etik sorgulamanın temel belirleyenlerinden biri olarak görülmektedir (Stucki, 2020:1-3). Buna bağlı olarak Singer'ın duyarlılık ölçütü, acı çekebilme yetisine sahip her canlının çıkarlarının eşit biçimde dikkate alınması ve ahlaki topluluğun sınırlarının yalnız insanlarla sınırlanmaması gerektiğine dikkat çekmektedir (Aşar, 2018; Karataş, 2025:331). Bu yaklaşıma karşı çıkan insan merkezcilik eleştirileri, endüstriyel hayvancılık ile deney pratiklerinin ürettiği acının etik bakımdan kabul edilemez olduğunu ortaya koymaktadır (Ergün, 2020:443-445; Doğan, 2006:33-37). Ortaya çıkan bu değerlendirmeler, çağdaş hayvan hakları düzenlemelerinde bir zihniyet dönüşümünü besleyen temel dinamiklerden biri haline gelmektedir. Aynı doğrultuda masum bir canlının yaşamına son verilmesinin ahlaki açıdan kabul edilemeyeceği, hayvanların yaşamın öznesi olmaları sebebiyle kendilerinin de bir değere sahip oldukları ve salt araçsallaştırılamayacakları görüşü benimsenmektedir (Tiftik vd., 2015:194-195). Türler arasında mutlak eşitlikten söz edilemese de bedensel bütünlüğün dokunulmazlığı ilkesi, hayvanlar üzerinde yapılan deneylerin etik dışı sayılmasını ve hiçbir hayvanın herhangi bir amaca ulaşmak için araç haline getirilmemesini şart koşturmaktadır. Bu bütünlük, etik argüman ile hukuksal tasarruf arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. Modern yaşamın dönüşümüne paralel olarak hayvan hakları küresel ölçekte yeniden tanımlanmaktadır. Ülkeler sokak hayvanlarını korumaya dönük reformlar yaparak zulmü önleyici yaptırımları genişletmekte ve bazı örneklerde korumayı anayasal düzeye taşımaktadır (Gürler ve Osmanağaoğlu, 2009:336-330). Bu yönelim, sokak hayvanlarının salt eşya sayılamayacağını ortaya koymakta ve devletin koruma yükümlülüğünü pekiştiren hükümlerle birlikte duyarlılıklarının hukukça tanınmasını sağlamaktadır (Bek, 2025:296-303). Buna karşılık, hakların konusunu kişiler ve eşyalarla sınırlayan klasik yaklaşımın hayvanları eşya statüsünde tutması çağdaş etik ve hukuk anlayışıyla bağdaşmamaktadır (Çankaya vd., 2024:827-838). Duyarlılık yetisine sahip varlıklar olarak hayvanların, başta yaşam hakkı olmak üzere temel haklarının daha sıkı ve bağlayıcı düzenlemelerle güvence altına alınması gerekmektedir. Türkiye'de 2020'den sonra hayvanlara yönelik şiddet kabahat olmaktan çıkarılmış ve ceza hukuku kapsamında suç olarak düzenlenmiştir ayrıca idari para cezasına dayalı pratikler terk edilmiş ve cezai yaptırımlar ön plana çıkmıştır (Melikoğlu, 2009:39-42). Bu yaptırımlar, insan ile hayvanın aynı ekolojik sistemi paylaştığı gerçeğini hukukun merkezine yerleştirmiş ve birlikte yaşam perspektifini esas alan bir hak anlayışını ortaya çıkarmıştır.

Ülkemizde sokak hayvanlarının haklarının korunması, bakımı ve refahı amacıyla yürütülen çalışmaların sonucunda 24 Haziran 2004 tarihinde, 4 bölüm ve 33 maddeden oluşan 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu yürürlüğe girmiştir. Söz konusu kanun, tüm hayvanların eşit doğduğunu ve yasal çerçevede yaşama hakkına sahip

bulunduğunu hükme bağlayarak sahihsiz hayvanların da sahipli olanlar gibi yaşamlarının desteklenmesi gerektiğini belirtmektedir. Hayvan Hakları Federasyonu verilerine göre, Türkiye’de pet shoplardan satın alınan evcil hayvanların yaklaşık yüzde 60 ila 70’i bir süre sonra sokağa terk edilmektedir. Bu süreç kontrolsüz üreme yoluyla sokakların ve barınakların hızla dolmasına yol açmıştır. Barınakların yasa ve yönetmeliklerde tanımlanan geçici bakım alanı işlevinden uzaklaşması ise hayvanların fiziksel koşulları yetersiz mekanlarda yaşamasına neden olmuştur (Dokuzlar ve Uçar, 2018:66-67; Demir & Koç, 2019:30).

5199 sayılı kanundaki düzenleme, sahipli ve sahihsiz hayvanlar arasında ayırım yapmaktadır ve hayvanları hukuk sistemi içinde mal statüsünde konumlandırmaktadır. Bu çerçevede HAYTAP tarafından 5199 sayılı kanuna ilişkin değişiklik teklifinde, Alman Medeni Kanunu’nun 90. maddesine atıfla hayvanların eşya ya da mal statüsünde değerlendirilemeyeceği vurgulanmıştır. Aynı doğrultuda İnci (2019:2-4) , hayvanlara yönelik haksız eylemlerin basit kabahatler olarak değil suç kapsamında ele alınmasını, yaptırımların ceza hukukuna göre uygulanmasını ve söz konusu fiillerin faillerin adli siciline işlenmesini savunmaktadır.

Dokuzlar ve Uçar’a göre (2018:70), sahihsiz sokak hayvanlarının trajik ölümlerinde birçok etken rol oynamaktadır. Bu etkenlerin başlıcaları; barınaklardaki yetersiz koşullar, köpeklerin sokağa terk edilme oranındaki artış, sahiplerin düşük sorumluluk bilinci ve toplumsal düzeyde yaygınlaşan yanlış genellemelerdir. Söz konusu etkenler birlikte etki göstererek hayvanların hayatta kalma olasılığını kayda değer biçimde azaltmaktadır. Ayrıca, toplumdaki hatalı inanışlar riskleri daha da artırmaktadır. Yeterli bilgi sunulmadığında, küçük çocuklar hayvanlardan korkarak büyümekte ve bu korku ilerleyen yaşlarda şiddet eğilimli davranışlara zemin hazırlayabilmektedir. Ek olarak, psikolojik sorunları bulunan bireyler saldırganlık ya da cinsel şiddet gibi ağır eylemler yoluyla da sokak hayvanlarına ciddi zararlar verebilmektedir.

Türkiye’de sokak hayvanları meselesi iki temel ekseninde değerlendirilmektedir. Bunlardan ilki, evcilleştirilmiş hayvanların sokağa terk edilmesinin doğurduğu etik sorunlar ile yerel yönetimlerin yasal koruma ve hayvan refahına ilişkin yükümlülüklerini yerine getirmedeki uygulama eksiklikleridir. Kentleşme, nüfus ile sermayeyi büyükşehirlerde yoğunlaştırmaktadır dolayısıyla bu yoğunlaşma, sokak hayvanı popülasyonunu artırarak bakım ve aşılama gereksinimlerini artırmaktadır (Çetin, 2024:165). Artan bakım ve aşılama ihtiyacının halk sağlığı cephesinde doğurduğu başlıca sonuç ise kuduz riskli temasların sürekliliğidir. Bu temasların en yaygın kaynağı ise köpek ısırma ve temaslarıdır (Nesanır, 2006). Dolayısıyla, bu soruna etkin bir çözüm geliştirmek, kurumlar arası eşgüdümü zorunlu kılmaktadır. Popülasyon kontrolünde benimsenen yöntem her ne olursa olsun, etik ilkelere bağlılık esastır bu nedenle hayvanlara acı çekirme ve öldürme eylemleri önlenmelidir (Voslárvá ve Passantino, 2012:97-103). Nihayetinde, sokak hayvanları konusunda sivil toplum aktörleri, yeni

iletişim teknolojilerinden yararlanarak hak temelli bir söylem inşa etmektedir ve toplama ile öldürmeye dayalı yaklaşımlara karşı kamuoyunda farkındalık üretmektedir.

3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk erevesinde Hayvan Haklarına Odaklanan İşletmelerin Sürdürülebilirliği

Günümüz modern kentlerinde insan-hayvan ilişkisi biçim değiştirmektedir. Üretkenlik ve uzmanlaşmanın belirleyici olduğu kentsel düzlemde, insan ile evcil hayvan arasındaki bağ sevgi, yoldaşlık ve yalnızlığın paylaşımı temelinde yeniden tanımlanmaktadır (lger, 2023:36). Bu dönüşüm, evcil hayvanların aile yesi olarak kabul görmesini desteklemektedir ve benimsenme düzeyini giderek artırmaktadır. Dolayısıyla artan bu benimsenme, kentlerdeki gelişim ve değişimin, sosyal sorumluluğun kurumsallaşmasını güçlendirdiğine işaret etmektedir. Yağan'a göre (2012:1-7), kurumsal sosyal sorumluluk ile hayvan hakları, işletmelerin toplumsal ve çevresel performanslarını güçlendirmede belirleyici rol oynamaktadır. Etik ve sürdürülebilir yönetimi benimseyip bu ilkeleri iş süreçlerine entegre eden işletmeler hem toplum hem de ekonomi açısından değer yaratma olanağına sahiptir. Benzer şekilde, Janssens (2022:16-17), alışanlara yönelik eğitim ve farkındalık programlarının kurumsal sosyal sorumluluk ile hayvan hakları bilincini artırdığını sivil toplum örgütleriyle kurulan iş birlikleri ve ortaklıkların, etik ve sürdürülebilir uygulamaların yaygınlaşmasını teşvik ettiğini ve ortak hedeflere ulaşmayı kolaylaştırdığını belirtmektedir. Böylelikle, kentsel dönüşümün tetiklediği bu bütüncül yönelim, evcil hayvanların toplumsal konumunu dönüştürerek kurumsal düzeyde etik sürdürülebilirlik standartlarının yerleşmesine katkı sunmaktadır (Sullivan vd., 2017:1-4; Fernndez-Mateo ve Franco-Barrera, 2020:4-5).

Etkili bir tedarik zinciri yönetiminde, hayvan refahı ile kurumsal sosyal sorumluluk standartlarına uyum artık yalnızca yasal bir zorunluluk değil, aynı zamanda stratejik bir gereklilik haline gelmiştir. Bu uyum, kurumların risklerini yönetmelerine, itibarlarını güçlendirmelerine ve rekabet avantajı kazanmalarına önemli katkı sağlamaktadır. (lger, 2023:36). Bu katkı, tedarik zinciri boyunca izlenebilirliğin sağlanması, düzenli uygunluk denetimlerinin yürütülmesi ve düzeltici eylem planlarının kurumsallaştırılması yoluyla uyumsuzluk risklerini azaltmaktadır. Böylece azalan risk düzeyi, operasyonel dayanıklılığı doğrudan güçlendirmektedir. Tedarikçi sözleşmelerine hayvan refahı hükümlerinin eklenmesi, performansın belirli göstergelerle izlenmesi ve şeffaf raporlama ile şikayet mekanizmaları üzerinden paydaş katılımının güçlendirilmesi önemlidir. Stratejik düzeyde hayvan hakları ilkelerinin tedarik zinciri politikalarına entegrasyonu, çevresel ve toplumsal yönetişim ölçütleriyle uyumlu bir değer yaratma modeli oluşturmaktadır. Bu model, sertifikasyon programları ve sektörler arası iş birlikleriyle somutlaşarak normatif beklentilerin uygulamaya dönüşmesini, tüketici güveninin güçlenmesini ve marka farklılaşmasını sağlamaktadır. (Janssens, 2022:14-29). Sonuç olarak etik ve sürdürülebilir tedarik zinciri uygulamalarının yaygınlaştırılması, yasal uyumun ötesinde uzun vadeli firma değeri,

piyasa konumlandırması ve krizlere karşı kurumsal esneklik açısından stratejik bir yatırım niteliği taşımaktadır.

KSS ile hayvan haklarına odaklanan işletmeler, etik ve sürdürülebilir yönetimi benimseyip stratejik süreçlerine yerleştirerek sosyal ile çevresel performanslarını güçlendirme potansiyeli sergilemektedir (Janssens ve Kaptein, 2016:14-16). Bu konumlanma, tüketici güvenini pekiştirerek paydaş ilişkilerinde istikrarı artırır ve öncü konuma yükselme olasılığını beslemektedir. Aynı doğrultuda yaklaşım, topluma ve ekonomiye yönelik değer üretim kapasitesini genişletmektedir. Bu genişleme, gelecek kuşaklar için daha yaşanabilir ve sürdürülebilir bir dünyanın kurulmasına somut katkılar sağlamaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk yalnızca ekonomik boyutla sınırlı değildir, aynı zamanda çevresel ve toplumsal yükümlülükleri de içermektedir. Bu sorumluluk, biyoçeşitliliğin korunması, hayvan deneylerinde etik alternatiflerin benimsenmesi ve tedarik zincirinde hayvan refahı standartlarının gözetilmesiyle pratiğe yansımaktadır. (Widmar vd., 2018:27-28). Bu durum, kurumların sürdürülebilirliğini yalnızca sermaye, iş gücü ve hammadde gibi maddi kaynaklara değil ayrıca toplum nezdinde kabul, güven ve saygınlık gibi sembolik değerlere de dayandırmaktadır (Işık ve Güler, 2022). Bu nedenle iletişim, kurumsal çevreyle etkileşimi yöneten ve itibarın oluşumunda belirleyici rol üstlenen stratejik bir mekanizma olarak görülmektedir. Nitekim artan rekabet ile değişen toplumsal beklentiler, kurumsal sosyal sorumluluğu itibar, risk yönetimi ve paydaş ilişkilerini etkileyen stratejik bir alana dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, işletmeleri çalışan esenliğini gözeten, toplumsal sorunlara duyarlı, çevreyi ve hayvan haklarını koruyan, tüketiciye güvenli ve nitelikli hizmet sunmayı hedefleyen sosyo teknik sistemler olarak konumlandırmaktadır (Aiking ve De Boer, 2004:359-364). Böyle bir konumlanma, marka değerini güçlendirmektedir ve güçlenen değer, sektörel ölçekte teşvik edici örneklerin çoğalmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak, sosyal sorumluluk devletten işletmelere evrilmiş ve sürdürülebilir kalkınma anlayışıyla stratejik yönetime entegre olmuştur. Bu süreç, düzenleyici çerçeveler, piyasa teşvikleri ve paydaş beklentilerinin etkileşimiyle ilerleyerek çevresel etkilerin azaltılması ve hayvan refahı standartlarının yükseltilmesi gibi somut hedeflerle güçlenmektedir. Böylece sosyal sorumluluk, kurumsal karar alma süreçlerinde ölçülebilir sonuçlar üreten bir yönetim eksenine dönüşmektedir.

4. Türkiye’de Sosyal Sorumluluk Kapsamında Sokak Hayvanlarına Yönelik Kampanyalar

Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları, çözümü güç sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Küresel ölçekte çevresel krizler, nüfus hareketliliğindeki dengesizlikler, yerel çatışmalar, gelir dağılımındaki eşitsizlik, toplumsal kutuplaşma ve sosyal politikalarındaki daralma bu sorunların başında gelmektedir. Buna ek olarak, dijital teknolojiler ve çevrim içi platformlar da yeni problem alanları üretmektedir. Ortaya

ıkan bu tablo, bireysel düzeyde yaşanan pek çok sorunun, geniş ölçekli bu yapısal meselelerle doğrudan ya da dolaylı biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Eleştirel bir halkla ilişkiler yaklaşımı, geleneksel yöntemlerin tıkanığı noktalarla işlevsel bir alternatif sunmaktadır. Buna bağlı olarak, disiplin kurumsallaştırdığı katılımcı müzakere ve senaryo üretimi süreçleri, farklı kurumlar ile paydaş grupları tarafından etkili bir biçimde kullanılmaktadır. Roper ve Hurst (2019:2-3), genel olarak paydaş katılımının ve müzakere temelli katılımın, halkın politika üzerine günlük konuşmalarını görünür kılan senaryo oluşturma süreçleri aracılığıyla bakış açısının anlaşılmasına yardımcı olduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra söz konusu süreç, sürdürülebilir toplumsal uzlaşıya dayanan kararların oluşumunu kolaylaştırmaktadır. Böylece geleneksel paydaş katılım modelleri yeniden yapılandırılarak toplumsal meselelerin daha iyi tespit edilmesi ve kavranması sağlanmaktadır.

Rittel ve Weber'e (1973:155-167) göre kötü huylu sorunlar, sınırları ve tanımı belli olmayan, zm sırasında yeni bilgilerin ortaya çıkabildiği, tek bir doğru cevabı olmayan ve genellikle uzun vadede sonuç veren karmaşık problemlerdir. Sokak hayvanlarının varlığı bir sorun oluşturmamaktadır, asıl sorun devlet, belediyeler, medya ve vatandaşlar ile gönüllüler arasındaki karmaşık ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden konu yalnızca hayvanların refahıyla bağlantılı olmayıp kurumlar arasındaki işbirliği, yetki paylaşımı ve sorumluluk dağılımıyla da ilgilidir. Kötü huylu sorunlarda kurumlar nihai zmler sunmak yerine çok paydaşlı ynetişimde diyalog, katılım ve iş birliğini glendirdike tamamlayıcı bir katkı üretebilecektir. Buna göre kurumlar, kamu ve sivil toplumla birlikte stratejik, ortaklaşa ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirmelidir (Roper ve Hurst, 2019:5-8).

Göncü'ye göre (2024: 342-343) sokak hayvanlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında  ögeye dikkat edilmelidir:

şekil 2. Sokak Hayvanlarına Yönelik KSS Kampanyalarının 3 gesi

Eş retim ve ortak karar alma

Belediyeler, kamu kurumları, akademi ve sivil inisiyatifler arasında kalıcı diyalog mekanizmalarının kurulması ve kurumların sponsorlukla sınırlı kalmayıp politika tasarımı ile uygulamaya doğrudan katılması gerekmektedir.

şeffaflık ve hesap verebilirlik

Kısırlaştırma sayıları yanında sokak etkileşimleri, şikayet eğilimleri, gönüllü katılım oranları ve toplumsal tükenmişlik düzeylerini izleyen kapsamlı göstergeler oluşturulması zorunludur.

Anlatı ve çerçeveleme sorumluluğu

Sorunu grnmezleştiren çıktı toplama söylemi yerine ortak yaşam ve toplumsal refahı önceleyen, insan merkezli dili azaltan bir kamusal anlatı inşa edilmesi gerekmektedir.

Kaynak: Göncü,2024:342-343

Sonuç olarak KSS'nin yüzeysel etkinliklere indirgenince etkisizleştğini söylemek mümkündür. Ancak çok paydaşlı, şeffaf, katılımcı ve öğrenen programlar olarak tasarlanıp kamu politikalarıyla eşgüdüm kurulduğunda ve birlikte yaşam ve refah hedefleri üzerinden konumlandırıldığında KSS daha da etkili olabilecektir.

Türkiye'de markalar, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında sokak hayvanlarına yönelik kampanyalar tasarlamakta ve uygulamaktadır. Bu kampanyalar, besleme ve mama lojistiği, barınma ile altyapı destekleri, farkındalık ve sahiplendirme kampanyaları, gönüllülük üzerinden ilerlemektedir. Markalar ile sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliklerinde satışa bağlı bağış modelleri, ölçeklenebilirliği artırmaktadır ayrıca belediyelerle kurulan ortaklıklar ise sahadaki uygulamaların sürekliliğini ve kapsayıcılığını güçlendirmektedir. Bununla birlikte kampanya etkilerinin genellenabilir biçimde değerlendirilebilmesi için kısırlaştırma, tedavi, sahiplendirme ve dağıtım metriklerinin düzenli ve şeffaf biçimde raporlanması kritik önem taşımaktadır.

Türkiye'de sokak hayvanlarına yönelik KSS kampanyaları, halkla ilişkiler çerçevesinde hem marka iletişimi hem de toplumsal fayda üretimi bakımından oldukça önemli veriler sağlamaktadır. Ancak Türkiye'de son 12 yılda düzenlenen KSS kampanyalarında yapı heterojenlik göstermektedir. Dolayısıyla yapılan kampanyaların dağılımı dört amaç etrafında birleşmektedir: beslenme ve mama desteği, barınma ve altyapı, farkındalık, sahiplendirme ile gönüllülük. Her kategorideki kampanyalar, iletişim stratejisi ve süreklilik açısından farklılaşmaktadır. Mama ve beslenme odaklı kampanyalar, çoğunlukla bağış eşlemesi ve alışverişe bağlı destek modelleriyle yürümektedir. Böylece marka, empati temelli katılım yaratarak duygusal bağ güçlendirmektedir. Ünlü'ye göre (2018), bu stratejide etkiler genellikle kısa vadeli.

Barınma ve altyapı projeleri daha az aktör tarafından üstlenilmektedir. Buna rağmen yapısal etki potansiyeli yüksektir. Bu noktada halkla ilişkiler dış iletişimden ziyade kurum içi itibar ve kamu paydaş ilişkileri için stratejik bir kanaldır. Ne var ki bu amaçla yapılan kampanyalarda sürdürülebilirlik sağlamak oldukça zordur. Çünkü idari destek, bakım maliyeti ve gönüllü sürekliliği gibi değişkenler bu kampanyalarda belirleyicidir.

Türkiye'de sokak hayvanlarına yönelik düzenlenen farkındalık kampanyaları en fazla düzenlenen kampanya modelidir. Bu kampanyaların çoğu, dijital anlatılar ve kullanıcı etkileşimi etrafında dönemsel görünürlük üretmektedir. Böylece markalar konumlarını güçlendirmektedir. Bir diğer kampanya türü olan sahiplendirme ve gönüllülük programları, toplulukla bağ kurma ve kurum içi iletişim açısından değer taşımaktadır. Bu kampanyalar insan ile hayvan temasını derinleştirmesine rağmen kampanya sonuçlarını izleme zayıftır. Çünkü sahiplendirilen hayvanların takibi, gönüllü bağlılığı ve program kalıcılığı üzerine kamusal veri yoktur. Bu eksik, kurumsal ilişkiler boyutunun değerlendirilmesini güçleştirmektedir. üretmemektedir.

12 yıllık sokak hayvanlarına yönelik KSS kampanyası analizinin genel tablosunda iletişimsel görünürlük yüksektir. Fakat etki ölçümü ve sürdürülebilir modelleme yetersizdir. Bu yüzden birçok kampanya kısa vadeli medya ilgisine yaslanmakta ve uzun vadeli toplumsal dönüşüm için bütüncül tasarım üretmemektedir. Bu çerçevede Türkiye’de son on iki yılda yürütülen kampanyalar aşağıdaki tabloda derlenmiştir:

Tablo1 Türkiye’de Sokak Hayvanlarına Yönelik KSS Kampanyaları					
Yıl	Kampanya	Düzenleyen	Aktörler (İşbirliği)	Amaç	Uygulama
2013	Pedigree & Whiskas – PetFest	Marka	Mars Gıda, Barınaklar, STK’lar	Barınak hayvanlarına destek, sahiplenme farkındalığı	Açık hava festivalinin (yarışmalar, etkinlikler) bilet gelirleri barınak iyileştirmesine bağışlandı
2014	Pugedon – Geri Dönüşümlü Mama Otomatı	Marka, Belediye	Pugedon+İstanbul İlçe Belediyeleri	Geri dönüşümle sokak hayvanlarına mama sağlamak	Uygulamada “sanal mama” bağışı ve siparişlerden belli payı mama olarak yansıtmaya
2014	Migros – Kalan Tazeler Küçük Dostlarımıza	Marka, STK	Migros, HAYTAP	Mağaza artık gıdalarıyla sokak hayvanlarını beslemek, israfı önlemek.	Son kullanma tarihi yaklaşan gıdaları barınak ve besleme noktalarına bağış (HAYTAP lojistiğiyle) yapıldı.
2015	Getir – “Mama Gönder” Kampanyası	Marka, STK	Getir, HAYTAP	Yüksek hacimde mama desteği sağlamak	Uygulamada “sanal mama” bağışı ve siparişlerden belli payı mama olarak yansıtmaya uygulaması yapıldı.
2015	CarrefourSA – Dost Hareketi	Marka, STK	CarrefourSA, HayKonfed	Sokak ve barınak hayvanlarına mama desteği	Mama dağıtımı (gönüllülerle) reyon atıklarının bağışı yapıldı.
2015	Nestlé Purina – #SenDePatile	Marka	Nestlé Purina PetCare	Mama bağışı ve toplumda farkındalık sağlamak	Satın alma ve dijital etkileşim ile mama bağışı yapıldı.
2015	Aras Kargo – Mama ve Su Kabı Dağıtımı	Marka	Aras Kargo (“Doğa Dostu Araslar” gönüllü platformu), HAÇİKO	Şube ve bölgelerde sokak hayvanlarına besleme desteği sağlama	Tüm şube ve transfer merkezlerine mama ve su kapları dağıtımı; gönüllü besleme etkinlikleri yapıldı.
2015	Toyzz Shop (Sunman) – Sokak Hayvanları Kumbarası	Marka, STK	Toyzz Shop (Sunman), HAYTAP	Ürün satışıyla mama ve tıbbi malzeme bağışı	Oyun hamuru satışından paket başı 2 TL’yi HAYTAP’a bağışlama uygulaması yapıldı.
2016	Hürriyet Emlak – Sokak Hayvanlarına Sıcak Yuva	Marka	Hürriyet Emlak	Sokak hayvanları için kışın korunaklı yuva sağlama	Özel üretilen “Hürriyet Emlak Yuvası” kedi/köpek evlerini dağıtma uygulaması yapıldı.
2017	Gratis – Mağazalarda Ücretsiz Mama Dağıtımı	Marka	Gratis, Martı & belediyeler ile lojistik işbirliği	Hayvanseverleri besleme desteğine teşvik etme	4 Ekim’de ülke genelindeki Gratis mağazalarında ücretsiz mama paketleri hediye edildi.
2018	Austrotherm – Isı Yalıtımlı Kedi Evi Projesi	Marka	Austrotherm	Sokak kedilerine kışın sıcak, yazın serin barınak sağlamak	EPS yalıtım malzemesinden kedi evleri üretilip park ve bahçelere yerleştirme yapıldı.

20 18	HAÇIKO – Minik Dostlar İş	STK	Haçiko	Sokak hayvanlarını sahiplendirme ve ofis ortamına kazandırma	Şirketlere yapılan çağrıyla sokak hayvanlarının ofislere sahiplendirme eylemi yapıldı.
20 18	Vestel-Manisa Bld. – Engelli Sokak Hayvanlarına Yürüteç	Marka, Belediye	Vestel, Manisa Büyükşehir Belediyesi	Engelli hayvanların hareket kabiliyetini artırmak	Geri dönüşüm malzemelerinden özel yürüteç cihazları üretilip ihtiyacı olan sokak hayvanlarına dağıtma uygulaması yapıldı.
20 18	Scotty – Mama Kabı ve Mama Hediyesi Kampanyası	Marka	Scotty (ulaşım uygulaması)	Dünya Hayvanları Koruma Günü farkındalığı, kullanıcıları harekete geçirmek	4 Ekim’de belirli lokasyonlarda Scotty yolculukları sırasında kullanıcılara ücretsiz mama kabı ve kedi/köpek maması hediye edilmesi
20 18	Temizmama – Yaz Sonu Terkedilen Hayvanlar Farkındalık Kampanyası	Marka	Temizmam a.com	Yazlık bölgelerde sezon sonunda terk edilen evcil hayvanlar sorununa dikkat çekmek	Duygu odaklı reklam filmi ve sosyal medya içerikleri ile kamuoyu oluşturma
20 19	Trendyol – 4 Ekim Odaklı Görünürlük ve Destek	Marka	Trendyol	Farkındalık artırma ve satışları yönlendirerek destek sağlama	4-7 Ekim’de sokak hayvanları için evcil hayvan ürünlerinde indirim kampanyası yapıldı.
20 19	Eti – BenimDostum’O Projesi	Marka + STK	Eti, HAYTAP, HEPAD, ENCANDE R	Barınak koşullarını iyileştirme ve farkındalık sağlama	Özel ambalajlarda HAYTAP logosu kullanımı, satış gelirinden fon ayrılması ve STK iş birliğiyle seçilen barınaklara mama, ekipman, sağlık cihazı desteği sağlandı.
20 19	Felix (Purina) – #SenDePatile Adım Kampanyası	Marka	Nestlé Purina	Adımların mamaya dönüşmesiyle destek sağlama	Adımsayar uygulamasından alınan adım ekran görüntüsünü #SenDePatile etiketiyle paylaşan herkes için Purina’nın mama bağıışı yapıldı.
20 19	Tekzen – Pati Dostu Evler & Mama Hediyesi	Marka	Tekzen	Sokak hayvanlarına barınak ve mama desteği	4 Nisan’da “Pati Dostu Evler” projesiyle kedi/köpek evleri başlatıldı; 4 Ekim’de Tekzen mağazalarından alışveriş yapanlara ücretsiz “Best Friends” mama paketleri verildi.
20 19	General Mobile – #HerFotoğrafBirKapMama	Marka	General Mobile, HAYTAP	4 Ekim’i kutlarken mama bağıışı sağlamak	Sosyal medya etkileşimi: #HerFotoğrafBirKapMama etiketiyle hayvan temalı fotoğraf paylaşımına bir kap mama bağıışı yapıldı.
20 19	Koton – “Love” Koleksiyonu (Bana Göz Kulak Ol)	Marka + STK	Koton, Bana Göz Kulak Ol Derneği	Özel ürün koleksiyonuyla gelir sağlama ve farkındalık oluşturmak.	Evcil hayvan temalı “Love” moda koleksiyonu geliriyle 10.000 sokak hayvanına yardım hedeflendi.
20 19	Turkcell – Gülümse Gülümset	Marka (Telekom)	Turkcell, Yedikule Hayvan Barınağı	İnteraktif etkinlik yoluyla sokak hayvanları için mama bağıışı sağlamak ve farkındalık yaratmaktır.	“Dijital Operatör” uygulamasında 2-5 Ekim arası kullanıcıların gülümsemesini analiz eden etkinlik – her

					katılım için barınağa mama bağıışı yapmıştır.
20 20	Trendyol- HAYTAP Her 15 kg Mama Bağıışı Kampanyası	Marka, STK	Trendyol, Haytap	Alışverişi mama bağıışına dönüştürmek	Alışverişi mama bağıışına dönüştürmek 4-11 Ekim 2020 tarihleri arasında Trendyol’da her 15 kg mama satışına ek 15 kg mama bağıışı yapıldı.
20 20	Getir-HAYTAP – Yardım Maması	Marka, STK	Getir, HAYTAP	Pandemi döneminde mama bulamayan sokak hayvanlarına destek sağlamak	Uygulamada “Yardım Maması” satın alımı ile bağıış yapıldı.
20 21	Cheetos- HAYTAP – Paket Bağı Destek	Marka STK	Cheetos, HAYTAP	Cips satışlarından elde edilen gelirin bir kısmıyla mama/tedavi desteğı sağlamak.	Satılan her Cheetos paketi için HAYTAP’a bağıış yapıldı.
20 21	Friskies – Yemeksepeti – Sokaktaki Dostum İçin Kampanyası	Marka	Nestlé Purina Yemeksepe ti	4 Nisan Dünya Sokak Hayvanları Günü’nde mama desteğı sağlamak.	Yemeksepeti üzerinden 2 gün boyunca verilen her siparişe mama paketi eklenip gönüllüler aracılığıyla sokak hayvanlarına dağıtıldı.
20 21	Hepsiburada- Kurtaran Ev Kampanyası	Marka, STK	Hepsibura da, Kurtaran Ev	Online platform üzerinden mama ve malzeme bağıışlarını iletmek.	4 Ekim 2021’de Hepsiburada’da kullanıcılar site üzerinden mama/ekipman bağıışı yapabildi; şirket lojistiğıyle ürünler Kurtaran Ev’e ve oradan ihtiyaç noktalarına ulaştırıldı.
20 21	Profilo – “Oh Be”	Marka	Profilo	Kışın sokak hayvanlarına barınma ve besleme desteğı sağlamak	50 noktaya köpek kulübesi ,mama/su kabı dağıtıldı.
20 21	OEDAŞ – “Can Dostlar” Projesi	Marka, STK, Belediye	Osmangazi EDAŞ, HAYTAP, Yerel Yönetimler	Hizmet bölgesindeki sokak hayvanlarının beslenme, barınma, kısırlaştırma ihtiyaçlarına destek olmak.	Pandemi kısıtlamalarında saha ekiplerinin önerisiyle başlayan proje: STK ve belediyelerle iş birliğı yaparak mama tedariki, kulübe yapımı, ücretsiz kısırlaştırma ve tedavi uygulaması yapıldı.
20 22	Koç Topluluğı, SemtPati – SemtPati Fest & Gönüllülük	Marka, STK	Koç Topluluğı, SemtPati	Şirket çalışanlarını gönüllülüğe teşvik etmek; barınaklardaki hayvanlara yuva bulmak.	0 Temmuz 2022’de Koç Topluluğı çalışanları ve ailelerine yönelik SemtPati Fest düzenlendi. İBB geçici bakımevlerindeki sahiplendirilmeyi bekleyen köpekler çalışanlarla buluşturuldu; ayrıca SemtPati uygulaması üzerinden sürekli gönüllülük yapıları kuruldu.
20 22	ZUBİZU × HAYTAP – “Puanı Mamaya Çevir” Kampanyası	Marka, STK	ZUBİZU, HAYTAP	Sadakat puanlarını mamaya dönüştürmek.	ZUBİZU mobil uygulamasında üyelerin biriktirdiğı ödül puanlar belirli dönemlerde mama bağıışına çevrildi; ZUBİZU ayrıca toplanan puanın %20’si kadar mama da kendi bütçesinden ekledi. Toplanan mamalar HAYTAP

					gönüllüleriyle sahada dağıtıldı.
20 22	iyzico x Ahbap – “Kalpler Sokak Hayvanları İçin Atacak”	Marka, STK	iyzico, Ahbap	Sevgililer Günü vesilesiyle terk edilen evcil hayvanlar konusuna dikkat çekmek ve barınaklara mama desteği sağlamak.	14 Şubat 2022’de Ahbap Derneği iş birliğiyle kampanya: iyzico 1 ton mamayla başladı, kullanıcılar platform üzerinden barınaklara mama bağışı yapmaya davet edildi.
20 22	n11 – Dünya Kediler Günü Bağış Kampanyası	Marka, STK	n11.com, THKD (Türkiye Hayvanları Koruma Derneği)	17 Şubat Dünya Kediler Günü’nde barınak kedilerine mama desteği sağlamak.	1-17 Şubat 2022 arasında n11’de 1 TL ve üzeri alışveriş yapan herkese, indirimli fiyattan mama satın alıp Türkiye Hayvanları Koruma Derneği’nin barınağına bağışlama imkânı verildi.
20 22	Tetra Pak x Bana Göz Kulak Ol Derneği – “Geri Dönüşümden Yuva Projesi”	Marka, STK	Tetra Pak, Bana Göz Kulak Ol Derneği	Sokak hayvanları için dayanıklı barınaklar sağlamak.	Atık içecek kartonlarını işleyerek kedi ve köpek evleri üretildi. Giresun, Muş, İstanbul’da belirlenen noktalara buyalıtmı, her hava koşuluna dayanıklı kulübeler yerleştirildi
20 22	Teleperformanc e “Hayal Eden Karınca – Hayvanları Koruma Programı”	Marka,ST K	Teleperfor mance Türkiye, Hayal Eden Karınca Derneği, HAYTAP	Çalışan gönüllüleriyle sokak hayvanlarını koruma ve farkındalık sağlamak.	Diyarbakır, Uşak, Balıkesir gibi illerde TP gönüllülerinin besleme, bakım ve farkındalık etkinlikleri yapıldı.
20 22	Mars Gıda “Bir Mama Al, Onlar da Doysun & Patibüs”	Marka, STK, Belediye	Mars Gıda , Yerel STK’lar , Belediyeler	Barınak ve sokak hayvanlarının üç temel ihtiyacı olan besleme, barınma ve sahiplenilmeye yönelik entegre bir sürdürülebilir bir destek sistemi oluşturmak.	Ürün satış gelirinden barınaklara mama bağışı “Patibüs” mobil aracıyla İstanbul’un semtlerinde 1000 kedi evi kurulum ve 1 ton mama dağıtımı yapıldı.
20 22	Cheetos – Sahiplendirme Şarkıları Projesi	Marka, STK	Cheetos, HAYTAP	Sahipsiz hayvanların sesine dikkat çekip sahiplendirme yapmak.	4 sokak hayvanının sesiyle şarkı üretildi. Şarkılar dijital müzik platformlarında yayınlanmış ve elde edilen tüm gelirler, HAYTAP aracılığıyla sahiplendirme ve bakım faaliyetlerinde kullanıldı.
20 22	MNG Kargo – Barınak Kampanyası	Marka	MNG Kargo	Barınaklara bağış ulaştırmayı kolaylaştırma	%50 indirimli kargo ile bağış taşındı.
20 23	Espressolab x Beyoğlu Bld. – “Birlikte Sorumluyuz Kampanyası”	Marka, Belediye	Espressola b, Beyoğlu Bld.	Belediye barınağını iyileştirme ve sahiplenmeyi artırma hedeflendi.	Barınak yenileme kampanyasında ameliyathaneler, yoğun bakım üniteleri, kapalı barınaklar ve modern ekipmanlarla donatıldı; kapasite kedi için 30’dan 170’e, köpek için 22’den 40’a çıkarıldı.

20 23	Mavi- Kurtaran Ev – “Çözüm Yaşatmak” ve Hav Koleksiyonu	Marka, STK	Mavi, Kurtaran Ev	Barınak giderlerini üstlenme ve sahiplendirmeye teşvik	Barınağa kira sponsorluğu yapmanın yanısıra hav koleksiyonundan elde edilen gelirle Kurtaran Ev’e bağış yapılmış ve kamuoyunda konuya dair farkındalık yaratılmıştır.
20 23	Hepsiburada- Kurtaran Ev “Çip ve Karne Sponsorluğu”	Marka, STK	Hepsiburada, Kurtaran Ev	Sokak hayvanlarının kimliklendirilmesi ve takibi	Mikroçip ve aşı karnesi temini yapılmıştır.
20 23	Tuzla Bld. - Vehbi Koç Vakfı – “KoçPati” Rehabilitasyon Merkezi	Belediye, STK	Tuzla Belediyesi, Vehbi Koç Vakfı	Sokak hayvanları için modern bir bakım ve rehabilitasyon merkezi kurmak	4 Ekim 2023’te temeli atılan merkez, Vehbi Koç Vakfı desteğiyle inşa ediliyor. Tam donanımlı tesis, tedavi, kısırlaştırma ve rehabilitasyon hizmeti verecek.
20 24	Getir - HAYTAP – 1 Milyon Kap Mama	Marka, STK	Getir, HAYTAP	Yüksek hacimli mama desteği sağlamak	Getir, şirket bütçesinden finansmanla mama temin etmiş ve bu mamaları HAYTAP’ın belirlediği barınak ve besleme noktalarına ulaştırmak üzere bağışlamıştır. Kampanya döneminde Getir’den verilen her sipariş, sistemsel olarak otomatik bir mama bağışıyla eşleştirilmiştir. Yani kullanıcı özel olarak destek maması seçmese dahi, her sipariş kampanyaya katkı sağlamıştır.
20 24	Getir- HAYTAP “Mama Gönder 10. Yıl Kampanyası”	Marka, STK	Getir, HAYTAP	“Mama Gönder” kampanyasının 10. yılında kamuoyu farkındalığını tazelemek ve destek miktarını artırmak.	10. yılında “Sen sokakdakini doyur, biz barınaktakini” sloganıyla çift yönlü besleme sağlandı.
20 24	Koton – Koton Friends Koleksiyonu	Marka	Koton	Özel koleksiyon geliriyle hayvan refahını iyileştirme hedeflendi.	Pet temalı ürün koleksiyonu satışının bir kısmını sokak hayvanlarına bağışlama; mağazalarda farkındalık görselleri asıldı.
20 24	Nestlé – “Mavi Kapaklar Mama Kabına Dönüşüyor”	Marka	Nestlé Türkiye	Geri dönüşüm yoluyla mama kabı üretimi ve dağıtımı hedeflendi.	Toplanan mavi kapaklar geri dönüştürülerek mama kaplarına dönüştürülüyor; sahaya bırakılıyor.
20 24	Amazon- HEPAD & Kurtaran Ev – Destek Listesi	Marka, STK	Amazon Türkiye, HEPAD, Kurtaran Ev	Barınak ihtiyaçlarına sürekli destek sağlamak	Online platformda ihtiyaç listesi oluşturuldu.
20 25	Pazarama -İş Bankası “ 4 Nisan Özel Destek Kampanyası”	Marka/Fi ntek	Pazarama	Sokak hayvanlarının temel barınma ve beslenme ihtiyaçlarını karşılamaya katkı sunmak ve aynı zamanda bu özel gün	Kampanya dönemi boyunca, Pazarama platformundan alışveriş yapan kullanıcılara kedi evi, mama kabı ve kedi/köpek maması içeren

				vesilesiyle kamuoyunda farkındalık yaratmaktır.	setler siparişlerine ek olarak ücretsiz şekilde ulaştırılmıştır.
20 25	Espressolab-Beyoğlu Bld. "Sahipsiz Hayvan Bakımevi Kampanyası"	Marka, Belediye	Espressolab, Beyoğlu Belediyesi	Sokak hayvanları için modern barınma, tedavi ve kısırlaştırma hizmeti sunmak.	Kamu-özel iş birliğiyle mevcut Beyoğlu geçici bakımevi tamamen yenilendi ve Espressolab Sahipsiz Hayvan Bakımevi adıyla Şubat 2025'te hizmete açıldı. Tesis, ameliyathaneler, yoğun bakım üniteleri, kapalı barınaklar ve modern ekipmanlarla donatıldı; kapasite kedi için 30'dan 170'e, köpek için 22'den 40'a çıkarıldı
Kaynak: Yazar tarafın oluşturulmuştur.					

Sonuç

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), neoliberal ekonomi politikalarının ve küresel yönetim pratiklerinin etkisiyle kurumsal kimliğin ve itibarın yeniden inşasında stratejik bir araç haline gelmiştir. Carroll'un (1991) kurumsal çerçevesinde KSS ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik olmak üzere dört temel sorumluluk katmanında tanımlanmaktadır. Bu katmanlar günümüzde hem birbirini tamamlayıcı hem de bütünleşik ve çoğu zaman pazarlama iletişimiyle iç içe geçmiş biçimlerde uygulanmaktadır. Alanyazında KSS kampanyaları sadece iletilen bir mesaj olarak ele alınmamaktadır aksine bu kampanyalar üretilen değer üzerinden değerlendirilerek kurumsal şeffaflık, paydaş katılımı, hesap verebilirlik gibi normatif ilkelerle ilişkilendirilmektedir (Grunig & Grunig, 1992). Ancak KSS uygulamalarının somut toplumsal etkisinin ölçümlenebilmesi, bu kampanyaların salt imaj temelli bir yaklaşımdan uzaklaştırılmasıyla mümkün olacaktır.

Sokak hayvanları, Türkiye'de sosyal politika odağının dışında kalan, büyük oranda sivil inisiyatifler ve bireysel gönüllülükle desteklenen bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Bu durum, özel sektörün ve diğer örgütlü yapıların KSS çerçevesinde bu alana yönelmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda, 2013–2025 yılları arasında yürütülen KSS kampanyaları beslenme ve mama desteği, barınma altyapısının kurulması, sahiplendirme süreçlerinin desteklenmesi ve kamuoyunda duyarlılık yaratılması gibi temalara odaklanmıştır. Ancak bu girişimlerin çoğu dönemsel etkinlikler ya da tek seferlik kampanyalar biçiminde organize edilmiş ve sürdürülebilir bir modelin içine yerleşmemiştir.

Kampanyaların önemli bir bölümü bağış eşleşmesi, sadakat puanı dönüştürme ya da dijital medya etkileşimi gibi tüketici katılımına açık uygulamalara yaslanmaktadır bu durum, halkla ilişkiler stratejilerinde KSS'nin katılımı teşvik eden biçimiyle nasıl araçsallaştırıldığını göstermektedir. Öte yandan bazı kampanyalar (örneğin barınak inşası, rehabilitasyon merkezi kurulumu, sahiplendirme programları) daha yapısal

çözümler sunmakla birlikte, bu tür girişimlerin sayısı sınırlıdır ve çoğu zaman yalnızca belirli kurumların vizyonuna bağlı kalmaktadır. Kampanyaların sonuçlarına dair sosyal etki değerlendirmesinin yapılmaması ya da kamuoyuyla paylaşılması ise bu kampanyaların halkla ilişkiler disiplini içinden sürdürülebilirlik, hesap verilebilirlik ve paydaş diyalogu ilkeleriyle uyumunu zayıflatmaktadır. Tüm bu bulgular, sokak hayvanları için yürütülen KSS kampanyalarının çoğunlukla sembolik iletişim düzeyinde kaldığını, yapısal çözüm üretme kapasitesinin ise hala sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Kurumsal sorumluluğun halkla ilişkiler disiplini içindeki yerini daha anlamlı kılabilmek için, kampanya tasarımlarında bütüncül bir stratejik planlama, paydaş katılımı ve uzun vadeli sosyal etki ölçümlmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde, bu tür kampanyalar yalnızca kurumsal görünürlük sağlamakla sınırlı kalarak sokak hayvanlarının yaşam koşullarında köklü bir dönüşüm üretme potansiyelinden uzaklaşmaktadır. Bu bağlamda, iletişim uzmanlarının bu kampanyaları yalnızca iletişim çıktılarıyla değil, toplumsal sonuçlarıyla birlikte analiz etmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Abdulkarim, A., Khan, M. A. K. B. G., & Aklilu, E. (2021). Stray animal population control: methods, public health concern, ethics, and animal welfare issues. *World's veterinary journal*, 11(3), 319-326.
- Aiking, H., & De Boer, J. (2004). Food sustainability: Diverging interpretations. *British Food Journal*, 106(5), 359-365.
- Akyüz, E. (2021). Çevre etiği ve sokak hayvanları: İstanbul örneği. In *Proceedings of the 12th Online Eurasian Conference on Language & Social Sciences* (pp. 349-358). Ekaterinburg: ECLSS International.
- Armutak, A. (2008). Yahudi ve Hristiyan dini kutsal kitaplarında hayvan hakları. *İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 34(1), 39-55.
- Aşar, H. (2018). Hayvan haklarına yönelik temel görüşler ve yanılgıları. *Kaygı: Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (30), 239-251.
- Bek, N. (2025). Sosyal belediyeçilik anlayışı bağlamında sokak hayvanları ve güncel tartışmalar. *İdealkent*, 17(47), 290-311.
- Bhattacharya, C. B., Korschun, D., & Sen, S. (2009). Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85(Suppl 2), 257-272. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9730-3>
- Brammer, S. J., & Pavelin, S. (2006). Corporate reputation and social performance: The importance of fit. *Journal of Management Studies*, 43(3), 435-455. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00597.x>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Ceylan, N. A. (2017). Kamu hukuku (genel kamu hukuku) sosyal ve ekonomik haklar ve hakların bütünlüğü ilkesi. *Anasay: 3 Aylık Ulusal Hakemli Süreli Dergi*, 1(2), 217-226.
- Çankaya, H., Ekiz, C., & Şahin, N. (2024). Türkiye’de hayvanların korunması politikası. *Fiscaeconomia*, 8(2), 825-861. <https://doi.org/10.25295/fsecon.140223>
- Çankır, B., Findık, H., & Koçak, Ö. E. (2012). Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir organizasyon yönetimi.

- Çetin, S. (2024). Türkiye’de hayvan hakları mücadelesi yürüten sivil toplum örgütlerinin Instagram kullanımları: HAÇİKO, HAYKOD ve HAYTAP örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 67, 161–178.
- Çobanoğlu, N., Tamzok, H., & Kük, M. (2013). Hukuki ve etik boyutlarıyla sokak hayvanları. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 245–280.
- Demir, P., & Koç, A. (2019). Geçici hayvan barınaklarının genel durumları ve sorunlarına ilişkin bir değerlendirme: Ege Bölgesi örneği. *Veterinary Journal of Mehmet Akif Ersoy University*, 4(1), 29–33.
- Deniz, G. (2025). Sokak hayvanları sorununa belediyelerin çözüm arayışı: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi örneği. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 9(1), 57–85.
- Doğan, A. (2006). Hayvan hakları sorununa biyosantrik bir yaklaşım. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23(1).
- Dokuzlar, B. K., & Uçar, T. F. (2018). Bir sosyal farkındalık projesi bağlamında grafik tasarım uygulamaları. *Art-e Sanat Dergisi*, 11(21), 66–89.
- Ergün, E. (2020). Ruhsuz makine: Hayvan. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (29), 441–456.
- Fernández-Mateo, J., & Franco-Barrera, A. J. (2020). Animal welfare for corporate sustainability: The Business Benchmark on Farm Animal Welfare. *Journal of Sustainability Research*, 2(3), 3800–3817. <https://doi.org/10.20900/jsr20200030>
- Fombrun, C. J. (2005). A world of reputation research, analysis and thinking—Building corporate reputation through CSR initiatives: Evolving standards. *Corporate Reputation Review*, 8(1), 7–12. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540235>
- Francione, G. L. (1995). Animal rights and animal welfare. *Rutgers Law Review*, 48, 397–420.
- Göncü, B. (2024). Kötü huylu sorunlar bağlamında Türkiye’de sokakta yaşayan hayvanlar: Eleştirel halkla ilişkiler perspektifinden bir çerçeve. *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 331–347.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communication. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 285–325). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gürler, A. M., & Osmanağaoğlu, Ş. (2009). Türkiye’de hayvanları koruma kanununun tarihsel gelişimi. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 15(3), 325–330.
- Hamidu, A., Haron, M., & Amran, A. (2015). Corporate social responsibility: A review on definitions, core characteristics and theoretical perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 83–95.
- Işık, M., & Güler, Ş. (2022). Kurumsal iletişimin genel hatları. In M. S. Türk, U. Işık, & K. A. Koz (Eds.), *Kurumsal iletişim ve sosyal medya* (pp. 5–20). Eğitim Kitabevi.
- İnci, Z. Ö. (2019). Güncel Gelişmeler Işığında Türkiye’de Hayvanların Ceza Hukuku Bakımından Korunması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1-24.
- Janssens, M. (2022). Animal business: An ethical exploration of corporate responsibility towards animals. *Food Ethics*, 7(1), Article 2. <https://doi.org/10.1007/s41055-022-00107-5>
- Janssens, M. R., & Kaptein, M. (2016). The ethical responsibility of companies towards animals: A study of the expressed commitment of the Fortune Global 200. *Journal of Corporate Citizenship*, (63), 42–72. <https://doi.org/10.9774/GLEAF.4700.2016.se.00007>
- Karataş, A. (2025). Hayvan hakları bağlamında sokak hayvanları üzerine bir değerlendirme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 326–354.
- Koçkaya, M., Özşensoy, Y., & Alıcı, Ş. (2024). Sokak hayvanları bakım ve rehabilitasyon merkezinde bulunan köpeklerin sağırılık yönünden araştırılması. *Turkish Veterinary Journal*, 6(2), 49–55.
- Köybaşı, S. (2018). Yeni Bir Anayasal Hak Öznesi Olarak Hayvan—I. *Anayasa Hukuku Dergisi*, 7(13), 103–156.
- Melikoğlu, B. (2009). Türkiye’de kurulan ilk hayvanları koruma derneğinin tarihsel gelişimi. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 80(1), 37–44.
- Nesanır, N. (2006). Türkiye’de henüz çözülemeyen bir sorun: Kuduz riskli temas olguları. *STED/Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 15(12), 202–206.

- Özkol, E., Çelik, M., & Gönen, S. (2005). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve muhasebenin sosyal sorumluluğu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (27), 134–145.
- Rittel, H. W., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155–169.
- Roper, J., & Hurst, B. (2019). Public relations, futures planning and political talk for addressing wicked problems. *Public Relations Review*, 45(5), Article 101828. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101828>
- Saraç, M., Erdur, D. A., & Bektaş, O. (2016). Corporate social responsibility in Turkey: A sectoral analysis. *European Journal of Applied Business Management, Special Issue*, 229–243.
- Šeiko, S., & Možarova, A. (2025). Companion or stray? Conflicting beliefs of veterinary professionals and animal help volunteers in Latvia. *Italian Sociological Review*, 15(2), 413–413.
- Serhane, S. (2025). The multifaceted nature of corporate social responsibility: Exploring the economic, legal, ethical, and philanthropic dimensions. *Business Ethics and Leadership*, 9(1), 230–239.
- Sert, H., & Uzman, A. (2017). Dünya’da hayvan refahı uygulamalarının ekonomik ve sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 263–276.
- Stucki, S. (2020). Towards a theory of legal animal rights: Simple and fundamental rights. *Oxford Journal of Legal Studies*, 40(3), 533–560.
- Sullivan, R., Amos, N., & Van de Weerd, H. A. (2017). Corporate reporting on farm animal welfare: An evaluation of global food companies’ discourse and disclosures on farm animal welfare. *Animals*, 7(3), 17. <https://doi.org/10.3390/ani7030017>
- Tandoğan, O. (2022). Kentleşme bağlamında sokak hayvanlarının değişen statüsü. *Kent Akademisi*, 15(4), 1884–1905.
- Tiftik, C., Dilsiz, A., & Türel, A. (2015). Esenler ve sokak hayvanları: Sokak hayvanlarının kent kültüründeki yeri. In *Herkes İçin Dost Kentler* (pp. 191–212). İlbey Matbaa.
- Tranova, T. T., & Matyášová, M. (2022). Animal rights in corporate social responsibility: Going beyond animal welfare in business context.
- Türkiye Cumhuriyeti. (2004). 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu. *Resmî Gazete*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/07/20040701.htm#2>
- Ülger, E. Y. (2023). Kurumsal sosyal sorumluluk ve hayvan hakları. In H. Y. Çoğun (Ed.), *Veteriner hekimliği bilimlerinde güncel tartışmalar 2* (pp. 36–50). Bilgin Kültür Sanat.
- Ünlü, S. (2018). A study on the reputation rules of corporate reputation research results and their compliance with Ekişözlük user comments. *3. Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 53(3), 889–905.
- Valentine, S., & Fleischman, G. (2008). Professional ethical standards, corporate social responsibility, and the perceived role of ethics and social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 657–666.
- Voslárová, E., & Passantino, A. (2012). Stray dog and cat laws and enforcement in Czech Republic and in Italy. *Annali dell’Istituto Superiore di Sanità*, 48(1), 97–104.
- Waldau, P. (2010). *Animal rights: What everyone needs to know*. Oxford University Press.
- Widmar, N. J. O., Morgan, C. J., & Croney, C. C. (2018). Perceptions of social responsibility of prominent animal welfare groups. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 21(1), 27–39.
- Windsor, D. (2006). Corporate social responsibility: Three key approaches. *Journal of Management Studies*, 43(1), 93–114.
- Wise, S. M. (1995). The legal thinghood of nonhuman animals. *Boston College Environmental Affairs Law Review*, 23, 471–491.
- Yağan, A. Ö. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri için tasarlanan videoların göstergebilimsel çözümlemesi: HAYTAP ve BGD’nin empati videosunun çözümlemesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(1), 1–12.
- Yönet, E. (2005). Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışında son dönemeç: Stratejik sorumluluk. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(13), 239–264.