

T.C.
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ
SOSYAL PROJELER VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI YÖNETİMİ
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

HAK TEMELLİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI İÇİN ADIM ADIM VE
DESTEKLE DEĞİŞTİR MODELLERİNİ KULLANARAK BAĞIŞ
YAPANLARIN DAVRANIŞ VE MOTİVASYONLARININ İNCELENMESİ

Hakan ÖZKAN

117706001

Doç. Dr. İtir ERHART

İSTANBUL

2020

ÖNSÖZ

Bu tezin çok büyük bir kısmının karantinada kaldığımız dönemde oluşması ve tamamlanması, hayatımda olaylar arasında bağlantıları var eden ve adını anacağım insanlardan biri olmadan mümkün olamazdı.

Öncelikle tez yazım sürecinde gösterdiği yol, fikirleri ve yönlendirmeleri için Tez Danışmanım Doç. Dr. İtir Erhart'a, uzun yıllar Sivil Toplum ve Sosyal Projeler ve STK Yönetimi Yüksek Lisans programına olan emekleri ve yönlendirmeleri için Prof. Dr. Nurhan Yentürk'e, tez konumun belirlenmesindeki katkıların yanında ve teorik bilgimin gelişmesindeki değerli katkıları için Yörük Kurtaran, Liana Varon ve Laden Yurttagüler'e, ders aldığım hocalarım Ali Alper Akyüz, Pınar Gümüş ve Elvan Cantekin'e, her daim fikirlerinden ve tartışmalarından ilham aldığım değerli dönem arkadaşlarım, Buğra, Ege, Emre, Merve, Oset, Pınar, Selin, Selcen ve Serdar'a;

Araştırmamın ilerlemesinde çok değerli destekleri için Birce Altay, Esra Elif Nartok ve Kıvanç Ergun'a, SPSS konusundaki yardımları için Doğukan Kocabaş'a, son okumalar için gönüllü olan Ferid Günay, Logan Linnane ve Ece Doğan'a, araştırma fikirlerimin alt yapısını oluşturan değerli Fundraising Okulu ekibine, profesyonel ve akademik anlamda bulunduğum noktaya ulaşmamı sağlayan çok değerli Kaos GL ekibine, destekleri için FLA ekibine, inançları ve sağladıkları esneklikler için UNFPA Doğu Avrupa ve Orta Asya Bölge ofisinden iş arkadaşlarım Pınar Perçinel, Sevcan Hacılar, Karlygash Mizanova ve Özlem Dilara Büyüктаş'a, Pınar Enginsu ve yolumu yogayla kesiştiren herkese;

Son olarak beni ben yapan, kendimi var ederken çekinmediğim güzel arkadaşlarım Doğukan, Efruz, Didem, Özenç, Özge, Nora, Tulya, Atilla, Arzu, Ali, Sude, Brittany, Essa'ya, tez sürecinin sonundaki destekleri ve varlığı için Gautier Tinarrage'a, mekân sponsorlukları için Buğra'ya, katkıları için Mustafa'ya ve Naciye Ablama teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	ii
KISALTMALAR.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
TABLO LİSTESİ.....	x
ABSTRACT	xii
ÖZET	xiii
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. ARAŞTIRMANIN İÇERİĞİ.....	3
1.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	3
1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	4
1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	5
İKİNCİ BÖLÜM	6
BAĞIŞ VE BAĞIŞÇI MOTİVASYONLARI	6
2.1. BAĞIŞ TANIMI VE İLGİLİ KAVRAMLAR.....	6
2.2. TÜRKİYE'DE BAĞIŞÇILIK VE HAYIRSEVERLİK ÜZERİNE ARAŞTIRMA SONUÇLARI.....	9
2.3. TÜRKİYE'DE BAĞIŞ VE YARDIM TOPLAMA ÜZERİNE DÜZENLEMELER	17
2.3.1. Vakıflar ve Vakıflar için Yardım Toplama Düzenlemeleri.....	19
2.3.2. Dernekler ve Dernekler için Yardım Toplama Düzenlemeleri	20
2.3.3. Dernek ve Vakıflar için Vergi Düzenlemeleri	21
2.4 HAK TEMELLİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI İÇİN BAĞIŞÇILIK VE HAYIRSEVERLİK	21
2.5. BAĞIŞÇI MOTİVASYONLARI.....	25
2.5.1. İhtiyaç Bilinci.....	26
2.5.2. Talep.....	28
2.5.3. Maliyet-Fayda	30
2.5.3.1 Maliyet	30
2.5.3.2 Fayda.....	31
2.5.4. Özgecilik (Altruism).....	32
2.5.5. İtibar.....	32

2.5.6. Psikolojik Yararlar	34
2.5.7. Kişisel Değerler.....	35
1.5.8. Etki	36
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	37
3.1. DESTEKLE DEĞİŞTİR MODELİ (GIVING CIRCLE)	37
3.2. DEĞİŞİM İÇİN BAĞIŞ PROJESİ VE TÜRKİYE'DE DESTEKLE DEĞİŞTİR ETKİNLİKLERİ.....	39
3.2.1 Destekle Değiştir 2014.....	41
3.2.2 Destekle Değiştir 2016.....	41
3.2.3 Destekle Değiştir 2017	41
3.2.4 Destekle Değiştir 2019.....	41
3.2.5 Sivil Toplum için Destek Vakfı tarafından Destekle Değiştir Etkinliği	42
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	42
4.1. ADIM ADIM MODELİ (YARDIMSEVERLİK KOŞUSU).....	42
4.2 ADIM ADIM PLATFORMU VE TÜRKİYE'DE YARDIMSEVERLİK KOŞULARI	44
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	47
5.1. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ	47
5.1.2 Bağışçı Motivasyonları açısından Destekle Değiştir Etkinliklerinin İncelenmesi	49
5.1.2.1 Destekle Değiştir ile İhtiyaç Bilinci Motivasyonu	57
5.1.2.2 Destekle Değiştir İle Talep Motivasyonu	60
5.1.2.3. Destekle Değiştir İle Maliyet-Fayda Motivasyonu	63
5.1.2.4. Destekle Değiştir İle Özgecilik (Altruistic) Motivasyonu	65
5.1.2.5. Destekle Değiştir İle İtibar Motivasyonu	67
5.1.2.6. Destekle Değiştir İle Psikolojik Yararlar Motivasyonu	68
5.1.2.7. Destekle Değiştir İle Kişisel Değerler Motivasyonu.....	69
5.1.2.8. Destekle Değiştir İle Etki Motivasyonu	72
5.1.3 Bağışçı Motivasyonları açısından Adım Adım Platformunun İncelenmesi .	74
5.1.3.1. Adım Adım İle İhtiyaç Bilinci Motivasyonu	83
5.1.3.2. Adım Adım İle Talep Motivasyonu.....	85
5.1.3.3. Adım Adım İle Maliyet-Fayda Motivasyonu	88
5.1.3.4. Adım Adım İle Özgecilik (Altruistic) Motivasyonu.....	91
5.1.3.5. Adım Adım İle İtibar Motivasyonu.....	93

5.1.3.6. Adım Adım İle Psikolojik Yararlar Motivasyonu	95
5.1.3.7. Adım Adım İle Kişisel Değerler Motivasyonu	97
5.1.3.8. Adım Adım İle Etki Motivasyonu	99
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	103
KAYNAKÇA	110
ÇEVİRİMİÇİ KAYNAKLAR.....	118
EK-1	120
EK-2	128
EK-3	162

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AKUT: Arama Kurtarma Derneği

ALİKEV: Ali İsmail Korkmaz Vakfı

CAF: Charities Aid Foundation

ÇŞMD: Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği

Duy-Der: Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği

HAÇİKO: Hayvanları Çaresizlik ve İlgisizlikten Kurtarma Derneği

HADD: Hisar Anadolu Destek Derneği

HAGİD: Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği

HIV: İnsan Bağışıklık Yetmezliği Virüsü

İHD: İnsan Hakları Derneği

İPK: İyilik Peşinde Koş

KAÇUV: Kansersiz Çocuklara Umut Vakfı

KODA: Köy Okulları Değişim Ağı

Koruncuk: Türkiye Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı

KSS: Kurumsal Sosyal Sorumluluk

LGBTİ: Lezbiyen Gey Biseksüel Trans İnterseks

MAZLUMDER: İnsan Hakları ve Mazlumlar İçin Dayanışma Derneği

Mukadder: Muş Kadın Derneği

SPoD: Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği

STGM: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Derneği

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TACSO: Technical Assistance for Civil Society Organisations

TEGV: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı

TL: Türk Lirası

TOG: Toplum Gönüllüleri Vakfı

TTM: Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği

TÜSEV: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

UNICEF: Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu

WWF Türkiye: Doğal Hayatı Koruma Vakfı Türkiye

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1: Bireysel Bağışlar ve STK'lara Bağışlar için Bağış Modeli.....26

TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1: Hayırseverlik ve Stratejik Bağışçılık Arasındaki Farklar.....	8
Tablo 2.2: Türkiye Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması Katılımcıları için bağış yapma nedenleri.....	14
Tablo 2.3: Türkiye Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması Katılımcıları için Gelecek 12 ay içinde Bağış Yapmaya İtecek Nedenler.....	15
Tablo 2.4: Türkiye’de Vakıf Sayıları.....	20
Tablo 4.1: Adım Adım Platformunun 2008-2018 Yılları Arasındaki İstatistikleri.....	44
Tablo 4.2: Çalışmanın Konusu olan STK’ların Adım Adım ile 2008-2018 Yılları Arasında Ulaştığı Bağış Tutarı.....	46
Tablo 5.1: Destekle Değiştir Anketi Katılımcı Profili.....	49
Tablo 5.2: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Yaş Profili.....	51
Tablo 5.3: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Cinsiyet Dağılımı.....	51
Tablo 5.4: Destekle Değiştir Anketi Katılımcılarının Eğitim Durumu.....	52
Tablo 5.5: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Aylık Gelir Dağılımı.....	52
Tablo 5.6: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Çalışma Durumu.....	52
Tablo 5.7: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıların Sektörel Dağılımları.....	53
Tablo 5.8: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Meslek Profili.....	53
Tablo 5.9: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Bağış Yapılan Kurumlar.....	54
Tablo 5.10: Destekle Değiştir Anketi “Aşağıdaki Kuruluşlardan Hangisini Hak Temelli Olarak Nitelendirirsiniz”.....	56
Tablo 5.11: Destekle Değiştir yoluyla "İhtiyaç Bilincine" Yönelik Bağış.....	60
Tablo 5.12: Destekle Değiştir Yoluyla Talebe Yönelik Bağış.....	62
Tablo 5.13: Destekle Değiştir Yoluyla Maliyet-Faydaya Yönelik Bağış.....	65
Tablo 5.14: Destekle Değiştir Yoluyla Özgeciliğe Yönelik Bağış.....	67
Tablo 5.15: Destekle Değiştir Yoluyla İtibara Yönelik Bağış.....	68
Tablo 5.16: Destekle Değiştir yoluyla Psikolojik Yararlara Yönelik Bağış.....	69
Tablo 5.17: Destekle Değiştir yoluyla Kişisel Değerlere Yönelik Bağış.....	71
Tablo 5.18: Destekle Değiştir yoluyla Etki ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik Bağış.....	73
Tablo 5.19: Adım Adım Anketi Katılımcı Profili.....	75
Tablo 5.20: Adım Adım Anketi Katılımcıları Yaş Profili.....	76
Tablo 5.21: Adım Adım Anketi Katılımcıları Cinsiyet Dağılımı.....	76
Tablo 5.22: Adım Adım Anketi Katılımcılarının Eğitim Durumu.....	77

Tablo 5.23: Adım Adım Anketi Katılımcıları Aylık Gelir.....	77
Tablo 5.24: Adım Adım Anketi Katılımcıları Çalışma Durumu.....	78
Tablo 5.25: Adım Adım ile Koşucu Olarak Bağış Kampanyası Oluşturdunuz mu?.....	78
Tablo 5.26: Adım Adım Anketi Katılımcıları Sektörel Dağılım.....	78
Tablo 5.27: Adım Adım Anketi Katılımcıları Meslek Profili.....	79
Tablo 5.28: Adım Adım Anketi Katılımcıları Yardımseverlik Koşusu Yoluyla Bağış Yapılan Kurumlar.....	81
Tablo 5.29: Adım Adım Anketi “Aşağıdaki Kuruluşlardan Hangisini Hak Temelli Olarak Nitelendirirsiniz?”.....	82
Tablo 5.30: Adım Adım yoluyla "İhtiyaç Bilincine Yönelik" Bağış.....	85
Tablo 5.31: Adım Adım Yoluyla "Talebe Yönelik" Bağış.....	88
Tablo 5.32: Adım Adım yoluyla "Fayda Maliyete Yönelik" Bağış.....	91
Tablo 5.33: Adım Adım yoluyla "Özgeciliğe Yönelik" Bağış.....	93
Tablo 5.34: Adım Adım yoluyla "İtibara Yönelik" Bağış.....	95
Tablo 5.35: Adım Adım yoluyla "Psikolojik Yararlara Yönelik" Bağış.....	96
Tablo 5.36: Adım Adım yoluyla "Kişisel Değerlere Yönelik" Bağış.....	99
Tablo 5.37: Adım Adım yoluyla "Etkiye ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik" Bağış.....	101

ABSTRACT

A rights-based approach refers to human rights, people, and groups identified as right holders and approaches established with these rights. Rights-based Non-Governmental Organizations define rights holders and duty holders and work to fulfill their obligations in order to claim rights. Research shows that the main sources of income of NGOs are membership fees, funds from national and international organizations, donations from individuals and institutions, public funds, and revenues from sales of products or services. Recent researches show that individuals do not donate their giving through NGOs. In recent years Adım Adım, which is a Charity Run model in Turkey and Destekle Değiştir (Giving Circles), is a relatively important source of income for NGOs and there is increasing interest by NGOs to use these models.

In this study, these successful models have been examined in terms of why donors give to Rights-based organizations and their behaviors and motivations. It has been examined which motivations they donate, which areas they prioritize, and why they give priority. In this study, these donors' motivations and behaviors and behaviors of NGOs were analyzed through interviews and surveys.

Keywords: Individual Giving, Giving Circle, Charity Run, Right Based, Fundraising

ÖZET

Hak temelli yaklaşım, insan hakları, hak sahipleri olarak tanımlanan kişiler ve gruplarla, bu haklarla kurulan yaklaşımı ifade eder. Hak temelli çalışan sivil toplum kuruluşları, hak sahipleri ve görev sahiplerini tanımlar ve hak sahiplerinin hak talebinde bulunması için, görev sahiplerini de yükümlülüklerini yerine getirmesi çalışmalarında bulunur. Yapılan araştırmalar, STK'ların başlıca gelir kaynaklarının üyelik aidatları, ulusal ve uluslararası kuruluşların fonları, bireylerin ve kurumların yaptığı bağışlar, kamu fonları ve ürün ya da hizmet satışlarından elde edilen gelirler olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye'de bireylerin yardım ve bağışlarını bir STK aracılığıyla yapmalarını önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu hak temelli STK'lar olduğunda bireysel bağışlar ve hibe dışı kaynaklar oldukça sınırlıdır. Son yıllarda Yardımseverlik Koşusunun Türkiye uygulaması olan Adım Adım modeli ve Giving Circle'un Türkiye uygulaması olan Destekle Değiştir modelleri, görece STK'ların önemli gelir kaynağı olmaktadır ve bu modellere olan ilgi artmaktadır.

Bu araştırmada, Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda görece başarılı olan Adım Adım ve Giving Circle'un Türkiye uygulaması olan Destekle Değiştir modellerindeki bağışların neden hak temelli alanlara yöneldiği, bağışçıların bu duruma yönelik davranış ve motivasyonları incelenmiştir. Bağışçıların; hangi motivasyonlar ile bağış yaptıkları, hangi alanlara, neden öncelik verdiği bu çalışmanın temel konusudur ve yapılan görüşmeler ve anket uygulaması ile bağışçı davranışları ve STK'ların bu konudaki tutumu analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Bağış, Destekle Değiştir, Adım Adım, Hak Temelli, Kaynak Geliştirme

GİRİŞ

Hak temelli yaklaşım, insan hakları, hak sahipleri olarak tanımlanan kişiler ve gruplarla, bu haklarla kurulan yaklaşımı ifade eder. Hak temelli çalışan sivil toplum kuruluşları, hak sahipleri ve görev sahiplerini tanımlar ve hak sahiplerinin hak talebinde bulunması için, görev sahiplerini de yükümlülüklerini yerine getirmesi çalışmalarında bulunur. Hak temelli Sivil Toplum Kuruluşları özne olarak dezavantajlı gruplar ve mağdurlarla çalışır. Bu tip örgütlenmelerin öne çıkan özellikleri, sahiplenme duygusunun yüksek olması, taban hareketi olarak şekillenmesi, güçlenmeye ve güçlendirmeye dayanmasıdır. Her geçen gün hak temelli STK'ların sayıları artmaktadır ve hak ihlallerinin azalması konusunda sivil toplum kuruluşlarına düşen rolün önemi de aynı şekilde artış göstermektedir. (STGM, 2011)

Sivil toplum kuruluşlarının (STK) faaliyetlerini ve çalışmalarını sürdürerek toplumda fark yaratabilmeleri ve sosyal değişime katkı sağlayabilmeleri için mali sürdürülebilirliklerini sağlamaları gerekmektedir. Yapılan araştırmalar, STK'ların başlıca gelir kaynaklarının üyelik aidatları, ulusal ve uluslararası kuruluşların fonları, bireylerin ve kurumların yaptığı bağışlar, kamu fonları ve ürün ya da hizmet satışlarından elde edilen gelirler olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye'de bireylerin yardım ve bağışlarını bir STK aracılığıyla yapmamaları önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu hak temelli STK'lar olduğunda bireysel bağışlar ve hibe dışı kaynaklar oldukça sınırlıdır. STK'lar ise, büyük kaynak geliştirme operasyonları, şartsız bireysel ve düzenli bağışlar yerine, mali sürdürülebilirliği olmayan hibelere yönelmekte ve hatta bazen programlarını fon veren kuruluşların ilgisine göre değiştirmektedir. Fon veren kuruluşların ülkeden ayrılması ve ayrılma ihtimali ile beraber hak temelli çalışan STK'ların finansal sürdürülebilirliği sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medeni Kanun'da tanımlandığı üzere Dernekler gelirlerini üyelik aidatları, dernek faaliyetleri ile elde edilen bağış ve yardımlardan oluşur. Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşlarının gelir modelleri incelendiğinde, kurumlar çoğunlukla bireyler,

şirketler ve fon veren kurumlar gibi bağışçılardan oluşmaktadır. Bunun yanında kamu-sivil toplum işbirliği ile de ulusal ve uluslararası kamu finansmanı da alternatif fon kaynağıdır. Kurumlar bireysel kaynak geliştirme çalışmalarında telefonla kaynak geliştirme, e-posta ile kaynak geliştirme, yüz yüze görüşme, miras bağışları, SMS kampanyaları ve online bağış kampanyaları gibi araçları kullanmaktadır.

STK'lar giderek daha rekabetçi bir fon yaratma ortamı ile karşı karşıyadır. Sürekli olarak devam eden fon sınırlılığı, fon ihtiyacı olan giderek artan sayıda yardım kuruluşu ve doğrudan bağışların azalması gibi faktörlerin sonucudur. (Liao, Foreman ve Sargeant, 2001)

Araştırmanın birinci bölümünde araştırmanın içeriğine dair genel bilgiler verilmiştir. Araştırmanın kapsamı, önemi, literatüre sağlayacağı faydalar ve buna yönelik amacı tanımlanmıştır. Birinci bölümün sonunca araştırmanın yöntemi ile beraber verilerin analizinde hangi yolun ve yöntemin kullanıldığı anlatılmıştır.

İkinci bölümünde bağış ve bağışçı motivasyonlarına dair genel bilgiler verilmiştir. Bu bölümde bağışa dair genel kavramlar, Türkiye'de bağış olgusuyla beraber Türkiye mevzuatı ve Türkiye mevzuatında vakıf ve derneklere yönelik düzenlemelerden bahsedilmiştir. Çalışmanın ana konusu olan Hak Temelli STK'lara yönelik bağış ve düzenlemeler ve son olarak literatürdeki bağışçı motivasyonlarından bu bölümde yer almaktadır. Verilerin analizinde sınıflandırılma için kullanılmış motivasyonlara dair detaylı bilgiler ve yapılan araştırmaların sonuçları paylaşılmıştır.

Üçüncü ve Dördüncü bölümünde Yardımseverlik Koşusu modeli ve Türkiye özelinde Adım Adım platformu ve tarihsel gelişimi, Giving Circle modeli ve Türkiye uygulaması olan Destekle Değiştir modeli ve tarihsel gelişimi anlatılmıştır.

Beşinci ve son bölümde araştırma verileri analiz edilmiş, araştırmaya dair bulgular bu bölümde paylaşılmıştır. Araştırma verileri iki model için de aynı motivasyonlar

üzerinden analiz edilmiş, bağışçıların bu modellerdeki davranışlarına ve niyetlerine sonuçlar paylaşılmıştır ve son olarak sonuç ve öneriler bölümüne ulaşılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ARAŞTIRMANIN İÇERİĞİ

1.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu çalışmada Türkiye’de geçtiğimiz yıllarda görece başarılı olan Adım Adım ve Giving Circle’un Türkiye uygulaması olan Destekle Değiştir modellerindeki bireysel bağışların neden hak temelli alanlara yöneldiği ve bireysel bağışçıların bu duruma yönelik davranış ve motivasyonları incelenmiştir. Bu çalışmada temel olarak şu soru sorulmuştur: “Adım Adım ve Destekle Değiştir modelleri kullanılarak hak temelli örgütlere yapılan dolaylı bireysel bağışlar hangi motivasyonlarla bu alana yönelmektedir ve bağışçılar nasıl davranışlar göstermektedir?”

Bireylerin hak temelli örgütlere bağış yapmasında ihtiyaç bilinci, talep, maliyet-fayda, özgecilik, itibar, psikolojik yararlar, kişisel değerler ve etki gibi motivasyonlar etkili olmaktadır. Bu motivasyonlar altında, kurumun rolü, ekonomik durum, siyasi atmosfer gibi faktörler de bireysel bağış davranışını şekillendirmektedir.

Araştırma için çoğunlukla İstanbul’da bulunan ve hak temelli örgütlere Adım Adım ve Destekle Değiştir modeli ile bağış yapmış toplam 10 kişiye yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmıştır. Bu bağışçıların bir kısmı Adım Adım platformu içerisinde gönüllü olarak yer alan, belirli STK’larda profesyonel çalışmış ve çalıştığı kurum tarafında koşu organizasyonuna Kaynak Geliştirme Uzmanı veya çalışanı olarak katılmış ve Destekle Değiştir etkinliklerinin organizasyonunda da yer almış kişiler de bulunmaktadır. Bu kişilerin deneyimleri ve gözlemleri ile bağışçı davranışlarına yönelik analiz genişletilmiştir.

Nitel araştırmayı destekleyecek nicel yöntem olarak, iki model için ayrı ayrı çevrimiçi anket uygulanmış ve Adım Adım için 59, Destekle Değiştir için 16 yanıt

ulaşmıştır. Araştırma ile yukarıda bahsedilen motivasyonların hak temelli örgütlere yapılan bireysel bağışlarda ne gibi değişiklikler yarattığı nitel araştırma bulguları paylaşılmış ve bu bulgular nicel verilerle incelenmiştir.

1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bağışçılık ve bağışçılık davranışı, pazarlama, ekonomi, psikoloji, sosyal psikoloji, nöroloji, sosyoloji, siyaset bilimi, antropoloji, biyoloji ve evrimsel psikoloji gibi çok farklı disiplinde incelenmiştir. Bu çalışmalarda, “kimin ne verdiği” ile beraber, bağış yapan kişilerin özellikleri ve bu özelliklerin hangisinin bağışlanan para miktarıyla ilgisi olduğu araştırılmıştır. Yapılan çalışmalar, demografik bilgiler de dâhil, bağışçı özelliklerinin bağış miktarı ve bağış yapma davranışı ile ilişkisini ortaya koymuştur.

Yukarıda bahsedilen çalışmalara genelde İngilizce literatürde rastlanmıştır. Türkçe literatür incelendiğinde bağışçılık üzerine yapılan çalışmalar, tüketici davranışı ve İşletme'nin konusu olmuş, periyodik olarak TÜSEV tekrarlanan Türkiye'de Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırmaları ve Vakıfların bu konudaki eğilimleri ile beraber bu konudaki yasal düzenlemeler Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) tarafından literatüre kazandırılmıştır. Ancak hak temelli örgütleri merkezine alan ve çalışmanın konusu olan Adım Adım ve Destekle Değiştir modellerini hak temelli örgütler açısından inceleyen herhangi bir çalışma İngilizce ve Türkçe literatürde bulunmamaktadır. Türkçe literatürde sınırlı olan kaynaklarda bağışların hak temelli örgütlere yönelmediği, bağışçıların hizmet temelli örgütlere bağış yaptığı belirtilmiştir. (Aytaç ve Çarkoğlu 2016) Bu nedenle bu çalışma bu alana bağışların neden hak temelli alanlara yöneldiğini ve diğer çalışmalarda bulunan bu bulguyu destekleyecek şekilde, bağışların bu alanlara hangi motivasyonların eksikliği ve hangi nedenler ile yönelmediğini göstermesi açısından önemlidir.

Bu çalışma ile daha önce literatürde tanımlanan motivasyonlar, hak temelli örgütler açısından sınıflandırılmış, böylelikle literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Türkiye'de bulunan hak temelli örgütler açısından Adım Adım ve Destekle Değiştir modelleri özelinde ve kısıtlı bir şekilde genel olarak bağışçıların genel durumunun

belirlenmesi ve eğilimlerin ortaya çıkartılması için kullanılması umulmaktadır. Bu nedenle hem Adım Adım ve Destekle Değiştir uygulamasında hem de hak temelli örgütler açısından strateji belirlemek için kullanıldığı takdirde özellikle hak temelli STK'lara katkı sağlaması beklenmektedir. Son olarak Sosyal Projeler ve Sivil Toplum Yönetimi literatüründe hak temelli örgütlere yönelik bireysel bağış alanında yapılmış ilk çalışma olduğundan, ileride bu alanda çalışacak araştırmacılara katkı sağlaması hedeflenmiştir.

1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada karma yöntem (mixed method) kullanılmıştır. Karma yöntem ile nitel ve nicel veriler bir araya getirilerek, bağlantılı olarak yorumlanmasını gerektirir. Motivasyonların çeşitli olması ve farklı demografik grupların farklı motivasyonlarla hareket etmesi (Bekkers ve Wiepking 2007) açık uçlu soruları gerektirdiğinden nitel yöntem kullanılmış, kapalı uçlu anket çalışması ile (nicel yöntem) daha geniş kitle üzerinden bulgular arasındaki ilişkiler araştırılmış ve muhtemel neden sonuç bağlantıları incelenmiştir.

Nitel ve nicel verilerin beraber kullanıldığı yöntem, karma yöntem olarak adlandırılmaktadır. Yöntemde nicel ve nitel yöntemler birlikte eş zamanlı bir biçimde kullanılır, karşılaştırılır ve ilişkilendirilir. Karma yöntemde nitel ve nicel yaklaşımlar tekniklerin hep beraber düşünülerek birlikte kullanılması öngörülmektedir. (Alkan, Şimşek ve Erbil, 2019) Aynı zamanda nitel ve nicel verilerin birbirini doğrulayıp doğrulamadığını anlamak için karşılaştırma yapılmış ve birbiriyle örtüşmeyen bulgular değerlendirilmiştir. Araştırmada nitel veriler yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile nicel veriler ise anket aracılığıyla çevrimiçi olarak toplanmıştır.

Nitel yöntem kullanılırken toplanan veriler, ses kaydı kullanılarak çözümlenmiş, çalışmada yer alan motivasyonlara göre kodlanmıştır. Seçici kodlama ile son aşamada bulgular belirginleştirilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

BAĞIŞ VE BAĞIŞÇI MOTİVASYONLARI

2.1. BAĞIŞ TANIMI VE İLGİLİ KAVRAMLAR

Kişilerin bağış yapma davranışları ve motivasyonları konusunda sosyal bilimlerde ve hayırseverlik konusunda büyük bir bilgi birikimi mevcuttur. Yapılan araştırmalar pazarlama, ekonomi, sosyal psikoloji, biyolojik psikoloji, nöroloji, sosyoloji, siyaset bilimi, antropoloji, biyoloji ve evrimsel psikoloji gibi çok farklı disiplinlerin dergilerinde yer almaktadır. (Bekkers ve Wiepking 2007)

Yardım etmek ve bağış yapmak, kişinin kendisinden öte başkalarına fayda sağlayan bir kuruluşa destekte bulunmasıdır. Kurumlara ve oluşumlara yapılan katkılar, maliyetlere ve bağış yapılan kuruma bağlı olarak az ya da çok özgecil nitelikte çeşitli biçimlerde olabilir. En yaygın katılım şekli üyeliktir ve üyelik ücretiyle yapılan katılımdır. Üyelik ile organizasyon faaliyetlerine katılmadan veya kuruluşa yardım etmeden bir kuruluş için üyelik ücreti ödenir. Daha etkili katılım biçimi ise aktif üyeliktir. Aktif üyelik, organizasyonun toplantılara katılmak gibi faaliyetlerine katılmayı ifade eder. Bu katılım biçimi sadece üye olmaktan daha fazla zaman gerektirir. Modeller arasında, en yoğun katılım şekli ise gönüllü çalışmadır. Bu katılım biçimi birey için en büyük yükümlülükleri doğurur ve kuruluş için en büyük faydaları yaratır. (Bekkers 2004)

Bağış en kısa tanımıyla belirli bir kişiyi ve dolaylı olarak bir kurumu desteklemek için verilen mal, para veya haktır. Bu bağış çeşitli özelliklerde olabilir. Bunlar gönüllülük, piyasa fiyatının altında verilen hizmeti (pro bono ve low bono) de kapsamaktadır. (Şahin 2013)

İnsanlar sadece bir kuruluş ve oluşuma zaman vermekle kalmaz, aynı zamanda gönüllü olarak kuruluş ve oluşumlara para da verirler. Bir yandan, hayır amaçlı bağışlar, daha az zamana ihtiyaç duyduklarından, destek veren kişi için aktif üyelik veya gönüllü çalışmadan daha az talepkâr olabilir. Öte yandan, bu bağışlar genellikle tek taraflıdır, bireyler için somut ödüller üretmezler. (Bekkers 2004)

Bağış kavramı ile ilgili Türkçe literatürde çeşitli kavramlar görülmektedir. Bu kavramlar çeşitli kaynaklarda birbirlerinin yerine kullanabilmekte, Türkçede kullanımı farklı olabilmektedir.

Farklı literatürlerde bağış davranışı (donation behaviour), hayırsever bağış (charitable giving), hayırsever davranış (charitable behaviour), hayırseverlik (philanthropy), özgecilik (altruism), paylaşmak (sharing), yardım etme (helping), hediye verme (gift giving) ve olumlu sosyal davranış (prosocial behavior) gibi kavramlar birbirinin yerine kullanılabilir. (Tiltay 2014) Bu çalışmanın kapsamı maddi destekle sınırlı olduğundan maddi destek için bağış kavramı kullanılmıştır. Bu kavram, kişinin belirli modeller aracılığıyla kişinin kuruma maddi destekte bulunması anlamına gelmektedir. Ancak bağış ve yardım toplama kavramı daha geniş kapsamlı düşünülmelidir. Etki sahibi bir hayırsever (filantropist), kişisel olarak “bir fark yaratmak” isteyen bir kişidir.

Toplumların tarihsel gelişimi ele alındığında, sosyal hayat sosyal sermayenin kaynağıdır. Toplumların gelişimi, kültürü, farklı dini grupların bir arada yaşaması, eşitsizlikler, sivil toplumun gelişmişliği, aile kurumunun yapısı ve şekli, eğitim ve dinin konumu sosyal sermayenin hem kaynağı hem sonucudur. Farklı grupların uyum içinde yaşadığı bir toplumda bireylerin kendi varlıklarını toplumun ihtiyaç içindeki kesimleriyle paylaşması beklenir. (Çarkoğlu 2019)

Türkiye Cumhuriyeti mevzuatın, Bağış: *“belli bir faaliyeti ya da kişiyi, kurumu maddi olarak desteklemek için herhangi bir karşılık beklemeden verilen para, ayın ve haktır. Gönüllü olarak mesai harcanması, bir kişinin zamanını, bilgisini, becerisini veya birikimini belli bir amaç için karşılıksız hizmet olarak kullanıma sunması da bağış olarak sayılmalıdır. Aynı şekilde bu hizmetlerin piyasa bedelinin oldukça altında bir bedelle sunulması halinde alınan piyasa bedeli ile ödenen bedel arasındaki fark da bağış olarak kabul edilmelidir”* (Şahin 2013)

Şahin (2013) çalışmasında şartlı bağışı, vakfın amaçları doğrultusundaki bir faaliyetin gerçekleşmesi için belirli bir şart ve kısıtlamayla alınan bağış olarak tanımlamaktadır. Şartlı bağış durumunda, bağışçı bağışının istediği bir konuya veya

faaliyet türüne harcanmasını isteyebilir. Bağışı kabul eden kuruluş, bağış karşılığında şartı yerine getirir. Dernekler ve Vakıflar Mevzuatı incelendiğinde, vakıf ve derneklerin yıllık gelirlerinin 3'te 2'sinin amaca dönük olması gerektiği görülmektedir. Şahin (2013) çalışmasında şartsız bağışı ise, herhangi bir şart olmadan kuruluşun amaçları doğrultusunda harcanacak bağış olarak tanımlamaktadır. Bu bağışların bağışlanan yıl içerisinde kullanılması gerekir. Bunun yanı sıra ihtiyaç sahiplerine doğrudan yapılan bağışlar doğrudan bağış, bir STK, yardım kurumu aracılığıyla yapılan bağışlar dolaylı bağış olarak kabul edilmektedir.

Bağış kavramı farklı dillerde ve kültürlerde kendine yer bulmuştur. Bunlardan birçoğu da sadaka, zekâtla özdeşleşen dini kavramlardır. Türkiye’de filantropi kavramsal olarak literatürde yerini bulmaya yeni başlamıştır. Çarkoğlu ve Aytaç (2016) çalışmasında, Türkiye toplumunun bu kavrama olan bakışını analiz ettiği çıkarımlara yer vermiştir. Çalışmada, Türkiye’de hayırseverliğin büyük oranda “yardım etmek” olarak algılandığını görülmüştür. Hayırseverlik denilince katılımcıların önemli bir çoğunluğu “muhtaç ve yoksullara yardım etmek”, “iyilik yapmak” olarak tanımlamıştır. Bu nedenle TÜSEV’in de katkılarıyla hayırseverlik ve filantropi Türkiye literatüründe farklılaştırılmıştır. Modern anlamda filantropi *“birinin zamanını, yeteneğini/uzmanlığını veya varlıklarını kamusal yararın iletmesine katkıda bulunmak için gönüllü olarak vermesidir”* (Lacantonio Kılıçalp 2013)

Tablo 2.1: Hayırseverlik ve Stratejik Bağışçılık Arasındaki Farklar

Hayırseverlik	Stratejik Bağışçılık
Tek seferlik	Düzenli ve uzun vadeli
Bireylere ve acil ihtiyaçlara yönelik	Toplumu ilgilendiren problemlerin kökten çözümüne yönelik
Aile ve tanıdıklara yapılan	Toplumsal sorunların çözümü için çalışan uzman kuruluşlar (STK’lar) aracılığıyla

Kişiler arasında	Sosyal adalet, fayda ve toplumsal değişim odaklı
Geleneksel	Şeffaflık ve hesap verebilirlik talebinin olduğu
Duygusal, vicdani ve dini motivasyonlarla yapılan	Bağışçının ilgi duyduğu ve değişim yaratmak istediği alana yapılan bağışlar
Bağışların nasıl kullanıldığı takip edilmeyen	

Kaynak: Bireysel Bağışçılar için Rehber, TÜSEV Yayınları, Temmuz 2013

Yukarıdaki tabloda da görülebileceği gibi hayırseverlik ve bağış daha çok dini motivasyonlarla yapılırken, stratejik bağışçılık daha seküler motivasyonlarla yapılmaktadır. Hayırseverlik çoğunlukla yakın çevreye yapılmakta, okul, cami, yurt yaptırmak da bu kavramın altında değerlendirilmektedir. Günümüzde artan kurumların sayısı ve dijital olanaklar sebebiyle bağışlar ve stratejik bağışlar çeşitli konularda faydalanacağı temas edilmeden de dolaylı olarak yapılabilmektedir. Bu nedenle, hayırseverlik daha geleneksel bir yöntem iken, stratejik bağışçılık sosyal adalet, fayda ve değişim motivasyonu ile yapılan, çeşitli mekanizmalar aracılığıyla raporlamanın talep edildiği, hesap verebilirliğinin daha yüksek olduğu bağışlardır.

Yukarıda bu ayırmadan bahsedilse de, iki kavram birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bağış ve hayırseverlik arasındaki ayırım, hayırseverlik ve stratejik bağışçılık arasındaki ayırım, filantropinin kavramsallaşma süreci düşünüldüğünde kavramların kullanımı konusunda çeşitli farklı uygulamalar görülmektedir.

2.2. TÜRKİYE'DE BAĞIŞÇILIK VE HAYIRSEVERLİK ÜZERİNE ARAŞTIRMA SONUÇLARI

CAF World Giving Index 2018 sonuçlarına göre, Türkiye %20 skorla, bu index'te 131. sıradadır. Türkiye, bu index'te yabancılara yardım etmek kategorisinde 40%

skorla 113. sırada, maddi bağış yapmak kategorisinde 12% skorla 122. sırada ve gönüllülüğe zaman ayırmak kategorisinde 9% skorla 126. sıradadır.¹

TACSO'nun Sivil Toplum Kuruluşları için Teknik Destek projesi kapsamında 2014 yılında yayınladığı İhtiyaç Analizi Raporunda Sivil Toplum Kuruluşlarının karşılaştığı sorunlar öncelikli olarak %70 oranında mali problemler, %61,1 orasında kaynak geliştirme kapasitesinin eksik olması ve %56,9 oranında kapasite gelişiminin gerekli olduğu yönündedir.

Türkiye için Bireysel ve Bağışçılık üzerine araştırmalar TÜSEV öncülüğünde 2004, 2016 ve 2019 yıllarında yürütülmüştür. 2004 yılında yürütülen çalışma Ali Çarkoğlu tarafından, Türkiye'de Bireysel Bağışlar ve Vakıf Uygulamalarında Eğilimler adı ile yürütülmüşken, Ali Çarkoğlu ve S. Erdem Aytaç yürütülen araştırmalar Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik adı altında 2016 ve 2019 yıllarında yürütülmüştür. Çalışmalar bu alanda Türkiye'de yürütülen ilk çalışmalardır ve Türkiye'deki bireysel bağışçıların bağış yapma tercihlerini, alanda faaliyet gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının çalışmalarına nasıl yaklaştıklarını göstermektedir. Çalışmada da bahsedildiği üzere, araştırmanın yürütüldüğü dönemde Türkiye ekonomisi dalgalı bir seyir izlemiştir. 2016 yılında %3,2 büyüyen Türkiye Ekonomisi, genişlemeci politikalar ile 2017 yılında %7,5 gibi yüksek bir oranda büyümüştür. 2018 yılının ikinci yarısında yaşanan döviz kuru şoku, 2018 yılının son çeyreğinde ekonomiyi %2,8 daraltmış, 2019 yılında ikinci çeyrekte %1,5 küçülen ekonomi üçüncü çeyrekte %0,9 büyümüştür. Bu olumsuz verilerin yanında enflasyon ve işsizlik oranı da artmıştır. 2019 yılında yürütülen çalışmanın saha çalışması sırasında enflasyon %15-16 civarında seyretmiştir. Tüm bu değerler hem araştırmaların yayınlandığı dönemdeki değerleri göstermesi açısından önemlidir. Bağışçı davranışları bu ekonomik kriz koşullarında ve daralmada şekillenmiştir.

¹ <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2018-publications/caf-world-giving-index-2018>

2019 yılında yürütülen rapor 67 il ve 201 ilçedeki örnekleme yapılmıştır. 20 Temmuz 2019-29 Ağustos 2019 tarihinde yapılan saha araştırmasına 2,502 katılımcı ile görüşülmüştür, bu katılımcıların %49'u erkek, %51'i kadındır. Ortalama yaş 42, üniversite mezunu oranı %19 ve İlkokul ve altı eğitimli oranı %30'dur. (Çarkoğlu ve Aytaç 2019)

Son bir ayda bir STK'lara bağış yapmış kişilerin demografik dağılımı ve sosyo-ekonomik gruplara göre dağılımı şu şekildedir: %12,5 kadın, %15,1 erkek. %11,9 18-30 yaş aralığının, %16,2 31-35 yaş aralığı, %13,3 46 yaş ve üstü. Eğitim düzeyleri için, %11,3, ilköğretim, %14,3, lise, %20, üniversite. %14,5, dindar, %11,8, dindar değil. Geliri 3500 Türk Lirasından az olanlar için 9,5, 3500 liradan çok olanlar için %20 ve son olarak gelirinden memnun kişiler için %21,5 gelirinden memnun olmayanlar için %11,1'dir.

2019 raporundan öne çıkan ve önceki iki raporla karşılaştırılan sonuçlar şöyledir:

- Çalışma ile Türkiye'de kişi başı ortalama yıllık yardım ve bağış miktarı yaklaşık 302.9 TL, bir yılda yapılan tüm yardım ve bağışların toplamı ise 17,6 milyar TL olarak tahmin edilmiştir. 2015 yılındaki kişi başı ortalama yıllık yardım ve bağış miktarını 228 TL olarak tahmin edilirken, bu rakamın enflasyon düzeltilmesi ile bugünkü karşılığı 357.6 TL'dir. Yani bu rakam kişi başı ortalama bağışın düştüğü anlamına gelmektedir.
- 302,9 TL'nin 41,5 TL'si akrabalara, 15,4 TL'si komşulara, 30 TL'si diğer kişilere, 59,9 TL'si dilencilere, 58,8 TL'si fitre yoluyla, 57,1 TL'si zekât ile verilirken, yalnızca 40,2 TL'si kuruluşlar aracılığıyla verilmektedir. 2004'ten bu yana, bağışçıların bağış ve yardımlarını bir kuruluş aracılığıyla değil, doğrudan kendileri gerçekleştirdiği görülmektedir. 2019 çalışmasında, yardımlarını bir kuruluş aracılığıyla gerçekleştirenlerin oranı %12'dir. Bunun yanında, son raporda kamu kuruluşları yerine STK'ları tercih edenlerin oranı ve STK'ların rolü artış göstermiştir.

- Bu miktarlar, Türkiye GSYİH'sinin %0,5'ine, ortalama yıllık hane halkı gelirinin %0,7'sine, ortalama yıllık kişi başı hane halkı gelirinin %2,5'ine denk gelmektedir. Bu miktarlar 2015 yılında: Türkiye GSYİH'sinin %0,8'ine, ortalama yıllık hane halkı gelirinin %1'ine, ortalama yıllık kişi başı hane halkı gelirinin %2,9'una denk gelmekteydi.
- Çalışmaya katılanlar 2004'ten bu yana “daha iyi bir toplum için mevcut sorunların çözümünde” kendilerinin ve STK'ların etkisinin daha fazla olacağını düşünmektedir. Yoksullara yardım öncelikli olarak devletin görevi olarak görürken, 2004 raporunda görülen “hali vakti yerinde vatandaşların” görüşü düşmüştür.
- Her 10 kişiden 4'ü ihtiyaç sahiplerine doğrudan bağışta bulunmaktadır ve eğitim ve gelir düzeyi ile bu eğilim artmaktadır. 2019 raporunda, bu alandaki yardımın aynı bağıştan nakdi bağışa kaydığı belirtilmiştir.
- Rapora katılanlar yaptığı yardımı bir kuruluş aracılığıyla yapmamasının nedenini %21 oranında yaptığı yardımların düzensiz aralıklarla ve ihtiyaç sahibi karşısına çıkınca gündemine geldiği için, %54'ü yardım miktarı çok küçük olduğu için, %15'i söz konusu kurumları tanımadığı ve güvenmediği için, %9'u söz konusu kurumları tanımadığı için olduğunu belirtmektedir. Yardım miktarı küçük olduğu için bağış yapmamak bulgusu 2004'ten bu yana değişiklik göstermemektedir.
- 2019 raporunda dilencilere verilen miktar azalsa da %0.4 oranında dilencilere yardım yapılmakta, bu davranışta dini duygular ve acıma duygusu motivasyonlarının ön planda olduğu görülmektedir. Vatandaşlar, dilencilerin durumu için devleti veya başkasını değil, dilencileri ve kaderi sorumlu tutmaktadır.
- Dini motivasyonlar hala önemli bir motivasyon olarak hayırseverlik davranışı içinde yer almaktadır ancak 2004 araştırmasından bu yana bu oran

düşüş göstermektedir. Ramazan Bayramı için fitre verme oranı 2004'ten bu yana %79'dan %58'e gerilemiştir. Bu oran zekât verenler için %40'tan %23'e, kurban kesme davranışı için %57'den %39'a gerilemiştir. Dini motivasyonlar ile STK'larda çalışma ve gönüllü faaliyette bulunma oranı önceki çalışmaya göre düşüş göstermiştir. Ancak bu oran yorumlanırken, ekonomik durum da dikkate alınmalıdır.

- Çalışmaya katılanların bağış yapma davranışını en çok belirleyen “kuruluşun bağışı amacına uygun kullanacağına dair güven” gelmektedir. Ancak bağış yapılan kurumlar incelendiğinde kurumların genel olarak şeffaflık ilkelerine uymadıkları görülmektedir. 2004'ten bu yana çalışmada yer alan bulgu, bağışçıların rapor aldığını belirtmesi ve rapor beklediğini belirtmesidir. Bağış yapılacak kurum veya kuruluşu seçerken önemli görülen faktörlerin oranları hesapların şeffaf ve herkesin anlayabileceği bir şekilde olması %22, ihtiyaç sahibi kişileri daha kolay buluyor olması %13, üzerinde çalıştığı konuya duyulan yakınlık %24, aldığı bağışları amacına uygun kullanacağına dair verdiği güven %26, aynı siyasi duruş ve dünya görüşünü paylaşıyor olması %3 olarak belirtilmiştir.
- Son 12 ayda tercih edilen bağış yöntemleri arasında nakit para ile bağış %34,4, bir mağaza, süpermarket ya da farklı alanlarda bulunan bağış kutularını kullanarak %20,3, bir hayır yemeğine veya bağış etkinliğine katılarak %13,3, cep telefonundan SMS atarak %8,9, bir kuruluşun ürünlerini satın alarak %6,3, banka ya da kredi kartı kullanarak %6,2, bir internet sitesi aracılığıyla %4,5, bir akıllı telefon uygulamasıyla %3, bir kişinin başlattığı bağış toplama kampanyasına katılarak %2,8, yardımseverlik koşusu aracılığıyla %2,8, bir kuruluşun ürününe abone olmak %2,3, işyerindeki bağış programı aracılığıyla %2 oranında yer kaplamaktadır.
- Çalışmaya katılan kişileri son 12 ayda bağış yapmaya iten nedenler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 2.2: Türkiye Bireysel Başışçılık ve Hayırseverlik Araştırması Katılımcıları için Başış Yapma Nedenleri

Başış Yapma Nedeni	Oran
Çünkü benden daha zor durumda olanlara yardım etmek isterim	%82,4
Çünkü bana kendimi iyi hissettirir	%75,2
Çünkü başış yaptığım konu benim için önemli	%65,8
Çünkü inancım başış yapmayı teşvik ediyor	%64,8
Çünkü sosyal problemleri çözmek için hepimizin yardım etmesi gerektiğine inanıyorum	%63,1
Çünkü yakın çevreme (çocuklarım, ailem, arkadaşlarım vs.) örnek olmak isterim	%62,7
Çünkü başış yapmak benim daha iyi biri olmama yardım ediyor	%59,2
Çünkü bir değişim yaratabileceğimin farkındayım	%57,6
Çünkü başış yaptığım kuruma güveniyorum	%55,5
Çünkü toplum benden bunu yapmamı bekler	%46,6
Çünkü ailemde herkes başış yapar	%46,2
Çünkü insanlar benden başış yapmamı ister	%44,6

Kaynak: “Türkiye’de Bireysel Başışçılık Ve Hayırseverlik 2019” Aytaç, S Erdem, Ali Çarkoğlu, TÜSEV, 2019

Gelecek 12 ay için başış yapmaya teşvik edecek davranış sorulduğunda belirtilen motivasyonlar aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 2.3: Türkiye Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması Katılımcıları için Gelecek 12 ay içinde Bağış Yapmaya İtecek Nedenler

Gelecek 12 ay içinde Bağış Yapmaya İtecek Nedenler	Oran
Daha çok paramın olması	%66,6
Bağışımın nasıl harcanacağından emin olmak	%55,2
STK'ların daha şeffaf olması	%52,7
STK'lar ve faaliyetleri hakkında daha çok bilğim olması	%47,9
Bağış yapabilmem için daha kolay yöntemler olması	%46,6
Benim için önemli olan bir konuda çalışan bir STK bulmak	%39,8
Sivil toplum sektörünün iyi düzenlendiğini bilmek	%39,4
Vergi teşviki olması	%37
Bağış yapmamın istenmesi	%36,7
İşyerimde bir bağış programı olması	%30,1
Hiçbir şey beni daha fazla bağış yapmaya teşvik edemez	%19,7

Kaynak: “Türkiye’de Bireysel Bağışçılık Ve Hayırseverlik 2019” Aytaç, S Erdem, Ali Çarkoğlu, TÜSEV, 2019

2016 Raporunda sorulan “Bağış Yapacak olsanız öncelikle hangi alanlarda faaliyet gösteren kurumlara bağış yapardınız?” sorusu çalışmaya katılanların %20,5’i tarafından fakirlere ve düşkünlere yardım, %13,9’u tarafından yetimlere yardım, %11,8’i tarafından eğitim, %9,1’i tarafından çocuk ve gençlere yardım, %8,4’ü tarafından şehit ve gazi ailelerine yardım, %7,3’ü tarafından engellilerle dayanışma, %6,3’ü tarafından sağlık ve sağlık hizmetleri, %3,4’ü tarafından dini eğitim ve amaçlar, %2,7’si tarafından kadın hakları, %2,3’ü tarafından insan hakları, %2,1’i tarafından doğal felaketzedelere yardım, %1,5’u tarafından bilim ve teknolojik gelişmeye destek, %1,4’ü tarafından sosyal ve ekonomik kalkınma, %1,3’ü tarafından tüketici hakları, 1,2’si tarafından çevreyi koruma, %1,1’i tarafından mültecilere yardım, %1,0 tarafından sanat, kültür ve tarihi koruma, %0,9’u

tarafından hayvan bakımı ve koruma ve son olarak da %0,4 amatör sporlara destek olarak yanıtlanmıştır.

Bu durum Çarkoğlu ve Aytaç tarafından, bireysel bağışlarda önceliğin etkinin doğrudan izlenebildiği alanlara kaydığı, insan hakları, kadın hakları ve çevre müdahaleleri gibi büyük ölçekli müdahalelere yapılan bağışın her zaman etkisinin gözlemlenebilir olmadığı bu nedenle bağışçılar tarafından öncelik verilmeyen oluşuyla yorumlanmaktadır. Çalışmanın ana konusu olan hak temelli sivil toplum kuruluşları, genel bağışçı davranışında öncelik verilen alanlar içerisine girmemektedir. 2019 çalışmasında, bu soru bağışçılara yöneltilmiştir. 2019 raporunda yöneltilen “Sizce Türkiye’deki STK’ların belirli alanlardaki etkisi nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ile katılımcılar STK’ların oldukça etkili olduğunu düşündüğü alanları oransal olarak şöyle bulgulamıştır: %55, ağaçlandırma çevreyi koruma, %51 engellilere destek, %47 sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi, %46 eğitim hizmetlerinin iyileştirilmesi, %45 kültür sanat faaliyetlerinin artırılması, %45 insan hakları ihlallerinin engellenmesi, %39 ayrımcılıkla mücadele, %47 yoksulluğun azaltılması, %28 işsizliğin azaltılması. Önceki raporla karşılaştırıldığında bu sıralamada pek bir değişiklik gözlenmemiştir.

Sivil Toplum İzleme Raporu 2013-2014’ten alınan verilere göre Türkiye’de Kurumsal Bağışçılığın genel eğilimleri şöyle sıralanmaktadır.

- Strateji geliştirme
- KSS projelerinin şirket misyonu ve hedefleri ile ilişkilendirilmesi
- Destek alanları
- STK’lara yönelik destek mekanizmaları
- STK’larla işbirliği
- Çalışanların gönüllülüğü
- KSS projeleriyle ilgili iletişim çalışmaları
- KSS projelerinin izleme ve değerlendirilmesi

Dünya’da Filantropi eğilimleri; The Giving Pledge, Yerel Bağışçılık ve Bağışçılar Vakfı, Online Bağış Kampanyaları, (Giving Tuesday, Kitlesele Fonlama) olurken,

desteklenen alanlar Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Mülteciler, Sosyal Etki Yatırımı (Venture Philanthropy) ve Katılımcı Hibe Programlarıdır. Türkiye'deki eğilimler Kitle Fonlama ve Online Uygulamalar, Kolektif Modeller (Yardımsızlık Koşusu), Hibenin Yeniden Dağıtılması ve Çalışan Gönüllülüğüdür.

2.3. TÜRKİYE'DE BAĞIŞ VE YARDIM TOPLAMA ÜZERİNE DÜZENLEMELER

Medeni Kanun 99. maddesine göre *“Dernek gelirleri, üye ödentisi, dernek faaliyetleri sonucunda veya dernek mal varlığından elde edilen gelirler ile bağış ve yardımlardan oluşur.”* İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü kayıtlarına göre derneklerin gelirleri 2016 yılından bu yana büyük bir ivmeyle artarak 21.681.751.188,24 Türk Lirasına ulaşmıştır. ²

Türkiye'de bireysel bağışlara ilişkin düzenleme 23/6/1983 tarihli ve 2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu ile yapılır. Kanunun ilk maddesinde de belirtildiği gibi kanunun amacı, *“yardım toplamaya yetkili kişi ve kuruluşları ve bunların hangi amaçla yardım toplayabileceklerini belirlemek, yardımın toplanmasına, kullanılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.”* Derneklerin gelirleri arasında sayılan yardımların, yurtiçi ve yurtdışından alınmasına göre, mevzuatımızda farklı düzenlemeler mevcuttur. Dernekler Kanunu 21. maddesinde, derneklerin yurtdışından yardım alması düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, dernekler mülki idare amirliğine önceden bildirimde bulunmak şartıyla, yurt dışındaki kişi, kurum ve kuruluşlardan ayni ve nakdi yardım alabilirler. Bildirimin şekli ve içeriği, Dernekler Yönetmeliği'nde düzenlenmiştir. Nakdi yardımların, bankalar aracılığıyla alınması zorunludur.

Yardım toplama faaliyetleri; makbuzla, belirli yerlere kutu koyarak, bankalarda hesap açtırarak, yardım pulu çıkararak, eşya piyangosu düzenleyerek, kültürel gösteriler ve sergiler yoluyla, spor gösterileri, gezi ve eğlenceler düzenleyerek,

² <https://www.siviltoplum.gov.tr/derneklere-ait-gelir-toplamlari>

bilgileri otomatik ya da elektronik olarak işleme tabi tutmuş sistemler kullanarak yapılabilir.

Kamu yararına çalışan dernek, kurum ve vakıflardan hangilerinin izin almadan yardım toplayabilecekleri, İçişleri Bakanlığının önerisi üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenip ilan edilir. Kamu yararı ve vergi muafiyeti statüleri, bağışçıların bu kurumlara yaptıkları bağışları vergi matrahlarından belirli bir oranda, kanunda belirtilen ölçüde indirebileceği anlamına gelir.

Vakıf ve derneklerin düzenli faaliyetlerini devam ettirmek için aldığı bağışlar, yardım toplama iznine tabi değildir. Bu bağışlar talep edilmeden, dernek merkezi veya web sitesi aracılığıyla alınabilir. Bütün vakıf ve dernekler amaçlarını gerçekleştirmek için bağış alabilirler. Vakıf ve dernekler, bir yardım toplama kampanyası ile bağışçılardan yardım talep ederek destek topluyorsa, bu yardım toplama iznine tabiidir. (Şahin 2013) Türk Silahlı Kuvvetleri ve alt kuruluşları, İçişleri Bakanlığı'nın önerisi üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenen "izinsiz yardım toplama izni"ne sahip olan kuruluşlar bu izninden muaftır. Ocak 2020 itibariyle, izinsiz yardım toplama iznine sahip olan 28 kuruluş vardır³. İzin alınmadan yapılan her türlü yardım toplama faaliyeti sonucu, yetkililer hakkında kovuşturma açılmaya tabiidir. Bu nedenle izinsiz etkinlikler kolluk kuvvetlerince durdurulabilir.

Yardım toplama süresinin takdiri, izin veren makama aittir. Bu süre bir yılı geçemez. Ancak, haklı sebeplerin bulunması halinde verilen süre, izin veren makamca bir yılı geçmemek üzere uzatılabilir. Yardım toplama faaliyetleri ile sağlanan net gelirin gerçekleştirilmek istenen amaç doğrultusunda kullanılıp kullanılmadığı izin veren makamın gözetim ve denetimine tabidir. Sorumlu kurullar, yardım toplama süresinin bitiminden itibaren on gün içinde toplanan yardımın kesin hesabını çıkarmak ve bir örneğini izin veren makama vermekle yükümlüdürler. Zorunlu hallerde bu süre, izin veren makamca otuz güne kadar uzatılabilir.

³ <https://www.siviltoplum.gov.tr/izin-almadan-yardim-toplama-hakkina-sahip-kuruluslar>

2.3.1. Vakıflar ve Vakıflar için Yardım Toplama Düzenlemeleri

Türk Medeni Kanunu'na göre vakıf; “gerçek veya tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları belirli ve sürekli bir amaca özgülemeleri ile oluşan tüzel kişiliğe sahip mal topluluklarıdır.” Bir vakfa bağışlanmış mallar kamulaştırılmış olur. Bağış yapan kişiye geri dönmez. Mevzuata göre, vakfın faaliyetinin bitmesi halinde, bu bağışları da içeren gelirleri ve mal varlığı vakıf senedinde belirtilen kuruluşa devredilir. Vakıf senedinde bir hüküm olmaması durumunda, mahkeme kararıyla benzer kurumlara devredilir.

1935 yılında Medeni Kanun'un kabulü ile vakıflar, bu kabulden önce ve sonra kurulan vakıflar olarak ikiye ayrılmaktadır. Buna göre, kanunun kabulünden önce kurulmuş vakıflar mülhak vakıflar, mazbut vakıflar, cemaat ve esnaf vakıflarıdır. Kanunun kabulünden sonra kurulmuş vakıflar ise yeni vakıflar olarak isimlendirilir. (Şahin 2013)

Resmi Gazete'de yer alan açıklamaya göre, Mazbut Vakıflar, 743 sayılı Türk Kanunu Medenisinin yürürlük tarihinden önce kurulmuş ve mülga 2762 sayılı Vakıflar Kanunu gereğince Vakıflar Genel Müdürlüğünce yönetilen ve temsil edilen vakıflardır. Mülga 743 sayılı Türk Kanunu Medenisinin yürürlük tarihinden önce kurulmuş ve yönetimi vakfedenlerin soyundan gelenlere şart edilmiş vakıflara mülhak vakıflar denilmektedir. Cemaat vakıfları, vakfiyeleri olup olmadığına bakılmaksızın mülga 2762 sayılı Vakıflar Kanunu gereğince tüzel kişilik kazanmış, mensupları Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan Türkiye'deki gayrimüslim cemaatlere ait vakıflardır. Yeni vakıflar mülga 743 sayılı Türk Kanunu Medenisi ile 4721 sayılı Türk Medenî Kanunu hükümlerine göre kurulan vakıflardır. 07.08.2019 itibariyle vakıf sayısı Tablo 2.4'te belirtilmiştir.

Tablo 2.4: Türkiye’de Vakıf Sayıları

Vakıf Türü	Sayısı
Mülhak Vakıf	256
Cemaat Vakıf	167
Esnaf Vakfı	1
Yeni Vakıf Sayısı	5.268
Yurtdışında Kurulan Vakıfların (Yabancı Vakıflar) Türkiye’deki Şube/Temsilcilikleri	17
TOPLAM	5709

Kaynak: <https://www.vgm.gov.tr/vakif-islemleri/vakif-istatistikleri/yeni-vakiflar>

7/8/2003 tarih ve 25192 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 30/7/2003 tarihli ve 4962 sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Hakkında Kanununun 20’nci maddesinde, "Gelirlerinin en az üçte ikisini nevi itibariyle genel, katma ve özel bütçeli idarelerin bütçeleri içinde yer alan bir hizmetin veya hizmetlerin yerine getirilmesini amaç edinmek üzere kurulan vakıflara, Maliye Bakanlığının önerisi üzerine Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınabilir. Türkiye’de vergi muafiyeti sağlanan vakıf sayısı 287’dir. Bu yeni vakıfların %5’ini kapsamaktadır. Bu vakıfların vergi muafiyetleri sınırlıdır.

2.3.2. Dernekler ve Dernekler için Yardım Toplama Düzenlemeleri

Türk Medeni Kanunu’na göre, Dernek; *“Kazanç paylaşma dışında, kanunlarla yasaklanmamış belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, en az yedi gerçek veya tüzel kişinin, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kişi topluluklarıdır.”*

İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü verilerine göre Ocak 2020 itibariyle faal dernek sayısı 118,949’tur. Bu derneklerden kamu yararına çalışan dernek statüsü olan dernek sayısı 359’dur.

Derneklerin kamu yararı statüsüne başvurabilmesi için, derneğin en az 1 yıldan beri faaliyette bulunması, son bir yıl içindeki, 2005 yılı için belirlenen tutar olan 50.000.-TL'sini geçen alım ve satım işlemlerinin rekabet koşullarına uygun yapılması, amacı ve gerçekleştirdiği faaliyetlerin, üyelerinin dışında yerel veya ulusal düzeyde toplumun ihtiyaç ve sorunlarına yönelik çözümler üretecek ve toplumsal gelişmeye katkı sağlayacak nitelikte olması, yıl içinde elde ettiği gelirin en az yarısının bu amaçla harcanması, sahip olduğu mal varlığının ve yıllık gelirinin tüzüğünde belirtilen amacı gerçekleştirecek düzeyde olması, bu koşulların karşılandığının dernekler denetçileri tarafından düzenlenen rapor ile tespit edilmesi gerekir. (Şahin 2013)

2.3.3. Dernek ve Vakıflar için Vergi Düzenlemeleri

Mevzuata göre vakıf ve dernekler kurumlar vergisi mükellefi değildir. Kar amacı gütmeyen vakıf ve derneklerin, kar amacı güden ve gelir getiren faaliyetleri için iktisadi işletme kurmaları gerekmektedir. Bu amaçla kurulan iktisadi işletmeler, Türk Vergi Sistemine göre kurumlar vergisine tabidir.

Yukarıda belirtildiği üzere, kamu yararı statüsü bulunan dernek ve vakıflara bağış yapanlarının vergi matrahlarından kanunda belirtilen ölçüde indirim yapılır. Tüzel kişilerin vergi muafiyeti olan vakıflara ve kamu yararı statüsü olan derneklere yaptıkları bağışlarda uygulanan vergi indirimi %5'dir. Gerçek kişiler ancak gelir vergisi beyannamesi vermeleri durumunda bağışlarını gider yazabilirler. Bordrolu olarak çalışan gerçek kişiler tarafından yapılan bağışlarda vergi indirimine yönelik bir uygulama bulunmamaktadır. (Şahin 2013) Bu statüye başvurmak için gerekli koşullar kanunda belirtilmiştir.

2.4 HAK TEMELLİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI İÇİN BAĞIŞÇILIK VE HAYIRSEVERLİK

Hak temelli STK'lar günümüzde çeşitli tematik alanlarda örgütlenmektedir. Bunlardan başlıcaları, insan hakları, toplumsal cinsiyet, çevre, çocuk hakları, engelli hakları, gençlik, kültürel haklar/kültür-sanat gibi alanlardır. Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü ve Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden alınan verilere göre

bugün Türkiye’de faaliyet gösteren faal derneklerin sayısı 118.958, Vakıf sayısı 5.709’dur. Bu derneklerden 1.478 tanesi hak ve savunuculuk derneği, 1.393 tanesi engelli derneği, 327 tanesi yaşlı ve çocuklara yönelik derneklerdir.⁴ Bu alanda detaylı istatistiğin yalnızca Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü kayıtlarına dayanıyor oluşu ve hak temelli sivil toplum kuruluşlarının yer yer başka alanlarda kategorize ediliyor oluşu, sağlıklı veriye ulaşmada engel taşımaktadır. Bu çalışmaya konu olan, hak temelli kurumların bazıları, Meslek ve Dayanışma Dernekleri kategorisi altında listelenmiştir.

Sivil Toplum Geliştirme Merkezinin (STGM) doğrudan hak temelli STK’ları inceleyen, 2. Baskısı Temmuz 2011’de yayımlanan Türkiye’de *Hak Temelli Sivil Toplum Örgütleri; Sorunlar Ve Çözüm Arayışları* yayını incelendiğinde hak temelli örgütlerin hizmet verdiği yedi tematik alanda (insan hakları, toplumsal cinsiyet, çevre, çocuk hakları, engelli hakları, gençlik, kültürel haklar/kültür-sanat) sınıflandırıldığı görülmektedir. 2. Baskıda yayına HIV ile yaşayan bireylerin hakları, hayvan hakları, yaşlı hakları, mülteci hakları ve kent hakkı eklenmiştir. Yayının henüz önsözünde hak temelli STK’ların sürdürülebilirliği, düzenli gelir sorunu ve üye bağlılığı bir sorun olarak tanımlanmıştır.

Çalışmadan çıkan sonuca göre, STK’ların büyük çoğunluğu temel sorunlarının parasızlık olduğunu düşünüyor ve önceliği kaynak para elde etmeye yönlendiriyor. Yayında, 2005-2007 yılları arasında geçen iki yıllık sürede STGM ekibi 3000’in üzerinde STK temsilcisiyle bir araya geldiğini belirtmekte ve STK’ların AB üyelik süreciyle, STK’lar arasında artışa geçen projecilik anlayışının hibeler alanında bir rekabet oluşturduğunu kaydetmiştir. Bu rekabet ile sivil alanda proje hazırlayan ve başvurusu kabul edilenler başarılı olarak nitelendirilmiştir. Bunun sonucunda STK’lar taban kitlelerinden koparak, çabalarını kaynak peşinde koşmaya aktarmıştır.

Yayının İnsan Hakları bölümünün sonuç kısmı incelendiğinde bir görüş olarak, mali sorunların, İnsan Hakları Kurumların devletin ihlallerine karşı etkin mücadele

⁴ <https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarina-gore-dernekler>

yürütmelerini güçleştiren temel etmenlerden biri olduğu belirtilmiştir. Ancak başta İHD ve MAZLUMDER olmak üzere, pek çok kurum, fon alma fikrine sıcak bakmazken, üye aidatları ve bağışlara dayalı gelirlerle de etkin faaliyet yürütmenin imkânsızlığına işaret etmiştir.

Haklarının korunması ve geliştirilmesi değerli ve önemli bir mücadelenin bir parçasıdır. Bu işi yapmak için kuruluşların finansal kaynaklara ihtiyacı vardır. Bu çabaları finansal olarak desteklemenin değerini bilen birçok fon olmasına, birçok kuruluş çalışmalarını desteklemek için yeterli fon bulmakta zorlanmaktadır. Hak temelli çalışmalar kaynak yaratma, özellikle işin karmaşık, duygusal olarak zorlayıcı yapısı nedeniyle, insani acil durumların ötesinde uzun vadeli çözümler için zorlayıcıdır. Hak temelli örgütler, teorik olarak devlet otoritelerine hakları hatırlatır ve buna uygun faaliyetleri devlete karşı veya devletle ortaklaşarak yürütür. Yardım veya insani yardım kurumları, genellikle siyasi olarak algılanma korkusu nedeniyle 'hak temelli' çalışmalardan ve savunuculuk çalışmalarından uzak durmayı tercih ederler.

TÜSEV'in Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik araştırmasına göre, bağış yapanlar çeşitli dezavantajlı ve mağdur gruplara yardım eden kuruluşlara bağış yapmaktadır. Araştırmada kültür ve sanat alanı ile hak temelli kuruluşlara bağışın görece az olduğu, bağışçıların bu alana öncelik vermediği görülmektedir. (Çarkoğlu and Aytaç 2016) Çalışmanın temel çıktularından birisi de sivil toplum kuruluşları ile devlet kurumları altında örgütlenen kuruluşlar arasında fark görülmediği belirtilmekte, sivil toplum örgütlenmelerin, demokratikleşme ve bu alanda çözüme yönelik çalışan STK'lar yerine sosyal yardımların önceliklendirilmesidir.

Yukarıda da bahsedildiği üzere 2016 yılı Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik araştırmasının sonuçlarına göre, "Bağış Yapacak olsanız öncelikle hangi alanlarda faaliyet gösteren kurumlara bağış yapardınız?" sorusu çalışmaya katılanların %20,5'i tarafından fakirlere ve düşkünlere yardım, %13,9'u tarafından yetimlere yardım, %11,8'i tarafından eğitim, %9,1'i tarafından çocuk ve gençlere

yardım, %8,4'ü tarafından şehit ve gazi ailelerine yardım, %7,3', tarafından engellilerle dayanışma, %6,3'ü tarafından sağlık ve sağlık hizmetleri, %3,4'ü tarafından dini eğitim ve amaçlar, %2,7'si tarafından kadın hakları, %2,3'ü tarafından insan hakları, %2,1'i tarafından doğal felaketzedelere yardım, %1,5'u tarafından bilim ve teknolojik gelişmeye destek, %1,4'ü tarafından sosyal ve ekonomik kalkınma, %1,3'ü tarafından tüketici hakları, 1,2'si tarafından çevreyi koruma, %1,1'i tarafından mültecilere yardım, %1,0 tarafından sanat, kültür ve tarihi koruma, %0,9'u tarafından hayvan bakımı ve koruma ve son olarak da %0,4 amatör sporlara destek olarak yanıtlanmıştır.

Bu oranlar Çarkoğlu ve Aytaç tarafından, bireysel bağışlarda önceliğin etkinin doğrudan izlenebildiği alanlara kaydığı, insan hakları, kadın hakları ve çevre müdahaleleri gibi büyük ölçekli müdahalelere yapılan bağışın her zaman etkisinin gözlemlenebilir olmadığı bu nedenle bağışçılar tarafından önceliklendirilmediği olarak yorumlanmaktadır. Hak temelli sivil toplum kuruluşları, genel bağışçı davranışında öncelik verilen alanlar içerisine girmemektedir. 2019 araştırmasında çalışmaya katılanlara yönelen “Türkiye’de STK’ların belirli alandaki etkisi nedir?” sorusu incelendiğinde engellilere destek, dezavantajlı grupların güçlendirilmesi ve ayrımcılıkla mücadele gibi alanlarda oransal olarak artış gözlemlenmektedir.

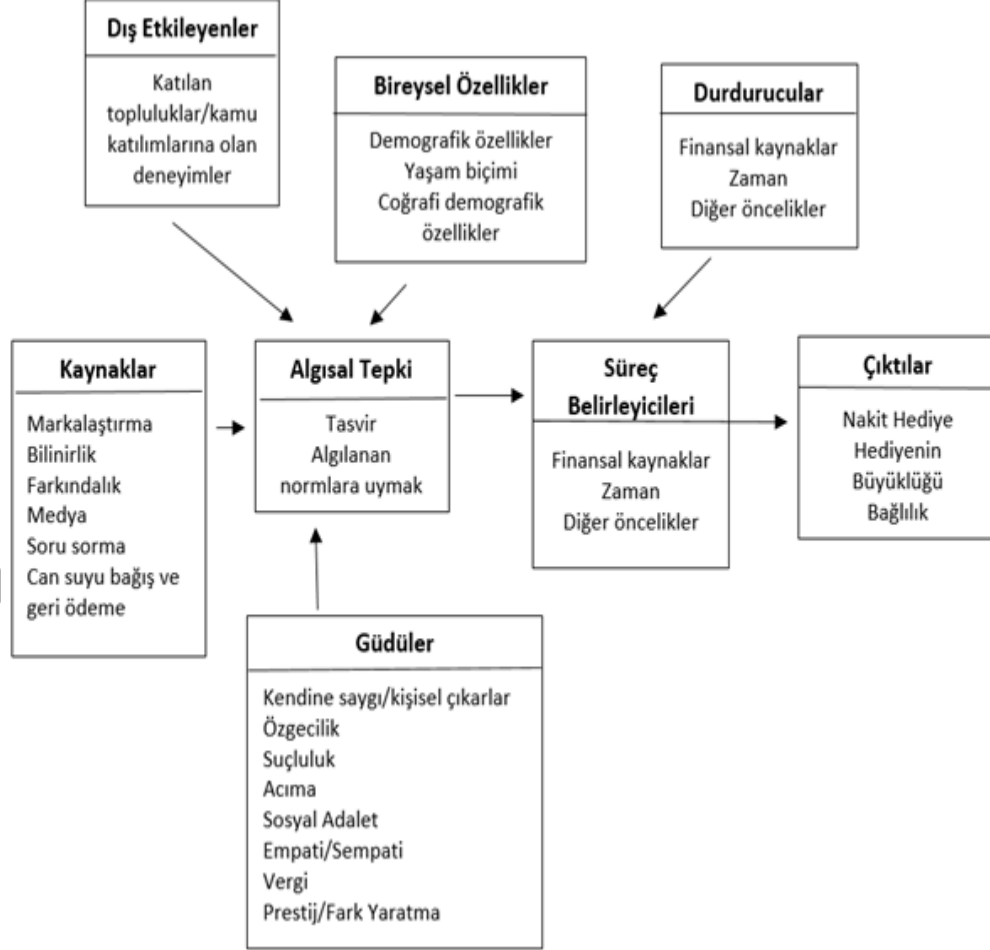
Uluslararası alanda, hak temelli kalkınmaya yönelik yaklaşım, son yirmi yıl içerisinde küresel kalkınma ve insani yardım sektörü aracılığıyla da kavramsallaştırılmıştır. Bu nedenle, bağışçılar, uluslararası kuruluşlar ve kalkınma alanında çalışan STK’lar teorik olarak insan haklarının uygulanmasına giderek daha fazla önem vermektedir. Bu durum ve taahhüt, küresel insan hakları ve kalkınma politikası yürüten STK’ların söylemsel ve örgütsel birleşmesini önemli ölçüde hızlandırmıştır. Yine uluslararası alanda, insan hakları ve ilkelerinin standart gelişim düşüncesi değerli bulunmaktadır. Bu yaklaşımın güçlenmesinin, ayrımcılığa uğramış ve uğrayabilecek grupları güçlendireceği, sosyal ve ekonomik eşitsizliğe yönelik çalışmalar geliştireceği, hem devlet hem de bağışçıların hesap verebilirliğini artıracığı düşünülmektedir. (Kindornay and Ron 2011)

2.5. BAĞIŞÇI MOTİVASYONLARI

Bağışçılık ve bağışçılık üzerine araştırmalar pazarlama, ekonomi, psikoloji, sosyal psikoloji, nöroloji, sosyoloji, siyaset bilimi, antropoloji, biyoloji ve evrimsel psikoloji gibi çok farklı disiplinde incelenmiştir. Bu çalışmalarda, “kimin ne verdiği” ile beraber, bağış yapan kişilerin özellikleri ile ve bu özelliklerin hangisinin bağışlanan para miktarıyla ilgisi olduğu araştırılmıştır. Kimin ne verdiğinin yanı sıra bu çalışmalarda yapılan görüşmelerle bağışçıların neden bağış yaptığı, hangi nedenlerle bu bağışlara dâhil olduğu, dolayısıyla motivasyonları incelenmiştir. Yapılan çalışmalar, demografik bilgiler de dâhil, bağışçı özelliklerinin bağış miktarı ve bağış yapma davranışı ile ilişkisini ortaya koymuştur.

Guy ve Patton (1989) bağış karar sürecinin doğası gereği sıralı olduğunu ve üç sıralı aşama önerdiğini belirtmektedir. Buna göre (1) potansiyel bağışçılar önce başkalarının yardıma ihtiyacı olduğunu ve yardım edilmeyi hak ettiğini fark etmelidir; (2) bağış yapmanın yararları anlaşılmalıdır ve (3) potansiyel bağışçılar, bu sorunu çözme veya yararlanıcılara yardım etme sorumluluğunu kabul etmelidir.

Şekil 2.1: Bireysel Bağışlar ve STK'lara Bağışlar için Bağış Modeli



Kaynak: Sargeant, Adrian, and Lucy Woodliffe (2007) "Gift Giving: An Interdisciplinary Review" International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing 12: 275–307

Aşağıda bağışı motivasyonları 8 temel mekanizma ile tanımlanmıştır ve bu konudaki literatür bu başlıklar ile taranmıştır.

2.5.1. İhtiyaç Bilinci

İnsanlar bağış yapmadan önce desteğe ihtiyaç duyulduğunun farkında olmak zorundadırlar. Bu nedenle ihtiyaç bilinci temel bağışçı motivasyonlarından biridir. İhtiyaç, yiyecek, barınma, güvenlik, ilaç, tedavi, sosyal ihtiyaçlar veya psikolojik

ihtiyaçlar olarak sınıflandırılabilir. İhtiyaç bilinci, bağışçılığı büyük ölçüde harekete geçiren bir mekanizmadır ve bu mekanizma yardım arayanların ve bağış kabul eden Sivil Toplum Kuruluşlarının eylemlerinin sonucunda oluşur.

İhtiyacın bağış yapma davranışına etkileri daha çok daha çok sosyal psikolojinin konusudur. 1960'larda yapılan bir araştırmada (Berkowitz ve Daniels, 1964) pratik yardım, kan bağışı, organ bağışı ve ayrıca para bağışı gibi çeşitli yardım davranışları incelenmiştir. Bu çalışmalarda, yardıma olan ihtiyaç derecesi, yardımın verilme olasılığı ile olumlu yönde ilişkisi bulunmuştur. Bağışçıların ihtiyaç sahiplerini doğrudan bilmesi bağış davranışını yönlendirmektedir. Örneğin, belirli bir hastalığa sahip yakınları olan kişilerin, bu hastalıklarla mücadele eden hayır kurumlarına daha fazla bağış yapma olasılıkları vardır (Bekkers ve Schuyt, 2008)

Yaygın sağlık sorunları ile mücadele eden Sivil Toplum Kuruluşlarının daha fazla bağış aldığını iddiası, eski hastaların bir teşekkür olarak hastanelere bağışta bulunmalarını gösteren çalışma tarafından da desteklenmiştir. (Hart, 1999) Bağışçılar bu alandaki kuruluşlara bağış yapmasının en yaygın nedeninin, ihtiyaç sahibi olan diğerlerine yardım etmek veya Amerikan Kalp Derneği veya Amerikan Kanseri Derneği gibi kurumlara bağış yaparak elde edilen hayat kurtarma hissi olduğunu belirtmiştir.

Norveç'te yapılan bir araştırma, daha yaygın hastalıklarla mücadele eden sağlık yardımlarının daha fazla sayıda üyeye sahip olduğunu ve bu nedenle daha fazla özel katkı aldığını göstermiştir (Olsen ve Eidem, 2003). Örneğin “çok sevdiği bir evcil hayvana” sahip olanların, hayvan refahı alanına bağış yaptığı görülmektedir. (Bennett ve Diğ. 2007).

İhtiyaç bilincinin oluşmasında medyanın gücü de önemlidir. Bir depremin medyada daha fazla yer alması, bu duruma yönelik özel katkıları güçlendirmektedir. Örneğin 24 Ocak 2020 tarihinde Elazığ'da gerçekleşen deprem sonrası, Elazığ ve Malatya

Yardım Kampanyası kapsamında, banka hesaplarında 65.510.731 TL, SMS sisteminde 27.907.880 TL olmak üzere toplam 93.418.611 TL yardım toplamıştır.⁵

Bielefeld, Rooney ve Steinberg (2005), din dışı nedenlerle yapılan bağışların, gelir eşitsizliğinin daha yüksek olduğu bölgelerde, bu alanlardaki hayırsever katkılara daha fazla ihtiyaç duyulduğu için daha yüksek olduğunu bulmuştur.

İspanyol Kalkınma Yardım kuruluşları üzerinde yapılan bir çalışmada, sektördeki eski hayır kurumlarının daha fazla bağış topladığı tespit edilmiştir, çünkü bu kuruluşlar daha geniş bir gönüllü havuzuna sahiptirler. (Marcuello ve Salas, 2000) Bununla birlikte, Birleşik Krallık'ta yapılan bir araştırmada, yaşın sağlık, din ve sosyal yardım kuruluşlarına katkıları üzerindeki etkisi olsa da, yukarıdaki çalışmada bahsedildiği gibi örgütsel yaş ve bağış arasında bir bağlantı bulunamamıştır (Khanna, Posnett ve Sandler, 1995)

2.5.2. Talep

Bağış yapmanın bir diğer motivasyonu taleptir. Talep, bağışta bulunmak için Sivil Toplum kuruluşunun talep etme eylemini ifade eder, Sivil Toplum Kuruluşları tarafından yönlendirilen sorma davranışdır. Potansiyel donörlerden bağışın talep edilme şekli, taleplerin etkinliğini belirler. Talep üzerine çalışmalar, pazarlama, psikoloji ve ekonomi dâhil olmak üzere çeşitli disiplinlerin konusu olmuştur.

Bağış almak için sivil toplum kuruluşları tarafından bağışın istenmesi gerekir, bağışların yalnızca küçük bir bölümü STK'lar tarafından istenmeden gelir. Talep etme ya da soru sorma biçimi dikkate değer ölçüde bağışa ulaşmak için önemlidir.

Tüm bağış eylemlerinin büyük bir çoğunluğu, bir talebe yanıt olarak meydana gelir. Bryant ve Diğ. (2003), 1996 Bağımsız Sektör Bağış ve Gönüllülük anketinde katılımcılar arasında bağış hareketlerinin% 85'inin bir talebe karşılık gerçekleştiğini göstermiştir. Bu nedenle, bağışçıların STK ile karşılaşma olanağı ne kadar atarsa bağış yapma olasılığı o kadar artar. Pazarlama ve sosyolojide yapılan araştırmalar

⁵ <https://www.afad.gov.tr/elazig-depremi-sonrasi-yapilan-yardimlar-merkezicerik>

genellikle bağış davranışı işe hayırseverlik etkinliği ile ilişkili olduğunu bulmuştur. (Bekkers, 2005) Marx (2000) bu konuda herhangi bir bağlantının olmadığını belirtmektedir.

Bu sonuçlar, bağış toplayan STK'ların bağış talep ettiği bireylerin sayısını dikkatsizce artırılması gerektiği anlamına gelmez. Mezun bağışları üzerine yapılan bir araştırma, mezunlarının daha büyük bir kısmından bağış talep eden yükseköğretim kurumlarının daha düşük ortalama bağışlar aldığını ortaya koymuştur (Leslie ve Ramey, 1988). Buna ek olarak, STK'lar bağışçılarına taleplerini fazla yklememeye zen göstermelidir. Talep sayısının arttırılması "donör yorgunluğu" retebilir ve ortalama katkıyı düşürebilir (Bekkers ve Wiepking, 2007).

Freedman ve Fraser (1966), STK'ların kk miktarlar için taleplerle başlayıp daha sonra bunları zaman içinde toplayarak yeni bağışçıları talep etmesi gerektiğini savunmaktadır. Zuckerman ve diğerleri (1979) kk değerde bir bağış sormanın birçok potansiyel engeli ortadan kaldırdığından bu sürecin bağış toplama sürecini daha iyi yürüttüğünü ileri sürmektedir. Bunun yanında, bağışçıların bir kez bağış yaptığı kurumlara bağış yapmaya daha istekli olduğu görülmüştür.

STK'lara olan aşinalık bağış yapmanın bir nedeni olarak tanımlanmıştır. Örneğin nl kişilerin katılımı ile gerçekleşen tanıtım kampanyaları, kurumların pazarlama ve reklam kampanyaları, ürün veya hizmetlerini tanımaya çalışmanın bir yolu bu kampanyaları kullanmaları sonucu da bağışlarında artış gözlemlenmektedir.

Adım Adım modeli için elçi bağışçılığı (peer to peer donation), talep motivasyonunu arttıran faktör olarak görülmektedir. Çevrimiçi elçiler ile bağış toplamının yararları ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda, STK'ların bağışçılardan bağışta bulduklarını paylaşmalarını isteyerek bağışları arttırabildiği görülmektedir. Bu, STK'nın neredeyse hiç bir maliyete maruz kalmadan erişebileceği yeni bağışçıların sayısını potansiyel olarak arttırabilmesine olanak sağlar (Castillo ve Diğ.,2014)

2.5.3. Maliyet-Fayda

Üçüncü mekanizma yapılan bağışların maddi maliyetini ve bağıştan elde edilen faydaları ifade eder. Chinman ve Diğerleri (2005) tarafından yürütülen çalışmadan hareketle, maddi maliyet ve faydalar “parasal bir değerle ilişkilendirilen somut sonuçlar” olarak tanımlanır. Bu motivasyon genellikle Ekonomi alanının konusudur.

Değişen sosyal sınıf ve kişisel gelir ve talebin bu durum üzerinde yarattığı değişimler bu alandaki çalışmalarda incelenmiştir. Jones ve Posnett (1991) bağışın sadece gelirle değiştiğini değil, bağış mantığının da değiştiğine dikkat çekmektedir. Radley ve Kennedy (1995), daha düşük sosyo-ekonomik gruptaki bağışçıların, maruz kaldıkları durumlar nedeniyle ihtiyaç sahiplerini görmeye daha fazla eğilimli olduklarını tespit etmişlerdir. Bu gruplar, küçük miktarda yapılacak bağışların önemli olduğunu düşünmektedirler. Aksine, daha yüksek sosyo-ekonomik gruplar, sadece ihtiyaç sahiplerine değil, aynı zamanda daha uzun vadeli değişimler yaratmaya çalışmaktadır. (Amato 1985) Bu durum hak temelli örgütlere yönelen bağışlarda söz konusu öznelere bağışçı olabileceği sonucunu doğurmaktadır. ABD'de yapılan bir çalışma, yoksullar ve üst sınıfın, orta sınıfa oranla gelirlerinin çok daha yüksek bir oranını bağışa ayırdığını göstermektedir. (Silver, 1980)

2.5.3.1 Maliyet

Para vermek bir maliyet yaratmaktadır. Bir bağışın maliyeti düşürüldüğünde, yapılan bağışta artış görülmektedir (Bekkers, 2005).

Yapılan çalışmalar, hayır kurumlarına yapılan vergi indirimlerindeki değişikliklerin $-0,79$ ile $-1,26$ arasında büyük, kalıcı bir fiyat etkisine ve $-0,40$ ile $-0,61$ arasında daha küçük bir geçici fiyat etkisine sahip olduğu sonucuna varmıştır. (Auten ve Diğ. 2002) Literatürdeki bazı çalışmalar, gelir vergisi oranları ile yapılan bağış arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular değişmekle birlikte, vergilendirmedeki değişikliklere bağışçılar tarafından geliştirilen duyarlılık büyüktür. (Clotfelter, 1985). Örneğin Okten ve Weisbrod (2000), belirli bir yüzde bağış yapma fiyatındaki bir değişikliğin, bağışlarda % 24 daha büyük bir yüzde değişikliğine yol

açtığını hesaplamıştır. Bu nedenle vergilendirme seviyesindeki bir değişiklik, bağış seviyesinde orantılı olarak daha yüksek bir değişikliğe yol açtığı söylenebilir.

İşverenler çalışanlarının yaptığı bağışlarla eşleştiğinde (matching) çalışanlar daha fazla bağış yapmaktadır (Okunade ve Berl, 1997). Talep edilen miktar artırılarak bağışlanma maliyetleri arttırıldığında, talep edilen miktar aşırı olarak algılanmazsa bağışlanan miktar artabilir (Doob ve McLaughlin, 1989).

Birleşik Krallık'ta (Banks ve Tanner, 1999) bağışların zamanlaması hakkındaki anket çalışmaları Aralık ayının en fazla bağış yapılan ay olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum yılın belirli dönemlerinde kolektif bir verme davranışı olduğunu ve maliyetlerin buna uygun olarak ayarlandığını göstermektedir.

2.5.3.2 Fayda

Bazen bağışçılar, Sivil Toplum Kuruluşlarına yapılan bağışları karşılığında hizmet veya diğer “seçici teşvikleri” satın alır (Olson, 1965). Örneğin, üniversitelere, müzelere veya senfoni orkestralarına bağış yapanlar özel yemeklere, toplantılara veya özel kulislere erişim hakkı kazanmaktadır. Bu durum itibar motivasyonundan ziyade fayda motivasyonu ile açıklanmaktadır.

Katkı karşılığı özel hizmetlere erişim sunmak, bağışçiyı, bağıştansa satın alma davranışına daha da yakınlaştırır. Yarar motivasyonu çoğunlukla ekonomi ve pazarlama alanında incelenmiştir.

Bu yararlar seçilen hediye kategorileriyle eşleştirildiğinde, örneğin belirli bağış miktarlarına verilen hediyeler, bağış davranışının daha da arttığı gözlenmektedir. (Andreoni ve Petrie, 2004).

İnsanlar yardım için maddi yararlar elde ettikleri zaman, yardımın niteliklerini azaltma eğilimindedirler (Zuckerman ve Diğ., 1979), bu da sosyal yardımların gelecekteki yardımlar üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Ek olarak, eğer katkılar kamuya duyurulursa, diğer topluluk üyeleri tarafından içselleştirilebilir ve aşağıda tartışılan itibar mekanizmasına referansla açıklanabilir. Örneğin, bağışçılar tıbbi

araştırmalara yapılacak bağışları gelecekteki sağlık ihtiyaçlarını gidermek için bir araç olarak algılayabilir (Burgoyne ve Diğ., 2005)

2.5.4. Özgecilik (Altruism)

Bireylerin STK'lara katkıda bulunmasının açık bir nedeni, kuruluşun ortaya çıkardığı katma değeri veya faydalanıcılara doğurduğu sonuçlarını önemsemesidir. Bu motivasyon literatürde "özgecilik" olarak adlandırılmıştır (Andreoni, 2006). Literatürde, bazı araştırmacılar, bağış davranışlarının, bağışçıya sağladığı faydalara atıfla açıklanabileceğini savunmaktadırlar. Bu anlamda bu süreç rasyoneldir ve bağış yapan kişi bağış yapmanın faydasını sonuçların önemsemediği için bağış yapar. Bunun yanında doğrudan ya da dolaylı olarak bir kurumla olan kişisel deneyimin, insanların bağış yapmayı seçmelerinin önemli nedenlerinden biri olduğu bulunmuştur. (Snipes ve Oswald, 2010)

Özgeciliği (altruizm) ortaya çıkaran kavramlardan biri empatidir, empati bir bireyin başka bir kişide duygu ifadesi ile ortaya çıkan duygusal uyarılması olarak tanımlanabilir. Tanımlama güçlüklerine rağmen, bir çalışma empatinin davranış verme üzerindeki etkisini ele almış ve ulaşılan empati düzeyi ile bağış yapma olasılığı arasında güçlü bir ilişki bulmuştur (Mount ve Quirion, 1988). Buna göre bireyin bağış yapma davranışı, fayda sağlayan gruba empati duyması ile motive edilebilir. Ancak yaşanan empati derecesi donör için kişisel olarak rahatsız edici hale geldiğinde bu etkinin tersine çevrilmesi söz konusu olabilir. (Sargeant ve Woodliffe, 2007)

2.5.5. İtibar

İtibar mekanizması bağışçı için yapılan bağışların sosyal sonuçlarını ifade eder. Bağışçılar, sosyal ortamında bulunan kişiler tarafından bağış sözü verdiğinde yüceltilebilir, aksine vermediğinde de "cezalandırılabilir" veya küçümsenebilir.

İtibar, literatürde psikoloji ve ekonomi alanında incelenmiştir. Bağış davranışı başkaları tarafından genellikle olumlu bir davranış olarak görülür söz konusu eşişsizlikleri azaltmak olduğunda, bu davranış sosyal evre tarafından daha olumlu

algılanabilir. (Brickman ve Bryan, 1975) Bu nedenle hayırsever ve bağış yapan kişiler, etrafları tarafından büyük saygı görmektedir. (Muehleman ve Diğ., 1976).

Yapılan araştırmalarda, bağışçılara seçim fırsatı tanındığında, bağışçıların genellikle bağışlarının başkaları tarafından bilinmesini tercih ettiği görülmüştür (Andreoni ve Petrie, 2004). Bu yüzden, zarfla, kapalı olarak para bağışlamanın bağışı azalttığı sonucu ortaya çıkmıştır. (Hoffman ve diğerleri, 1996). Kansere karşı yapılan sarı ve pembe bileklik bağışları, literatürde “göze çarpan merhamet” (Grace ve Griffin, 2006; West, 2004) olarak kavramsallaştırılmıştır, ve bu göze çarptırma etkisinin bağışları artırdığı düşünülmektedir.

Kuruma olan tanıdıklığın yanında, bağış yapılan kuruluşun algılanan itibarı da önemlidir. Bağışçılık ile ilgili daha önce yapılan bazı araştırmalar, bu alanda yapılan çalışmaların bir kısmında bağışçıların kısmen itibar tarafından motive edildiğini göstermiştir (Snipes and Oswald 2010).

İtibar, yalnızca bilindik ve fiziksel olarak mevcut olan kişiler tarafından sağlanmamaktadır. Yapılan katkının başkaları tarafından algılandığını bilmek insanlar için yeterli bir motivasyon olabilmektedir. Yapılan bir teleton (Televizyon programında bağışçıların telefonunu kabul ederek bağış toplamak) etkinliğinde insanların ekranda isimlerinin görüldüğü sırada daha fazla bağış yaptığını göstermiş ve bağış yapma olasılığının yüksek olduğunu belirtmiştir. Bu durum çalışmanın konusu olan iki modelde de bağışın görünmesinin bağışları artıracak sonucuna ulaştırmaktadır. Destekle Değiştir etkinlikleri sırasında bağış anında katılımcılar adlarını salonun duyacağı şekilde belirtmektedir, Adım Adım platformu da koşucuları sıralayarak bağışlar üzerinde olumlu etki yaratabilmektedir.

Bağışçılar genellikle sosyal baskının önemini inkâr etseler de (Polonsky ve diğerleri, 2002), anket çalışmaları bağışların sosyal baskıyla oldukça güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu bulmuştur.

Yukarıdakilerle yakından ilişkili bir faktör, bağışçının algıladığı normlardır. Bağışçılar, kendi sosyal gruplarında nelere katkıda bulunduğuna dikkat etmektedir.

Rege (2004) 'e göre, bir kişinin normlara bağlı kalmasından sonra çevresinden aldığı sosyal onay, yaptığı bağış ile pozitif korelasyon göstermektedir.

Sosyal etki teorisi (Latane, 1981) bize itibar rolünün bağışlama ve bağış toplama metoduna göre değişebileceğini söylemektedir. Doğrudan posta, basın veya radyo reklamcılığı gibi daha az kişisel kaynak sağlayan yöntemlerde, bağışçı karar verme konusunda kuruluşa ilişkin algılarına tamamen güvenebilir. Yüz yüze bağış metoduna ise bağışçı daha fazla değişkene ve girdiye sahip olduğundan, kuruma güvenmesi daha zor olacaktır. (Sargeant ve Woodliffe 2007)

2.5.6. Psikolojik Yararlar

Bağış davranışı sadece sosyal fayda sağlamaz, bunun yanında bağışçı için psikolojik fayda da sağlar. Psikolojik faydalar, bağışçıların yaptıkları bağış sonucu olarak kendilerine verdikleri maddi olmayan faydaları ifade etmektedir.

Bu motivasyon üzerindeki çalışmaların büyük bir çoğunluğu, bağış yapan kişinin fedakar, empatik, sosyal olarak sorumlu, etki yaratan bir kişi olarak kendi imajına katkıda bulunabileceğini gösteren sosyal psikologlar tarafından yürütülmüştür. Buradan varsayım, bağış yapmanın ve yardım etmenin olumlu bir ruh hali ürettiği, suçluluk duygusunu hafiflettiği, ahlaki olarak adil bir kişi olma duygusunu tatmin ettiği tahmin edilmektedir.

Yardım etme davranışı üzerine yapılan çalışmalar, bağışın, bağış yapan kişiye “empatik sevinç” olarak adlandırılan olumlu psikolojik sonuçlar doğurduğuna belirtmektedir (Batson ve Shaw, 1991). İnsanların bağış yapma konusunda olumlu psikolojik deneyimlere sahip olmasının birkaç nedeni vardır: insanlar suçluluk duygularını hafifletebilir, cezadan kaçabilir, sosyal bir normla uyumlu hareket ederek iyi hissedebilir veya belirli özgecil bir doğrultuda hareket ederek iyi hissedebilir. Özellikle, kendisini iyi hissettirmek için tasarlanmış olumlu mesajları alan bağışçıların, kendilerini kötü hissettirmek için tasarlanmış olumsuz mesajları alan kişilere göre bağış çağrısına cevap verme olasılığı daha yüksektir (Benson ve Catt, 1978).

Kaynak geliştirenlere, olumsuz bir ruh hali yaratan malzemelerin kullanımından kaçınmak tavsiye edilmektedir. Ayrıca bağış sonucu faydalanacak kişilerin masum, mutlu ve iyi durumda gösterilmesi, bağış yapanın ruh halini olumlu etkileyeceğinden, potansiyel bağışı da artıracaktır. (Benson ve Catt, 1978).

Bireysel bağış davranışı, korku, acıma veya suçluluk duygusu ile motive edilebilir. Daha yüksek oranda hissedilen suçluluk duygusu daha yüksek oranda bağış yapılma ihtimalini artırsa da bu durum kişisel olarak üzüntü verici hale geldiğinde bu etkinin tersine çevrilmesi söz konusudur. (Sargeant ve Woodliffe 2007)

Adım Adım ve Yardımseverlik Koşusu için, bir hayır kurumu sporu etkinliğine bağıllık geliştirmenin, katılım motivasyonları ile birlikte arkadaşlık, amaç ve gibi faktörlerin bir katkısının sonucu olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, yardımseverlik koşusu modeli, arkadaşlık, amaç, sosyal ilişkiler, fiziksel yararlar gibi sonuçlar doğurarak, bağışlılığı geliştirmeye kolektif olarak katkıda bulunabilir. (Filo ve Diğ. 2014)

2.5.7. Kişisel Değerler

Bağışçıların gözünde, STK'lar, çalışmaları ile fayda geliştiren ve dünyayı iyileştiren kurumlardır. Bağışçıların onayladığı tutumlar ve değerler, STK'larla eşleştikleri takdirde bağış yapma davranışını artırabilir. Kişisel değerlerin etkileri üzerine yapılan çalışmalar çoğunlukla sosyoloji, psikoloji ve filantropi çalışmalarının konusu olmuştur. Kişisel değerleri değiştirmek veya manipüle etmek zor olduğundan, bu alanda kişisel değerler değiştiğinde bağış davranışının nasıl değişeceğini gösteren çalışmalar azdır. Ancak bağışın kişisel değerlerin bir sonucu olması özgeci motivasyonlarla örtüşmektedir.

Çoğunlukla sosyologlar tarafından yapılan anket çalışmaları, genel olarak daha az materyalist olan özgeci değerlere sahip olan, dindar ve bu bağlamda değerleri olan, sosyal olarak sorumlu hissedilen, toplumdaki sosyal düzen ve sosyal adalet gibi konulara değer veren insanların bağış yapma davranışının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Çünkü bu değerlere sahip olan insanlar dünyayı daha iyi bir yer haline getirmek için motive olmuşlardır. (Bekkers ve Wiepking, 2011)

Bazı insanlar için sosyal değerler sadece bağışları teşvik etmekle kalmaz, bağış yapmak, kişinin “ideal” dünya görüşüne daha yakın olan arzu edilen bir duruma ulaşmak için bir araçtır. Bu ideal dünya görüşü kişinin değer sistemine bağlıdır. Bağış yapanlar, bağışçıları ile gelir dağılımını daha eşit hale getirmek, yoksulluğu azaltmak, kadınları güçlendirmek, insan haklarını korumak, hayvanlar korumak, vahşi yaşamı veya çevreyi korumak isteyebilirler. Sosyal adalet isteği de yine bu motivasyonlara dâhildir. (Bekkers ve Wiepking, 2011)

Schervish ve Havens (1997), bir kişinin çocukluğundaki ve gençliğindeki modellerinin ve geçmiş deneyimlerinin gelecekteki bağış davranışını şekillendireceğini savunmaktadır. Bu nedenle, güçlü bir hayır işleme geleneği olan bir ailede yetişenlerin, bu tür davranışları sergileme olasılıkları daha yüksek olacağını belirtmektedirler.

Kuruma duyulan 'sempati' güdüsü, yapılan çalışmalarda dikkati çekmektedir. Yine, ortaya çıkan sempati derecesi bağış yapma eğilimi hem de bunların destek düzeyi arasında bir ilişki olduğu bulunmuştur. (Batson, 1990).

Filantropi çalışmalarında din ve inanç üzerine araştırmalar önemli bir yer kapsamaktadır. Din sosyolojisinde dini katılım ve verme davranışı arasındaki ilişki hakkında zengin bir literatür vardır. Kilise üyeliği ve laik dini yardımlar ve kiliseye gitme sıklığı arasındaki pozitif ilişkiler tanımlanmaktadır. (Bekkers, 2003) İslamda özellikle İslam'ın farzı olan zekât kavramı para veya malın bağışlanmasını öğütlemektedir. Hinduizm'de bu eylem Daanam olarak, Sihizm'de bireylerin birbirine hizmet etmesi Kar Seva olarak adlandırmaktadır. Din yapılacak bağışların özgeci motivasyonlarla yapılmasını öğütlemektedir, ancak dini değerler de kişi değerlerinin bir parçasıdır. (Tiltay, 2014)

1.5.8. Etki

Etki, bağışçıların sağladıkları katkılarının destekledikleri neden üzerinde bir fark yarattığı algısını ifade eder. Etki motivasyonu filantropi çalışmaları, ekonomi ve psikolojide incelenmiştir.

Yapılan çalışmalarda, bağışçılar katkılarının bir fark yaratmayacağını algıladıklarında, verme olasılıklarının daha düştüğünü ortaya koymaktadır (Arumi ve Diğ., 2005) İnsanlar başkalarının bir kuruma bağış yaptıklarını gördüklerinde, bunu başkalarının bu kuruluşa güvendiklerinin bir işareti olarak alabilirler. Bu durum sosyal psikologlar tarafından “modelleme etkisi” olarak tanımlanmıştır. (Reingen, 1982)

Miller (1977), sosyal adalet motivasyon teorisinden, insanların adil bir dünyaya olan inançları nedeniyle bu dünyayı geri getirme konusunda motive olacaklarını iddia etmiştir. Bağışçılar adaletsizliği kabul eder ve azaltmak için harekete geçer. Bu güdünün etkisi, ihtiyacın sürekliliğinin kısa olduğu durumlarda artar (Tyler, 1994).

Bir anket çalışması, bağışçı tarafından algılanan etkinliğin, daha güçlü özgecil değerler, dini nedenler gibi motivasyonlarla ilişkili olduğunu ve bunun yapılan bağışları daha da güçlendirdiğini göstermektedir (Bekkers, 2006).

Yardımseverlik Koşusu ve Destekle Değiştir modellerinde, kolektif yapılan bağışların, kolektifin bireye etkisiyle de beraber etkiyi de artıracığı düşünülmektedir. Bunun yanında kolektif bağışlarla yaratılacak büyük etki bağışçıları bağış yapmaya yönlendirebilmektedir. Destekle Değiştir modeli, üyelerini ve katılımcılarını bağış yapma ve toplumdaki sorunlar konusunda eğitir, bu durum bağış davranışıyla gayri resmi bir şekilde gerçekleşir. Bunun yanında model, topluluk hissiyle toplumsal bir boyut sağlar. Bu toplulukların bağımsızlıkları, bağışçıların algısında olumlu bir etki yaratmaktadır. (Eikenberry 2006).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. DESTEKLE DEĞİŞTİR MODELİ (GIVING CIRCLE)

Giving Circle dünyada farklı ülkelerde uygulamaya geçmiş, sunum yapan ve katılan sivil toplum kuruluşlarının maddi destek ve görünürlük elde etmesini sağlayan bir

kümülatif, kolektif bir bağış modelidir. Bu model Türkiye’de TÜSEV’in uygulayıcılığında Destekle Değiştir adı altında 2014 yılından beri uygulanmaktadır.

Giving Circle, bir araya gelen bağışçıların, bağışlarını bir araya getiren ve paralarını nereye vereceğine dair toplu kararlar veren bir grup modelidir. Bu model Amerika Birleşik Devletleri'nde ve dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Forum of Regional Associations of Grantmakers tarafından yapılan araştırmada, 400'den farklı Giving Circle topluluğu tespit edilmiştir. (Bearman, 2008) Bu grupların çoğu taban örgütlenmesi şeklinde örgütlenmektedir topluluğun bağış motivasyonu ile yürümektedir. Bu topluluklar, fark ya da değişim yaratmak için bağışçıların kişisel çıkarımı ve katılımını değerlendirerek yapılan bağışın etkisini kolektif olarak artırmaya çalışır.

Giving Circle Modelleri aşağıdaki özellikleri paylaşır: (Bearman, 2008)

- Bağışçılar paralarını biriktirir veya etkinlik yoluyla toplu bağış şeklinde değerlendirir. Bu bağışlar maddi desteklerin yanı sıra, pro-bono destekler, gönüllülük veya diğer kaynaklar olabilir.
- Bağışçılar paranın nereye verileceğine birlikte karar verir ve birden fazla kuruluşa ve/veya projeye fon sağlar. Bazı çevreler paralarını her yıl dağıtırken, bazıları bağışlarının bir kısmı veya tamamı ile bağış yapar.
- Bağışçılar bağış yaptıkları toplulukların sorunlarını, beraber öğrenirler ve buna uygun bağış politikası/miktarı geliştirirler. Bu topluluklar genellikle taban grupları olarak başlasa da, sivil toplum kuruluşları ve bağışçılar arasında fonlar, vergi indirimleri ve diğer avantajlar gibi karşılıklı kazanç ilişkisi sağlarlar.

Giving Circle modelinin avantajları şöyle sıralanmaktadır:

- Sivil Toplum Kuruluşunun daha fazla görünürlük elde etmesini sağlar ve kuruluşlar hakkında bilgi sahibi olmayan, eğitilmiş ve eğilimli bağışçıları kuruluşlarla buluşturur.
- Sivil Toplum Kuruluşunun bağışçıların çeşitliliği artırır.

- Mevcut bağışçuların toplum ihtiyaçları ve bağışçılık hakkında bilgi edinmeleri için daha fazla fırsat sağlar.
- Potansiyel bağışçılar ve bağış geri dönüşü hakkında veri ve kişi bilgisi sağlar.
- Sivil Toplum Kuruluşuna daha fazla bağış yapılmasını sağlar.

Giving Circle modelinin zorlukları ise şöyle sıralanmaktadır:

- Bir insan kaynağı yatırımı gereklidir.
- İdari maliyetleri vardır.
- Örgütsel öncelikleri yeni bağışçılara iletmede zorluklar yaşanabilir.
- Bağışçı topluluğunu oluşturan bağışçılar iş yükünü eşit oranda paylaşmayabilir (Bearman, 2008)

3.2. DEĞİŞİM İÇİN BAĞIŞ PROJESİ VE TÜRKİYE'DE DESTEKLE DEĞİŞTİR ETKİNLİKLERİ

Yukarıda bahsedildiği gibi, bu model Türkiye'de TÜSEV'in uygulayıcılığında Destekle Değişir adı altında 2014 yılından beri uygulanmaktadır. TÜSEV, yürüttüğü Değişim için Bağış projesi ile Türkiye'de bağışçılık kültürünün ve bağış miktarının artmasını ve yaygınlaşmasını hedeflemektedir. Bu nedenle, Giving Circle modeli The Funding Network'un teknik desteğiyle Türkiye'ye adapte edilmiş formatı ile uygulanmaktadır.

TÜSEV, Değişim için Bağış Projesini ile Türkiye'deki mevzuat ve finansal çerçevenin bağışçılığı artıracak düzeyde olmaması, alanda bulunan Sivil Toplum Kuruluşlarının daha fazla ve çeşitli kaynağa ihtiyaç duyması, Sivil Toplum kuruluşlarına yapılan bireysel ve kurumsal bağışların Sivil Toplum Kuruluşlarının arzu ettiği düzeyde olmaması, bağışçuların Sivil Toplum Kuruluşları ve sosyal fayda yaratacakları alanlarının ve ortak faaliyet alanının sınırlı olması, yerel ihtiyaçlara uygun bağışçılık modellerinin tanınmaması, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) modellerinin istenilen Sivil Toplum İşbirliği düzeyine ulaşmaması, bu alanda yapılan ve veri sağlayan araştırmaların eksik olması ve bu alana yönelik yöntem,

araç, yasal ve mali çerçeveyi ortaya koyan çok paydaşlı bir stratejinin bulunmaması nedeniyle yürütmektedir. TÜSEV'in Destekle Değişir Projesi amacıyla bahsettiği üzere, bu proje aracılığıyla aşağıda belirtilen sonuçları hedeflemektedir.⁶

- Bireysel ve kurumsal bağışçılardan sivil toplum kuruluşlarına kaynak aktarımının artması için bilgi kaynakları oluşturulması, bağışçılık ve filantropi alanında veri ve bilgi üretimine katkı sağlanması
- Bağışçılar ve sektörde çalışan uzmanlar arasında bilgi ve deneyim paylaşımlarının artırılması
- Dünyada uygulanan farklı bağışçılık modellerini tanıtılması ve uygulanması
- Yerel bağışçılık kapasitesinin geliştirilmesi

TÜSEV, Destekle Değişir Projesi kapsamında, bireysel bağışçılığı destekleyen çalışmalar ve yayınlar üretmekte, hibe veren kuruluşlarla çalışarak ve alandaki bağış tahsisini artırmakta ve yaygınlaştırmakta, şirketlerle çalışarak ve şirketlerin topluma yatırım programları ile ilgili rehber üreterek bu alanda bulunan iyi örneklerin yaygınlaştırılmasını sağlamaktadır. Dünyada sayıları giderek artan ve yerel bağışçılığın en etkili modellerinden biri olan, Bağışçılar Vakfı modelini tanıtmakta ve uygulamasına yardımcı olmakta, Filantropi Profesyonelleri Eğitim Programı ile akran öğrenme modeliyle bu alanda çalışan Sivil Toplum Profesyonellerinin bilgi ve becerilerini artırmakta ve son olarak bu çalışmanın konusu olan Destekle Değişir etkinliklerini uygulamaktadır.

TÜSEV'in yürüttüğü Destekle Değişir Etkinliklerinde sosyal bir ortamda benzer ilgi alanlarına sahip kişiler bir araya gelir. Bir araya gelen kişiler Destekle Değişir komitesi tarafından önerilen ve değerlendirilen projelerle karşılaşır. Etkinlik sırasında bağışçılar ister bağış miktarını belirterek isterse gizli kalarak belirli bir bağış tutarı taahhüt eder.

⁶ <https://degisimicinbagis.org/bu-proje-ile-neyi-degistirmeye-calisiyoruz/>

3.2.1 Destekle Değiştir 2014

Destekle Değiştir, Türkiye’de ilk kez 13 Mayıs 2014 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır. İlk etkinlikte, Herkes için Mimarlık Derneği, Karakutu Derneği, Toplumsal Duyarlılık ve şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der) ve Muş Kadın Derneği (Mukadder) projelerini tanıtımış ve katılımcılar bu kurumlara bağışta bulunmuştur. 86 kişinin katılımıyla gerçekleşen etkinlikte toplam 70 kişi 4 projeye 55,200 TL destek taahhüdünde bulunmuştur.

Destekle Değiştir etkinliğinin ikincisi, 16 Aralık 2014 tarihinde Pera Müzesi’nde yapılmıştır. Katılan kurumlar, Sinemasal Kültür Sanat Derneği, Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği (TTM) ve Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim alışmaları Derneğidir. (SPOD) 104 kişinin katıldığı etkinlikte 92 kişi 3 proje için toplam 45,850 TL destek taahhüdünde bulunmuştur.

3.2.2 Destekle Değiştir 2016

Destekle Değiştir etkinliği 24 Mart 2016 tarihinde Pera Müzesi, İstanbul’da gerçekleştirilmiştir. Etkinlikte Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD), Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD) ve Türkiye ocuklara Yeniden zgrlk Vakfı projelerini katılımcılara tanıtımıştır. Etkinliğe katılan 61 kişi 49,400 TL destek taahhüdünde bulunmuştur.

3.2.3 Destekle Değiştir 2017

Destekle Değiştir etkinliğinin dördüncüsü 10 Ekim 2017 tarihinde düzenlenmiştir. Rehber Köpekler Derneği, Sulukule Gönüllüleri Derneği ve Troya evre Derneği kurumları etkinliğe katılmıştır. 120 kişinin katıldığı etkinlikte, 83 kişi 46,190 TL destek taahhüdünde bulunmuştur.

3.2.4 Destekle Değiştir 2019

Destekle Değiştir 2019 etkinliği 14 Mart 2019 tarihinde düzenlenmiştir. Etkinlikte, Cinsel şiddetle Mücadele Derneği, Rengârenk Umutlar Derneği ve Türkiye Alzheimer Derneği projelerini katılımcılara tanıtımıştır. 141 kişinin katıldığı

etkinlikte 136 kişi 113.300 TL destek taahhüdünde bulunmuştur. Bu etkinlik bağış tutarının yükselmesi açısından önceki etkinliklerden farklılaşmıştır.

Sonuç olarak 2014, 2016, 2017 ve 2019 yıllarında İstanbul'da gerçekleştirilen ve TÜSEV'in uyguladığı beş Destekle Değiştir etkinliğinde toplam 507 kişi, 16 STK'nın projeleriyle tanışmış ve toplam 309.940 Türk Lirası destek taahhüdünde bulunmuştur.

3.2.5 Sivil Toplum için Destek Vakfı tarafından Destekle Değiştir Etkinliği

16 Ekim 2019 tarihinde Sivil Toplum için Destek Vakfı tarafından TÜSEV'in teknik desteği ile gerçekleştirilen Destekle Değiştir etkinliğinde Bilim Kahramanları Derneği, Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği ve İstanbul Koruyucu Aile Derneği projelerini tanıtmış, 143 bağışçıdan toplam 295.120 TL bağış taahhüdü toplanmıştır.

Araştırmacı TÜSEV 2017 ve 2019 etkinliklerine ve Sivil Toplum İçin Destek Vakfı etkinliklerine katılım göstermiştir. 24 Mart 2020'de düzenlenecek Destekle Değiştir etkinliği Sağlık Bakanlığı tarafından 11 Mart 2020 tarihinde yapılan Coronavirus (COVID-19) konulu açıklama ve önerileri göz önünde bulundurarak ileri bir tarihe ertelenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.1. ADIM ADIM MODELİ (YARDIMSEVERLİK KOŞUSU)

Yardıms severlik Koşusu modeli (Charity Run) koşucuların genellikle yarı maraton ya da maraton mesafesindeki bir yarışa katılarak Sivil Toplum Kuruluşları için maddi destek talep ettiği ve görünürlük yarattığı sistem olarak tanımlanır. Çeşitli platformlar, yardıms severlik koşusu yapmak isteyen sivil toplum kuruluşlarını ve gönüllüleri bir araya getirir.

Yardıms severlik koşusu veya spor odaklı bağış etkinlikleri terimi, bireylerin organize bir fiziksel aktiviteye katılmak için bir kayıt ücreti ödediği ve etkinliğin bir kısmı ile bir Sivil Toplum Kuruluşuna yardım etmesini ifade eder. (Filo ve Diğ.

2013) Bu modeller sivil toplum kuruluşlarının kaynak yaratması için faydalı modellerdir ve bu modellerle yüksek miktarlarda bağış toplandığı görülmüştür.

Yardımseverlik koşusu, bağış toplamanın ötesinde, sivil toplum kuruluşları tarafından şu ek hedeflere ulaşılacak için de kullanılmaktadır: bir amaç için farkındalığın artırılması, topluluk katılımını teşvik etmek, sponsor ilişkileri kurmak ve yardım için reklam materyali üretmek (Ruperto ve Kerr, 2009)

Spor odaklı bağış etkinlikleri Dünyada çeşitli nedenlerle popülerlik kazanmıştır. Birincisi, toplumdaki spor faaliyetleri ve spor faaliyetlerinin yaygınlığının yarattığı çekicilik (Cialdini, 2000; Pitts ve Stotlar, 2002). İkincisi, STK'ların bu alanda karşılaştığı zorluklar; artan rekabet (Sargeant, 1999), potansiyel bağışçılar arasında artan şüphe ve kamu ilgisizliği (Polonsky, 2003) Bu tür zorluklar, geleneksel bağış toplama mekanizmalarına karşı alternatifler aramasına yol açmış ve spor etkinliklerinin yaygın toplumsal çekiciliği bu modelleri popüler bir bağış toplama aracı haline getirmiştir. (Filo ve Diğ., 2013)

Dünya'da ilk yardımseverlik koşusu, 1969'da Church World Service tarafından yapılmıştır. ABD'deki ilk yardım yürüyüşlerinden biri olarak kabul edilen Bismarck, Kuzey Dakota'daki yürüyüş, CROP Açlık Yürüyüşü olarak anılmaktadır. 1970'de March of Dimes tarafından Bebekler için Mart (başlangıçta WalkAmerica olarak adlandırıldı), ülke çapında 75.000 \$ bağış toplamıştır. 1988'de Lösemi ve Lenfoma Derneği, takımlarını bir bağış toplama hedefine karşılık olarak büyük yarışlara gönderen Eğitim programında başlatmıştır. Kurum, bağış toplayanlara katkıları karşılığında bir hedef yarışa ulaşım sağlamış ve koşucularına fitness eğitimi sağlamıştır. 2012'de yayımlanan Running USA State of the Sport Raporuna göre, Amerika 2012 yılında 26.370 koşu ile tüm zamanların en yüksek koşu etkinliğine ulaşmıştır. Bu etkinliklerin hepsi hayırseverlik için para toplamıyor olsa da koşucular ve kurumlar için bir pazar yarattığı belirtilmiştir. Rapora göre bu yarışlardan, 2012 yılında kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için 1,2 Milyar Dolarlık fon sağladığını tahmin edilmektedir. (The Evolution of the Charity Run/Walk and the Road Ahead, 2014)

4.2 ADIM ADIM PLATFORMU VE TÜRKİYE'DE YARDIMSEVERLİK KOŞULARI

Adım Adım platformu, Türkiye’de yardımseverlik koşusu modelini (charity run) tanıtmak ve yaygınlaştırmak için Mart 2008’de kurulmuştur. Bu alanda kurulan ilk sivil toplum oluşumu olan Adım Adım platformu, koşunun yanı sıra görece daha az oranda dağcılık, yüzme, bisiklet gibi sporlarla da Sivil Toplum Kuruluşlarına kaynak sağlamaktadır. Koşu ile karşılaştırıldığında diğer alanlar minimum maddi bağışı sağlamaktadır. Bu yolla STK’ların görünürlüğünün artmasına alan sağlamaktadır. Platform, sivil toplum kuruluşları ve koşucuları bir araya getirerek bağışçılar için de çevrimiçi ödeme platformu sağlamakta, yapılan bağışlar doğrudan STK’lara aktarılmaktadır. 2019 yılı itibariyle 79 binden fazla gönüllü koşucu ve 655 binden fazla bağışçıya ulaşmıştır. 2008’den bu yana geliştirilen maddi kaynak miktarı 70 milyon TL’yi geçmiştir.

Tablo 4.1: Adım Adım Platformunun 2008-2018 Yılları Arasındaki İstatistikleri

Yıl	Kayıtlı Gönüllü Koşucu sayısı	Dernek/ Vakıf sayısı	Bağışçı Sayısı	Bağış Tutarı (TL)	Projelerden Etkilenen Canlı Sayısı
2008	336	1	1.237	211.328	456
2009	688	3	2.541	274.725	1.015
2010	1.177	4	4.592	606.283	4.156
2011	1.715	4	6.242	840.278	5.914
2012	2.317	4	8.251	1.167.285	8.102
2013	3.427	8	11.138	1.689.050	9.876

2014	5.075	8	23.198	3.310.482	16.155
2015	10.984	12	36.637	4.736.361	26.957
2016	25.326	30	89.038	8.371.561	38.106
2017	39.641	40	134.533	13.047.124	49.138
2018	56.500	44	147.199	15.121.691	34.466
Toplam	56.500	44	464.606	49.376.168	194.341

Kaynak: Yıllara göre Adım Adım İstatistikleri (<http://adimadim.org/uploads/pdf/AA-2018-Faaliyet-Raporu.pdf>)

Adım Adım Oluşumu, İcra Kurulu ve bu kuruma bağlı birimlerle faaliyetlerini sürdürmektedir. İcra Kurulu ve alt birimlerindeki çalışan ve üyelerin hepsi gönüllüdür. Gönüllü sayısı 50'yi aşmaktadır ve İstanbul'un yanı sıra Ankara, Antalya, Bursa ve İzmir'de antrenör ve şehir sorumluları bulunmaktadır. Spor gruplarının yanında destek grubu ve avukat da platforma destek vermektedir. Oluşum, antrenmanlar, makarna partisi ve koşu sonrası parti gibi etkinliklerle STK'ların bu alandaki faaliyetlerini pekiştirmekte ve buna dair mekanizmalar geliştirmektedir.

Adım Adım platformunda 2020 Ocak ayı itibariyle 74 STK bulunmaktadır. Bu STK'ların hepsinin platforma dâhil olabilmesi için, Türkiye'de bağışçı haklarını imzalayan şeffaf ve hesap verebilir STK'ların artması ve bağış kültürünün yaygınlaşması için kurulmuş olan Açık Açık oluşumunun Bağışçı Haklarını imzalaması gerekmektedir.

2015 yılında Eker, New Balance ve Wings for Life Vakfı tarafından verilen destek ile Adım Adım'ın çevrimiçi bağış platformu İyilik Peşinde Koş faaliyete geçmiştir. İyilik Peşinde Koş (İPK) ile yardımseverlik koşusunun operasyonel takibi

yapılabilmekte, koşucu ve STK'lara raporlanabilmektedir. Bu nedenle STK'lar Salesforce'a %2, Fonzip/Yuvarla'ya 1.69 TL (KDV dâhil) bağış danışmanlık hizmeti ödemesi yapmaktadır. Bunun yanında STK'lar büyüklük ölçeklerine göre Açık Açık Platformunu ayda 36 TL ile 453 TL arasında ödeme yapmaktadır.

Bu çalışmanın konusu olan Hak Temelli STK'ların İstanbul Maratonunda geliştirdikleri kaynak tutarları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. ALİKEV ve TOG bu kurumlar arasında öne çıkmaktadır. Diğer kurumların ulaştıkları bağış miktarları İstanbul Maratonuna katılan diğer STK'lara göre daha görece daha düşüktür.

Tablo 4.2: Çalışmanın Konusu olan STK'ların Adım Adım ile 2008-2018 Yılları Arasında Ulaştığı Bağış Tutarı

Kurum	2008-2015	2016	2017	2018	Toplam (TL)
ALİKEV	-	524.941	665.087	-	1.190.028
Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği	-	31.746	32.816	-	64.562
Hayata Destek Derneği	78.551	81.134	141.466	-	301.151
HAÇİKO	-	-	-	30.250	30.250
Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)	-	-	152.546	-	152.546

Kadın Dayanışma Vakfı	-	-	32.816	-	32.816
Sağlıkta Genç Yaklaşımlar	-	-	21.716	-	21.716
Şiddetsizlik Merkezi	-	3.068	18.238	-	21.306
Sulukule Gönüllüleri Derneği	16.229	33.432	87.044	-	136.705
Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)	799.608	289.842	428.000	488.338	2.005.788
UNICEF	-	81.725	116.172	56.526	254.423
WWF-Türkiye	-	-	-	133.499	133.499

BEŞİNCİ BÖLÜM

5.1. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

Araştırmanın nitel bölümünde İstanbul'da bulunan ve hak temelli örgütlere Adım Adım ve Destekle Değiştir modeli ile bağış yapan toplam 10 kişiyle yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmıştır. Bu kişilerden 5'i Destekle Değiştir 5'i Adım Adım bağışçısı olarak tanımlanmıştır. Bazı bağışçılar her iki modeli de kullanarak bağış yapmış bazıları ise bu modelleri düzenleyen kurumlar ve oluşumlarda profesyonel ve gönüllü olarak görev almıştır. Katılımcılar kartopu tekniği ile bulunmuş, görüşmeler ortalama 45-60 dakika arasında sürmüştür.

Nitel araştırma için yapılan yarı yapılandırılmış mülakat soruları, yukarıda bahsedilen motivasyonlar dikkate alınarak tasarlanmıştır. Mülakatların alt araştırma soruları şöyledir:

- Bağışçılar Adım Adım ve Destekle Değişir modellerini hak temelli örgütler için nasıl anlamlandırmaktadır?
- Bu bağışçılar bağış yaparken diğer hangi kanalları kullanmaktadır?
- Bağışçılar hak temelli örgütlere bağış yaparken ulaşacağı kesimin ihtiyacının ne düzeyde farkındadır?
- Kurumların ve kişilerin yaptığı çağrılar bağışçıların davranışında ne gibi değişimlere neden olmaktadır?
- Bağış yapmak bağışçılara maddi, psikolojik, itibari nasıl bir fayda sağlamaktadır? Bu faydalar hak temelli örgütlere bağış yaparken bir motivasyona dönüşmekte midir?
- Bağışçılar kişisel değerlerini ve yaratacağı etkiyi bağış davranışı içinde nasıl konumlandırmaktadır?

Görüşmeler yapılırken, katılımcıların izni dâhilinde ses kayıtları alınmış, araştırmacı tarafından bu ses kayıtları çözümlenmiştir. Bu çözümlenmeler nitel analiz için teker teker incelenerek kodlanmıştır. Tasarlanan motivasyonlara yönelik sorular, çözümlenmeler sırasında böylelikle sınıflandırılmış, böylelikle nitel analizin başlıklarına yönelik çıkarımlar kodlama yoluyla sağlanmıştır. Kodlamalar gözden geçirilerek, motivasyon veri uyumuna bakılmış ve analizin başlıklarına göre yapılan çıkarımlar netleştirilmiştir.

Nitel araştırmayı destekleyecek nicel veriler için veri toplamak için iki model için iki ayrı anket uygulanmıştır. İki anket de on bölümden oluşmaktadır. İlk kısımda çalışma hakkında bilgi ve onay sorusu, ikinci kısımda demografik veriler, üçüncü bölümde temel bilgiler ve diğer bölümlerde motivasyonlara dair sorular yer almaktadır. Motivasyonlara dair sorular “Kesinlikle katılmıyorum, 1, Kesinlikle katılıyorum” 7 biçimindeki 7’li likert tipi ölçekle yerleştirilmiştir. Analiz için

Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) kullanılmıştır. Nicel veriler, yalnızca betimleyici analiz için kullanılmıştır. Adım Adım için 59, Destekle Değiştir için 16 yanıt ulaşılmıştır. Anketi cevaplayan sayısındaki kısıtlılıktan dolayı nicel veriler analiz edilirken herhangi bir test uygulanmamıştır.

5.1.2 Bağışçı Motivasyonları açısından Destekle Değiştir Etkinliklerinin İncelenmesi

Destekle Değiştir modeli için 5 kişiye yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmıştır. Görüşmelere katılan kişilerin katılımcı profilleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmeciler sivil toplum veya özel sektör çalışanı kadınlardan oluşmakta, gelir düzeyleri farklılaşmaktadır. Katılımcıların yaşları 26-60 arasında değişmektedir. Kişiler seçilirken, gelir gruplarının farklılaşmasına ve katılım gösterilen Destekle Değiştir etkinliklerinin çeşitlenmesine özen gösterilmiştir. Bunun yanında kişiler arasında düzenleme komitesine gönüllü ve profesyonel olarak destek veren kişiler de bulunmaktadır.

Tablo 5.1: Destekle Değiştir Anketi Katılımcı Profili

	Yaş	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Aylık Gelir (TL)	Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptınız?
Katılımcı 1	41	Kadın	Y Lisans-Doktora	5001-7000	Tarlabaşı Toplumunu Destekleme Derneği (TTM), Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD), Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı, Rehber Köpekler Derneği, Sulukule Gönüllüleri Derneği, Troya Çevre Derneği
Katılımcı 2	26	Kadın	Yüksek Lisans-Doktora	2001-5000	Rehber Köpekler Derneği, Troya Çevre Derneği, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği

Katılımcı 3	35	Kadın	Üniversite	5001-7000	Tarlabaşı Toplumunu Destekleme Derneği (TTM), Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı, Sulukule Gönüllüleri Derneği, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Rengarenk Umutlar Derneği
Katılımcı 4	45	Kadın	Üniversite	10000+	Karakutu Derneği, Rehber Köpekler Derneği, Troya Çevre Derneği, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Rengarenk Umutlar Derneği, Türkiye Alzheimer Derneği, Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği, Bilim Kahramanları Derneği
Katılımcı 5	60	Kadın	Yüksek Lisans-Doktora	2001-5000	Herkes için Mimarlık Derneği, Karakutu Derneği, Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der), Muş Kadın Derneği (Mukadder), Sinemasal Kültür Sanat Derneği, Tarlabaşı Toplumunu Destekleme Derneği (TTM), Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD), Sulukule Gönüllüleri Derneği, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Rengarenk Umutlar Derneği, Türkiye Alzheimer Derneği, Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği

Araştırmaya anket yoluyla katılanların çeşitli özelliklerine yönelik betimsel analiz sonuçları aşağıda belirtilmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğu 18-35 yaş aralığındadır. Tablo 5.2 'te yaş dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 5.2: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Yaş Profili

Yaş		
Ortalama	34,43	
Minimum	27	
Maximum	46	
Toplam	16	
Yaş	Sıklık	Oran (%)
18-35 (Genç)	13	81.3
36-50 (Orta Yaşlı)	3	18.8
50+ (Yaşlı)	0	0
Toplam	16	100

Ankete katılanlar %81.25 oranında kadındır. Cinsiyete dair betimsel analiz Tablo 5.3'te belirtilmiştir.

Tablo 5.3: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık	Oran (%)
Kadın	13	81.25
Erkek	3	18.75
Toplam	16	100

Ankete katılanların eğitim durumu incelendiğinde, çoğunluğun Yüksek Lisans-Doktora eğitimine sahip olduğu görölmektedir. Eğitim durumunun dağılımı Tablo 5.4'te belirtilmiştir.

Tablo 5.4: Destekle Değiştir Anketi Katılımcılarının Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Sıklık	Oran (%)
Lise	1	6.3
Üniversite	5	31.3
Yüksek Lisans-Doktora	10	62.5
Toplam	16	100

Aylık Gelir dağılımına bakıldığında ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun gelirinin 5000-10000 TL arasında olduğu görölmektedir. Tablo 5.5'te Aylık Gelir dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 5.5: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Aylık Gelir Dağılımı

Aylık Gelir (TL)	Sıklık	Oran (%)
0-2000	0	0
2001-3500	3	18.8
3501-5000	0	0
5001-7000	6	37.5
7001-10000	5	31.3
10000+	2	12.5
Toplam	16	100

Ankete katılanların tamamı güncel olarak bir işte çalışmaktadır. Tablo 5.6'da çalışma durumu gösterilmiştir.

Tablo 5.6: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Çalışma Durumu

Çalışma Durumu	Sıklık	Oran (%)
Çalışıyor	16	100

Çalışmıyor	0	0
Toplam	16	100

Ankete katılanların yarısı Sivil Toplum Kuruluşlarında çalışmaktadır. Yapılan görüşmelerde de bir katılımcı bu duruma dair gözlemini şöyle aktarmıştır:

“Destekle Değiştir Etkinliklerinde sivil toplum çalışanlarını daha fazla görüyoruz, bence bunlar bağıışçılarla ayrılmalı. Sivil toplumu tanıştırmak amaç, Adım Adım’da yakalayamadığın, normal vakıfların yakalamadığı çok daha değişik bir profili yakalayabilirsin bu etkinlikte.” (Katılımcı 5)

Tablo 5.7’de ankete katılanların sektörel dağılımları belirtilmiştir. Ankete katılanların yarısı Sivil Toplum Kuruluşlarında çalışan katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 5.7: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıların Sektörel Dağılımları

Sektör	Sıklık	Oran (%)
Kamu Sektörü	2	12.5
Özel Sektör	6	37,5
Sivil Toplum Kuruluşları	8	50
Toplam	16	100

Ankete katılanların meslek dağılımları Tablo 5.8’de belirtilmiştir. Katılanlar arasında İletişim ve Kaynak Geliştirme alanında çalışan STK Çalışanları öne çıkmaktadır.

Tablo 5.8: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Meslek Profili

Meslek	Sıklık	Oran (%)
Akademisyen	1	6.3
Araştırmacı	1	6.3

Çevirmen	1	6.3
Danışman	1	6.3
Film, Reklam	1	6.3
İletişim ve Kaynak Geliştirme	3	18.8
Moleküler Biyolog	1	6.3
Pazarlama	1	6.3
Proje Koordinatörü	2	12.5
Sosyal Girişimci	1	6.3
Belirtmeyen	3	18.8
Toplam	16	100

“Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptınız?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 5.9’da belirtilmiştir. Ankete katılanların çoğunluğu 10 Ekim 2017 ve 14 Mart 2019 tarihinde düzenlenen etkinliklerde bağış yapmıştır. Bu kurumlar arasında Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği öne çıkmıştır. Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der), Muş Kadın Derneği (Mukadder), Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD) gibi kurumların bağışçılarına anket yoluyla ulaşamamıştır.

Tablo 5.9: Destekle Değiştir Anketi Katılımcıları Bağış Yapılan Kurumlar

	Sıklık	Oran (%)
Herkes için Mimarlık Derneği	1	6.3
Karakutu Derneği	3	18.8
Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der)	0	0
Muş Kadın Derneği (Mukadder)	0	0
Sinemasal Kültür Sanat Derneği	1	6.3
Tarlabaşı Toplumunu Destekleme Derneği (TTM)	2	12.5

Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD)	1	6.3
Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD)	0	0
Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD)	4	25
Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı	2	12.5
Rehber Köpekler Derneği	6	37.5
Sulukule Gönüllüleri Derneği	5	31.3
Troya Çevre Derneği	2	12.5
Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği	9	56.3
Rengârenk Umutlar Derneği	6	37.5
Türkiye Alzheimer Derneği	3	18.8
Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği	1	6.3
Bilim Kahramanları Derneği	1	6.3

Ankete katılanlara “Aşağıdaki kuruluşlardan hangisini hak temelli olarak nitelendirirsiniz?” sorusu yönlendirilmiştir. Tablo 5.10’da görüldüğü üzere Herkes için Mimarlık Derneği, Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD), Rehber Köpekler Derneği, Troya Çevre Derneği, Bilim Kahramanları Derneği gibi dernekleri ankete katılanlar tarafından hak temelli olarak nitelendirilmemiştir. Bu soru aracılığıyla katılımcıların yaptıkları bağışlarda kurumları “hak temellilik” açısından nasıl algıladıkları ölçülmek istenmiştir. Bu soruda, Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der), Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD), Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD), Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği gibi insan hakları, hayvan hakları ve şiddeti önlemeye yönelik derneklerin görece daha “hak temelli” algılandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5.10: Destekle Değiştir Anketi “Aşağıdaki Kuruluşlardan Hangisini Hak Temelli Olarak Nitelendirirsiniz”

	Sıklık	Oran (%)
Herkes için Mimarlık Derneği	6	37.5
Karakutu Derneği	9	56.3
Toplumsal Duyarlılık ve şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der)	13	81.3
Muş Kadın Derneği (Mukadder)	10	62.5
Sinemasal Kùltür Sanat Derneği	6	37.5
Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği (TTM)	10	62.5
Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD)	15	93.8
Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD)	5	31.3
Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD)	14	87.5
Tùrkiye Çocuklara Yeniden Özgùrlük Vakfı	8	50
Rehber Kùpekler Derneği	5	31.3
Sulukule Gönüllùleri Derneği	10	62.5
Troya Çevre Derneği	6	37.5
Cinsel şiddetle Mücadele Derneği	15	93.8
Rengârenk Umutlar Derneği	9	56.3
Tùrkiye Alzheimer Derneği	6	37.5
Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği	7	43.8
Bilim Kahramanları Derneği	5	31.3

5.1.2.1 Destekle Değiştir ile İhtiyaç Bilinci Motivasyonu

Destekle Değiştir yoluyla yapılan bağışlarda bağışçıların var olan ihtiyaca yönelik bilincinin önemli bir motivasyon olduğu görülmektedir. Bu modelde de yardıma olan ihtiyaç derecesi ile yardımın verilme olasılığı ile olumlu yönde bir ilişki bulunmaktadır. Destekle Değiştir bağışçıları özellikle bağışların ulaşacağı kesim ve bağış yapılan Sivil Toplum Kuruluşunun ihtiyacını göz önüne almakta, daha çok ihtiyacı olan Sivil Toplum Kuruluşlarını yapacağı bağışlarda önceliklemektedir. Araştırmaya katılan katılımcılar, ihtiyaç bilinci motivasyonu ile yaptıkları bağışlar için aşağıdaki görüşleri bildirmiştir:

“Küçük ölçekli kurumların, yerelde böyle kaynak yaratamayacağını görüyorum. Bir can suyu olması için, o kurumun hareket alanının bir parça açılabilmesi için bağış yaptığım oluyor. Bunun yanında kurumun konjonktürü önemli ama hak temelli çalışanlara dikkat ediyorum. Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği (CŞMD) gibi SPoD gibi Daha zor kaynak yaratabilecek STK'lara pozitif ayrımcılık yaptığım oluyor.” (Katılımcı 3)

“Ben şöyle yapıyorum. Benim bağış motivasyonum için mutlaka STK'nın küçük olması gerekiyor. Gönüllülük motivasyonum da bu. Gelirinin kesinlikle 0 ile 500.000 TL arasında olması gerekiyor. Hak temelli olması en başta geliyor. Ayrımcılığa uğrayan gruplarla çalışan STK'lar. Hak temelinde çalışan kurumlarda da çok farklı alanlar var çünkü. Benim için bu çok değerli. Kadın ve çocuk konularını önceliyorum. İkinci olarak öncelediğim alanların başında da yine LGBTİ+ dernekleri geliyor. Neden? Çünkü, hakikaten hepimiz her şey için üzülüyoruz ama nedense kalkıp da o insanlar için asla bir şey yapmıyoruz. Onları alıp yerden yere vuruyoruz. Benim motivasyonum bu.” (Katılımcı 1)

Bir katılımcı ihtiyaç bilincinin yanında sunum yapan kişinin de önemini vurgulamıştır:

“Kurumu da ihtiyacı da göz önüne alarak bağış yapıyorum. O da ilginç bir deneyim. Destekle Değiştir bağışçısı olarak senin ilk karşılaştığın şey o STK'nun

sunumu oluyor ve o STK'yı kimin temsil ettiği önemli. Bu ikisini birbirinden ayıramıyorsun. Bu da hatta modelin bir zorluğu bu olabilir. O sunumu bambaşka profilde bambaşka biri yapsa, ya da kurumlar birbiri adına sunum yapsa sende uyandırdığı anlam farklı olur” (Katılımcı 2)

“Kurumların AB Fonları gibi kaynaklara erişimi fazlaysa benim bağış davranışımı değiştirir. Çünkü diyelim ki benim bağış yapmak istediğim bir STK havuzu var. Kafamın içinde değerlendiriyorum, belirli listelerim var çünkü stratejik bağışçı olarak. Hangisinin ihtiyacı daha acil ve kaynağı kısıtlıysa ona yapıyorum.” (Katılımcı 2)

Yukarıda da bahsedildiği üzere, kurumların küçük ölçekte olmasının önemli bir bağış motivasyonu olduğu birkaç katılımcı tarafından vurgulanmıştır. Destekle Değiştir modeli için kurumların küçük ölçekte olma şartı vardır. TÜSEV uyguladığı modelde kurum seçiminde belirli bir gelir seviyesine sahip, kaynağa erişimi kısıtlı ve ihtiyacı olan kurumları seçmektedir. Bu durumun pozitif etkisi iki katılımcı tarafından şöyle belirtilmiştir:

“Biliyorum ki oraya çağırılan STK'lar özellikle seçiliyor, projelerine dikkate bakılıyor, en çok etkiyi kim yaratacak ona bakılıyor, en küçük kaynakla en büyük etkiyi kim yaratabilir? Bazısı için çok küçük kaynak öteki için hayat değiştirici olabiliyor. Benim için STK'nın kimliği önemli, onların hikâyesini satın alıyorum, inanıyorum, ben onlarla yola devam ediyorum. Ben STK seçiyorum.” (Katılımcı 4)

“Destekle Değiştir'i özel kılan katılan STK'ların küçük olmaları, daha duyulmamış olmaları ve sürekli büyük STK'lara vermektense ufakların da yaşamasına imkan vermesi.” (Katılımcı 5)

Bunun yanında katılımcılar ihtiyaç bilincinin yanında bazen kişisel motivasyonların daha ön planda olduğunu belirtmektedir. Özellikle, yapılan bağışlarda temel hakların bir ihtiyaç olduğunun farkına varmak bağışçıları hak temelli örgütlere yönelmesinde önem taşımaktadır:

“Evet, her zaman topluma geri vermeliyiz. Desteklememiz gereken çok önemli konular var gıda, barınma, eğitim gibi. Bu her zaman daha ön plandaydı. Bu şu anki kişiliğimi, bağış motivasyonumu birebir etkilemiyor. Çünkü ben kendi içimde dönüştüm, şu an hak temelli kurumları destekliyorum.” (Katılımcı 2)

Bir katılımcı ise ihtiyaç bilinci motivasyonu ile bağış yapmanın hizmet temelli sivil toplum kuruluşları için önemli olduğunu ancak demografik özelliklere göre, hak temelli örgütler için bu motivasyonun değişebileceğini gözlemlemiştir ve kendi motivasyonunun bu durumdan hareketle şekillendiğini şöyle aktarmıştır:

“Hak temelli STK’larla tanışmak bana ‘ne güzel bu alanda çalışan biri varmış’ hissi yaratıyor. Biz bağışçı kültürümüzde, direkt verdiğimiz parayla bir kişinin durumdan etkilenmesine çok alıştık. Politika geliştirmek, ses getirmek, kampanya yapmaya para vermeye alışık bir kitle değiliz. Bu da o alanda hak temelli çalışan STK’ları bence çok zorluyor. Bireysel bağışçılıkta öyle bir şey yok. Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, ‘şurdaki davaya müdahil olacağım, hukuk hattımın açık olması için ayda 50 lira istiyorum’ dese, bireylerin vereceğini düşünmüyorum. 50 liraya bir çocuğa kırtasiye yardımı dediğimizde, ‘aa evet bi çocuğa kalem alıyorum hissiyatı’, gerçekten başka bir motivasyon. Ama ben hak temelli STK’ların başka yerden kaynak yaratamayacağını bildiğim için varsa 50 lirayı oraya vermeye tercih ediyorum. Biz Sivil Toplumdan olanlar o farkı görebiliyoruz. Ama özel sektör çalışanı olsam, bir bankada çalışıyor olsam, oturup ablamlarla bunu konuşsam, ‘hak temelli değil ne yaptığına bakarım’ der.” (Katılımcı 3)

İhtiyaç bilinci motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 5.11’deki gibidir. Bu yanıtlar incelendiğinde kurumların ihtiyaçlarının net bir şekilde projelendirilerek tanımlanıyor olması ve kurum tarafından bağışçıya sunulması, bağışçının bağışa olan ihtiyaç derecesini anlaması önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ankete katılanların çoğunluğu, hak temelli STK’ların hizmet temelli STK’lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığını bilmektedir ve bağışçılık çalışmalarında sonuçların aksine Sivil Toplum alanında eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve

öncelikli bulmamaktadır. Bu durum hak temelli örgütlere bağış yapanların ihtiyaç bilincini ve özgeci (altruistic) motivasyonlarını göstermektedir.

Tablo 5.11: Destekle Değişir Yoluyla "İhtiyaç Bilincine" Yönelik Bağış

Destekle Değişir yoluyla "ihtiyaç bilincine yönelik" bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmam için hak temelli çalışan STK'nın ihtiyacının projelendirilerek net bir şekilde tanımlanmış olması gerekir	5.87	1.20
Yardıma olan ihtiyaç derecesi bağış yapma ihtimalimi artırır	5.81	0.91
Yaptığım bağışlarda projeden çok bağışın ulaşacağı kişilerin kim olduğuna dikkate ederim	4.50	1.71
Parçası olduğum toplulukların (dezavantajlı gruplar) ihtiyaçlarını daha iyi bildiğimden, bu konuya yönelik çalışmalar yürüten STK'lara bağış yaparım	4.68	1.77
Destekle Değişir ile daha "stratejik" bağış yaptığımı düşünüyorum	5.25	1.69
Hak temelli STK'ların hizmet temelli STK'lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığını biliyorum	6.18	1.10
Sivil Toplum alanında konu hak temelli çalışmalara gelene kadar eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve öncelikli buluyorum	2.93	2.08

5.1.2.2 Destekle Değişir İle Talep Motivasyonu

Destekle Değişir etkinlikleri STK'ların doğrudan projelerini anlatıp bağış talep ettiği yerdir. Bunun yanında etkinliklerde kurumlarla yakın ilişki kurmuş bağışçılar, bağışçı öykülerini paylaşmaktadır. Kurumların etkinlik dışında bağışı doğrudan talep etmediği ortamı yaratmadığı durumlarda bağışçısına ulaşamadığı durumlar bulunmaktadır.

"Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği dışında, hepsi etkinlik sırasında yeni tanıştığım STK'lardı. Çok bildiğim bir STK yoktu, oradaki çağrılarını ile bağışçılarını oldum.

Genelde yeni tanıştığım STK'lara bağış yapıyorum. Karakutu ile Destekle Değiştir ile tanıştım, hala destekliyorum.” (Katılımcı 2)

“Kurumların sosyal medya çağruları beni çok etkiliyor, özellikle, Otizm, Down Sendromu günü gibi günlerde. Bunlar daha sağlık ve hizmet temelli motivasyonlar, bunları gördüğümde belki de haberim yok o günden, ama onu sosyal medyada gördüğümde ve orda bağış çağrısı gördüğümde beni motive ediyor. Her seferinde yapıyorum demiyorum, ama gönülden destek verme motivasyonu hissediyorum.” (Katılımcı 2)

Etkinlik için davet edilen bağışçılarla önceden yapılan bağış çağrısı önemli bir unsur olarak görülmüştür:

“Düzenleme komitesi tarafından bana önceden sorularsa ‘bir 5000-10.000 TL bağış yapar mısınız’ diye, yapıyorum. Onun dışında dinliyorum, bağışımı ona göre bölüştürüyorum.” (Katılımcı 5)

Kurumların kullandığı çağrı dilinin önemi iki katılımcı tarafından aşağıdaki şekilde belirtilmiştir. Söz konusu hak temelli kuruluşlar olduğunda kullanılan dil olumsuz etki de yaratabilmektedir.

“Birisinin referansı ile orada oluyor olmak, bağışçılarının onu anlatıyor olması, başka birinden duyuyor olmak, o kişilerin 7 dakikada kendilerini anlatmaları ve projelerini, artı şey güzel, açık artırma ortamı çok gerçekten güzel. Zaten olayın kendisi çok güzel, ekstradan atraksiyona gerek yok, sadece iyi bir sunucuyla, çok güzel. Bir de gerçekten insanlar, Türkiye'nin güzel bir yüzünü görüyorlar, insanların buna ihtiyacı olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 4)

“Uzlaşmaz tavırları doğru bulmuyorum. Kadın hakları, feminizm de aynı şekilde. Saldırgan dillerden hoşlanmıyorum, işe yaradığını düşünmüyorum, onlar sadece kendi kampını mutlu ediyordur ama destekçi ağını genişletmiyordur. Bu konuda eğitilmeleri gerektiğini düşünüyorum. Şöyle düşünün hak temelli çalışıyorsanız zaten bir kurumdan kaynak almak istemezsiniz, bağımsızlığınızı kaybetmek

istememezsiniz. Onun için bireysel bağış sizin için önemli. Ama bireysel bağışta şeye çok inanırım. 'Friendraising before fundraising'. Beni bir arkadaş edinin, senin amacını anlayayım. Sen o kadar sinirlisin ki amacını bile anlamıyorum. Bence STK'lar duygusal pazarlama yaklaşımı ile bağış çağrısında bulunmalı.” (Katılımcı 4)

“Yine konu önemli de, bu ağlayan çocuğu göstermek gibi bir şey. Ağlayan çocuk da 70'lerin sinema dili, acındırma kültürü içeriyor. 70'lerin yine arabeskle gelen, ağlayan çocuk resmi vardır O böyle kült resim haline gelmiştir 70'lerde. Bizim STK'lar da o tip, onu kullanan, o tarzla bi reklam yaparlarsa hoşuma gitmiyor.” (Katılımcı 5)

Talep motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.12'deki gibidir. Nicel verilere göre Destekle Değiştir etkinlerinin bağış talep etmeye yönelik fiziksel bir imkân yaratmasının etkinliğe katılan örgütler açısından önemi görülmektedir. Ankete katılanların çoğunluğunun belirttiği üzere Destekle Değiştir etkinliklerinin daha sık tekrarlanabileceği, talep motivasyonu açısından daha sık yapılacak etkinliklerin bağışçılara yönelik olumsuz bir motivasyon yaratmayabileceği görülmektedir.

Tablo 5.12: Destekle Değiştir Yoluyla Talebe Yönelik Bağış

Destekle Değiştir Yoluyla Talebe Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Destekle Değiştir etkinliğinde karşılaşmasaydım bağış yaptığım Sivil Toplum Kuruluş(lar)ına bağış yapardım	4.56	1.99
Benden bağış talep edilmese de Sivil Toplum Kuruluşlarının web sayfalarını nasıl bağış yapılabileceği yönünden incelerim	5.31	1.49
Destekle Değiştir etkinlikleri daha sık yapılsaydı katılamayabilirdim	3.12	1.79

5.1.2.3. Destekle Değiştir İle Maliyet-Fayda Motivasyonu

Bağışın maliyetini düşüren ve kolaylaştıran bir mekanizma olması açısından Destekle Değiştir, maliyet-fayda motivasyonu ile bağış yapanlara uygun ortamı yaratmaktadır:

“Bu model insanın hayatını çok kolaylaştıran bir şey. Paylaşabileceğin bir kaynağın varsa maddi ve ayni, bunun için sana sunulan kolaylaştırıcı bir mekanizma olması lazım. Adım Adım ve Destekle Değiştir gibi modeller gelişmeli ve çoğalmalı, çok gerekli.” (Katılımcı 2)

Katılımcılar kendi maddi durumlarının, ekonomik kriz koşullarının bağış davranışını çoğunlukla olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

“Maddi durumum bağış yapma davranışım ve bağış miktarımı etkilediğini kesinlikle söyleyebiliyorum. Ben Kar Amacı Gütmeyen sektörde çalışan bir profesyonelim, maddi gücüm yettikçe ‘büyük bağışçılara’ göre daha küçük bağış yapıyorum. Miktar vermem gerekirse bu miktar 150-400 TL arasında değişiyor. O da motivasyonuma göre, o da önemli bence. Yüksek miktarların daha fazla etki yarattığına inanıyorum, evet, ama küçük bağış yaptığımda kendimi kötü veya yetersiz hissetmiyorum.” (Katılımcı 2)

“Maddi durum, evet, etkiliyor, daha fazla da olsa, bu sene 3 yapmayacağım da 2 yapacağım diyebiliyorum. Ama biraz şöyle de bakıyorum, galiba da duygusal motivasyon, yani hayatımda, bu ay feragat edebilecek bir şey var mı diye bakıyorum. Konsere gitmesen de olur. Ama bunun hesabını kendim yapmayı tercih ediyorum. Bana dayatılmasından hoşlanmıyorum.” (Katılımcı 3)

“Maddi durumum azalıyor, kullanılabilir gelirim daha az maalesef. Eskiden buna daha çok verirdim. Benimki azaldıkça, çevremi daha çok harekete geçirir oluyorum. Maalesef ekonomik kriz etkiliyor, ancak ekonomik kriz herkesi aynı oranda etkilemiyor. Taban gittikçe güç kaybediyor, işsizlik oranı artıyor. Şu anda

eskiden bu tarz şeylere bağış yapan arkadaşlarımın bir kısmı, bağış yapılacak durumda.” (Katılımcı 4)

Bir katılımcı tarafından maddi durum, ekonomik kriz-bağış ilişkisi ters tanımlanmış, maddi durumda gerçekleşen azalmanın dayanışma kültürünü artırdığını, dolayısıyla bağış davranışını da kişi sayısı açısından arttırdığını belirtmiştir. Katılımcı alana dair gözlemlerini de şöyle aktarmıştır:

“Bağışçıların maddi durumunun yaptıkları bağışlar ile doğru orantılı olmaması gerekirken Türkiye’de bağış miktarının, ne kadar bağış yapıldığını bilmedikleri için düz orantılı gidiyor. Siyasi iklim hepimizi etkiliyor ama siyasi iklim ve ekonomik krizler, çok enteresandır her seneki siyasi krizde ve ekonomik krizde bağışlar artıyor. Bu nedenle yoksullaşmak bir anlamda dayanışma kültürünü de yanında getiriyor. Artık bu daha derinlerde hissediliyor. Buna kesinlikle inanıyorum ve doğru buluyorum. Bence bu değişkenler bağışçıları çok destekleyen şeyler, negatif değerler değiller.” (Katılımcı 6)

Vergi istisnası gibi istisnalar Destekle Değiştir modeli özelinde Türkiye’deki mevzuat gereği kullanılmıyor olsa da görüşmeciler istisnalara dair görüşlerini şöyle belirtmiştir:

“Daha kolaylaştıran bir legal ortam olsaydı çok daha fazla model türerdi, bunu da düşünüyorum. Yurt dışı modellerine baktığımızda çok daha fazla şey görüyoruz. Bunların bir kısmı iktisadi işletme ve kar ama güden kurumlar. Bunlar TR’de çok kısıtlı. Daha kolay bir ortam olmasını isterdim. İstisna demektense daha genel bir şey.” (Katılımcı 2)

“Daha çok param olsaydı iterdi evet. Vergi vermek yerine, yardım etmek gibi bir alternatifim olsaydı yardım ederdim.” (Katılımcı 4)

“Vergi şeylerini biliyorum, kişisel gelir vergisi konusunu. Ben kendim o yolla yapmıyorum. Eşimin yaptığı bağışlarda olabiliyor şirketten.” (Katılımcı 5)

Maliyet-Fayda motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.13'teki gibidir. Bu ifadelere göre bağışçıların Destekle Değiştir yoluyla yaptıkları bağışlarda bir avantaj ve fayda sağlamadığı görülmekte, düşük miktarlarda bağış yaptıkları ve ödeme sistemlerinde yapılacak kolaylıkların bağışçıları görece etkilemediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5.13: Destekle Değiştir Yoluyla Maliyet-Faydaya Yönelik Bağış

Destekle Değiştir Yoluyla Maliyet-Faydaya Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Destekle Değiştir yoluyla yaptığım bağışın bir avantajını kullandım	2.81	1.72
Genellikle küçük miktarlarda bağış yapmayı tercih ederim (<200 TL)	4.87	1.89
Büyük miktarlarda bağış yapmaktansa bir etkinlikle birden fazla STK'ya az miktarda bağış yapıyorum	5.25	1.77
Destekle Değiştir etkinliklerinde dijital veya daha kolay bağış yapma ihtimali olsaydı, daha çok bağış yapardım	3.81	1.72

5.1.2.4. Destekle Değiştir İle Özgecilik (Altruistic) Motivasyonu

Destekle Değiştir modelinde bağış yapan kişi, bağış yapmanın faydasını sonuçların önemseydiği, kuruluşun ortaya çıkardığı katma değeri veya faydalanıcılara doğurduğu sonuçlarını önemseydiği için bağış yaptığını belirtmektedir:

“Sivil toplumda yer almakla birlikte doğrudan bağış fikrinden çok da uzaklaştım. Benim için bağış yapmak STK'ları desteklemek, o da eşittir sivil toplumu desteklemek oldu. Her zaman topluma geri vermeliyiz. Desteklememiz gereken çok önemli konular var gıda, barınma, eğitim gibi. Bu her zaman daha ön plandaydı. Bu şu anki kişiliğimi, bağış motivasyonumu birebir etkilemiyor. Çünkü ben kendi içimde dönüştüm, artık hak temelli kurumları destekliyorum.” (Katılımcı 2)

“40 yaşından sonra hayatın anlamını sorgulamaya başladığımda, hayatın anlamının bir koşturmaca, para peşinde koşma, ‘çocukların okullarını nasıl ödeyeceğim, kirayı nasıl ödeyeceğimden’ daha fazla olması gerektiğini düşündüm. Bağışçılık serüvenim böyle başladı.

Bağış yaparken ki beni motive eden şey kendi ajandam değil, karşı tarafın ajandası. Kendi tarafımdan düşünmüyorum. Ben niye daha çok param yok diye ağlamış bir insanım. Bazıları niye ev alamam diye ağlar ben böyle ağlıyorum.” (Katılımcı 4)

Aynı katılımcı özgecilik motivasyonuna dair yapılan bağışlara dair gözlemlerini şöyle aktarmıştır:

“Gerçekten okuyan, dünyada ne olduğunu fark eden insanlar var, daha az tüketelim istiyorlar, daha çevreci yaklaşıyorlar, bu insanların bağış yapmaya çok daha yatkın olduğunu ve kazandıkları paranın daha büyük bir oranını iyi amaçlar için harcayacaklarını görüyorum. Bakıyorum, mal mülk sahibi olmayı bırakın, yeni jenerasyonun arabası bile yok. Bizim zamanımızda, önemliydi, 18 yaşında aman ehliyet alalım, araba alalım, şimdi ehliyetleri bile yok” (Katılımcı 4)

Özgecilik motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.14’te belirtilmiştir. Anket sonuçlarına göre bağışçılar çoğunlukla, hak mücadelesi veren STK’lara yardım etmeyi ana amaçlarından biri olarak tanımlanmış ve yaptıkları bağışların onları mutlu ettiğini belirtmiştir. “Destekle Değiştir etkinliklerinde hak temelli STK’lar bulunmasaydı da aynı bağışları yapardım” sorusu kesinlikle katılmıyorum cevabına daha yakın işaretlenmiştir. Bu durum, Destekle Değiştir etkinliklerinde sadece TÜSEV tarafından seçilen hak temelli örgütlere hak temelli oluşu algılanmadan bağış yapılmadığını, aksine bağışçıların, kurumların hak temelli oluşunu bağış yaparken önemseddiği ve bunu talep ettiğini göstermektedir.

Tablo 5.14: Destekle Değiştir Yoluyla Özgeciliğe Yönelik Bağış

Destekle Değiştir Yoluyla Özgeciliğe Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmadaki ana amacım hak eşitliği mücadelesi veren STK'lara yardım etmektir	6.00	1.03
Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum	6.06	1.23
Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum	6.00	1.42
Hak temelli örgütlere bağış yapmak hayattaki en büyük tatmin hislerinden bir tanesidir	4.62	1.92
Destekle Değiştir filantropi, sivil toplum örgütleri ve topluluk bilinci konusunda bilgimi artırdı	5.56	1.26
Destekle Değiştir etkinliğinde hak temelli örgütlerin bulunması önemlidir	6.62	0.80
Destekle Değiştir etkinliklerinde hak temelli STK'lar bulunmasaydı da aynı bağışları yapardım	3.56	1.67

5.1.2.5. Destekle Değiştir İle İtibar Motivasyonu

Destekle Değiştir bağışçıları için, genellikle bağışlarının başkaları tarafından bilinmesini tercih ettiği veya bağış yaptığının görünmesine olumsuz bir duygu beslemediği görülmüştür. Aksine, katılımcılar bu durumun STK'lar için olumlu etki yarattığını düşünmektedir:

“Bağışçı olarak anonim olmak istemem. Benim ismim şu ve şu miktarda bağış yapıyorum demek beni mutlu hissettiriyor. Bununla ilgili olumlu ya da olumsuz bir düşüncem yok. Türkiye’de bir elin verdiğini diğeri görmez tarzında şeyler var. Ben buna da karşıyım, olmamalı, başkalarına örnek olmak açısından. ‘Benim ne kadar çok param var’ anlamında söyleyemiyorum bunu, o yapılan desteklerle neler olduğunun gösterilmesinin önemli olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 3)

“Bir elin yaptığını biri duymasın gibi bir çabam yok gördüğüm kadarıyla, bilen biliyor zaten.” (Katılımcı 5)

İtibar motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.15’teki gibidir. Katılımcılar itibar motivasyonunu görece önemsememekte, yaptıkları bağışlarda bağış yaptıkları örgütlerin arkadaşları, ‘ailesi’, topluluğu tarafından onaylanmasını yüksek oranda önemsememektedir. Katılımcılar 5.87/7 ortalamaıyla, hak temelli örgütlerin bağışçıları arasında görünüyor olmaktan kaygılanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar katılımcıların itibar motivasyonunu öncelemediklerini, bağışlarını daha çok özgeci motivasyonlarla yapıyor olduğu sonucunu doğurmaktadır.

Tablo 5.15: Destekle Değiştir Yoluyla İtibara Yönelik Bağış

Destekle Değiştir Yoluyla İtibara Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bir STK'ya yapacağım bağışın itibarımı artıracığını düşünürüm	3.18	1.72
Hak temelli örgütlerinin bağışçıları arasında görünmek beni kaygılandırmaz	5.87	1.25
Bağış yaptığım örgütlerin arkadaşlarım, "ailem", topluluğum tarafından da onaylanması önemlidir	1.43	0.89

5.1.2.6. Destekle Değiştir İle Psikolojik Yararlar Motivasyonu

Destekle Değiştir bağışçıları yaptıkları bağışlar sonucu birçok psikolojik fayda elde etmektedir. Bir katılımcı tarafından Destekle Değiştir bağışlarının sağladıkları psikolojik faydalar aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

“Ben çok umutlanıyorum geleceğe dair, bağış yaptığımda gaza geliyorum. Kişilerin yaptıkları aynı bağışları da çok değerli buluyorum” (Katılımcı 3)

Destekle Değiştir etkinliğine başka bağışçıları davet etmenin yarattığı psikolojik yararlar bir görüşmeci tarafından şöyle belirtilmiştir:

“Özellikle imkânı olan insanların, bu STK’ları tanımadıkları için, nereye nasıl yardım edeceğini bilmedikleri için, onları Destekle Değiştir gibi organizasyonlara çağırarak, aktif parçası olmaya çağırıyorum. Süper geri dönüşler alıyorum. ‘Ne iyi ettin de bizi buraya çağırdın, böyle insanlar da varmış’ diye. Onların hayatlarında gerçekten yeni bir pencere açtığımı düşünüyorum. Bundan dolayı da çok mutluyum.” (Katılımcı 4)

Psikolojik yararlar motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.16’daki gibidir. Buna göre katılımcıların hak temelli örgütlere bağış yaptıkça kendilerini mutlu hissettikleri ve bunun belirli bir oranda tekrar bağış davranışı yaratacağı görülmektedir. “Hak temelli örgütlere bağış yapmak hayattaki en büyük tatmin hislerinden bir tanesidir” önermesi 4.62/7 ortalama ile ortalamaya yakın işaretlenmiştir.

Tablo 5.16: Destekle Değiştir yoluyla Psikolojik Yararlara Yönelik Bağış

Destekle Değiştir Yoluyla Psikolojik Yararlara Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Hak temeli örgütlere bağış yapmanın psikolojik yararları hak temelli örgütlere tekrar bağış yapmama neden olur	5.00	1.71
Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum	6.06	1.23
Hak temelli örgütlere bağış yapmak hayattaki en büyük tatmin hislerinden bir tanesidir	4.62	1.92

5.1.2.7. Destekle Değiştir İle Kişisel Değerler Motivasyonu

Söz konusu hak olduğunda, sosyal adalet, eşitlik gibi kişisel değerler Destekle Değiştir bağışlarında ön plana çıkmaktadır:

“Kişisel motivasyonlarıma yönelik daha çok bağış yapmaya çalıştım. Benim özellikle yakın hissettiğim, gönlümün geçtiğini hissettiğim, toplumsal cinsiyet temelli, insan hakları temelli ve çevre temelli, hayvan hakları temelli çalışan

STK'lara daha çok ilgi duydum ve takip ettim. Bireysel hak mücadelem, bağış yapma davranışımı etkiliyor. Mesela cinsiyet eşitsizlikleri üzerine çalışıyorum. Bu benim öncelikli alanlarımdan biri, motivasyonlarımdan bir tanesi. Yani özellikle Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği'ne bağış yapmak, Sağlıkta Genç Yaklaşımlar, maddi olarak desteklemedim ama işbirliğimiz var, çok seviyorum onları da. Bunlar benim hak mücadelesi motivasyonumla çok alakalı” (Katılımcı 2)

“Şu an Türkiye’de hak sahiplerini bireysel ve kurumsal bağışların destekleyebileceğini düşünüyorum. Devlete çok büyük bir rol yüklüyorum ama bunun gerçekleşmeyeceğini düşündüğüm için bağışçılara, bunun içinde bağış yapan kurum ve hibe veren kurumlara çok büyük rol düştüğünü düşünüyorum.” (Katılımcı 2)

Siyasi olaylar ve kolektif davranışlar açısından bir bağışçı genel motivasyonlarından, kişisel değerlerini de içeren şekilde şöyle bahsetmiştir:

“Bağışçılık fikri bana Gezi’yle beraber geldi. Gezi zamanı çok yalnız hissettim, nasıl bir ülkeye düştüm neredeyim derken, o olaylarda yalnız olmadığımı, benim gibi aslında birlikteliği, beraberliği, beraber olursak, çok güzel olabileceğini düşündüğüm insanlar oldu, bu bana umut verdi.” (Katılımcı 4)

Söz konusu hak temelli kurumlar olduğunda kişisel değerlerin negatif etki yaratabileceğine dair gözlemler bir katılımcı tarafından şöyle belirtilmiştir:

“Benim hayattaki en önemli değerim adalet olduğu için, hak tarafından gelen, başka söylediğiniz gibi, insan haklarından insanlar korkuyorlar. Görüyorsunuz insanların başına neler geliyor. Kurumlar zaten uzak tutuyorlar, aman buraya bulaşmayalım etmeyelim diye. Ağırlıklı olarak kadın hakları üzerine çalışıyorum” (Katılımcı 4)

Aileden taşınan geleneklerin kişisel değerleri doğurduğu düşünüldüğünde, gelenekler bir katılımcı tarafından şu şekilde aktarılmıştır:

“Osmanlı’dan gelen bir geleneğimiz var dediğiniz gibi Kızılay bir kere önemli. Hastanelerin vakıflarının kurduğu dernekler var. Benim babamdan bildiğim, Cerrahpaşa’nın tüm bölümü, Çocuk Koruma Derneğiyle perdelerine kadar yapılmıştı. Bu gelenek önemli. Annemden gelen şeyleri daha modern bir şekilde uyguluyorum. Onlar Nişantaşı’nda ev kiralayıp 7-8 çocuğu ilkokuldan üniversite bitene kadar okutuyorlardı. Şimdi öyle bir şey yapılmıyor, burs veriliyor.”
(Katılımcı 5)

“Aileden gelen etki o şekilde. Buna ek olarak, babam Doğu Anadolu. Çocukluğunda, gençliğinde çok deprem görmüş, Bingöl Depremi atlatmış, afetlere yönelik bağışın önemli olduğu bizim evimizde konuşulan ve uygulanan bir şeydi.”
(Katılımcı 2)

Kişisel Değerler motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.17’deki gibidir. Bağışlar, kişisel değerlerin büyük ölçüde bir sonucudur, kişilerde toplumsal sorumluluk hissi yaratmaktadır ve hak temelli örgütlere Destekle Değiştir yoluyla yaptıkları bağışlar sahip oldukları eşitlik düşüncesine hizmet etmektedir. Bağışçılar görece bu kanalla yaptıkları bağışlarda STK’lar ile kendi siyasi görüşlerinin benzer olmasına öncelik vermese de önemsemektedir.

Tablo 5.17: Destekle Değiştir yoluyla Kişisel Değerlere Yönelik Bağış

Destekle Değiştir yoluyla Kişisel Değerlere Yönelik bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmak sahip olduğum kişisel değerlerin bir sonucudur	6.50	0.63
Bağış yapmak sahip olduğum eşitlik düşüncesine hizmet eden araçlardan biridir	6.43	0.72
Bağış yapmak toplumsal sorumluluk duygumu artırmaktadır	6.06	1.06
Bağış yaptığım STK'nın benimle benzer politik görüşlere sahip olması gerekir	4.56	2.06

5.1.2.8. Destekle Değiştir İle Etki Motivasyonu

Bağışçılar modelde bağış yaparken yaratacağı etkiyi önemsemektedir. Etki, bağışçıların sağladıkları katkılarının destekledikleri neden üzerinde bir fark yarattığı algısını ifade eder. Bağışçılar, yarattıkları etkileri incelemekte, buna yönelik taleplerini de belirtmektedir. Bunun yanında TÜSEV ve Sivil Toplum İçin Destek Vakfı yarattıkları raporlar ile bağışların sonucu ve etkisini bağışçıya belirli dönemlerde sunmaktadır. Destekle Değiştir Modeli etki açısından, topluluk olma hissi ve etkinlik sırasında yarattığı dinamizmle bağışçıları bağış yapmaya motive etmesi açısından özelleşmektedir.

“Günün sonunda ben o 6 dakikalık sunumu dinlediğimde, o projenin ulaşacağı yer ne? Hatta başta 2-3 dakika kurumu dinlemektense projeyi dinlemeyi tercih ediyorum. Projenin sonucuna odaklanıyorum, hangi ihtiyacı karşılayacak ve ne kadar büyüklükte, hangi coğrafyada çalışıyor, ne kadar örnek ile çalışıyor, kaç canlıya ve alana ulaşıyor. O beni sanırım en çok etkileyen şey oluyor.” (Katılımcı 2)

“Yarattıkları etkiye bakıyorum. Ne oldu sonunda? Etki raporlarını çok önemsiyorum, bunları yapamadıklarını düşünüyorum. Kimse rapor okumuyor, ben de okumuyorum. Ciddi bir kütüphanem var benim, alıyorum, sahip olmaktan hoşlanıyorum, okumuyorum. Sosyal medya o kadar kısa şeyler okumaya alıştırdı ki okumuyoruz. şuna inanıyorum, sen bir yola ıkıyorsan ne diyeceksin. ‘şu kesimdeki okuryazarlık oranını % şu kadar azaltacağım’. Bu bir hedef, ama bu hedefe gitmek için neler yapıyorsun bunun bir rakamsal bir değeri var. Günün sonunda azaltıp azaltmadığını görmek istiyorum. Yaptığın iş hedefine ne kadar hizmet ediyor anlayabilmek istiyorum açıkçası“ (Katılımcı 4)

Model bir topluluk modeli olduğundan, bağışçılar toplulukla birlikte etki yaratma hissini önemli bir motivasyon olduğunu belirtmektedir:

“O etkinlikte bulunan herkesin söyleyeceği o salonun içindeki dinamik. O dinamik hem herkesi çok motive eden, maddi ve aynı bağış yapmaya çok motive eden bir ortam. Hem de topluluk hissini oluşturuyor.” (Katılımcı 2)

Etki motivasyonunun kuruma göre değişebileceği bir katılımcı tarafından şöyle belirtilmiştir:

“Sosyal etkinin de her zaman ölçülebilir olduğuna inanmıyorum. Uzman değilim bu bambaşka bir uzmanlık alanı, ama ölçülemeyen durumlar olduğuna inanıyorum. Çünkü algı değişimi başka bir sonuç ama ölçmek çok zor. Benim için şunu söyleyebilirim, o belli sayıda kişi ve hayvana ulaşmayı hedefleyen bir projeyse ona bir bakarım. Ne kadar bir etkisi olacağını görmek isterim. Mesela toplumsal değişim yaratmak isteyen bir projeyse, gönülden hissediyorsam onu desteklerim.” (Katılımcı 2)

Etki motivasyonuna ve tekrar bağış yapma niyetine yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.18'deki gibidir. Buna göre kolektif etki hislerinin (bağış eşleştirme, salon dinamizmi) bağış yapma davranışını tetiklemektedir. Katılımcılar çoğunlukla başka kanalları kullanarak da bağış yapmaktadır. Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptığım kuruma daha sonra başka kanallarla da bağış yaptım sorusuna genellikle hayır yanıtı verilmiştir.

Tablo 5.18: Destekle Değiştir yoluyla Etki ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik Bağış

Destekle Değiştir yoluyla Etki ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Destekle Değiştir sırasında kullanılan bağış eşleştirme gibi uygulamalar daha fazla bağış yapmama neden oluyor	5.93	1.48
Destekle Değiştir etkinliği sırasında salonun dinamizmi ile (başkalarının bağış yapması) bağış yapmayı düşünmediğim halde bağış yaptığım oldu	5.87	1.45
Başka kanalları kullanarak da bağış yapıyorum	6.06	1.06

Gitmesem de Destekle Değiştir etkinliklerine katılmalarını arkadaşlarıma tavsiye ediyorum	5.93	1.52
Bağış yaptığım kurumu takip etmeyi ve kuruma tekrar bağış yapmayı planlıyorum	5.50	1.15
Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptığım kuruma daha sonra başka kanallarla da bağış yaptım	3.50	2.22
Neden Destekle Değiştir etkinliği sırasında değil de daha sonra bağış yaptığımızı biliyorum	4.43	1.78
Bağış yaptıktan sonra gelen raporları okurum ve bağışımın nereye gittiğini incelerim	5.43	2.06
Hak temelli STK'ların idari maliyetlerinin yüksek olması ya da kuruma çok miktarda bağış yapılmış olması bağış yapmamı engellemez	5.37	1.89

5.1.3 Bağışçı Motivasyonları açısından Adım Adım Platformunun İncelenmesi

Adım Adım modeli için 5 kişiye yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmıştır.

Araştırmaya katılan görüşmeciler sivil toplum, kamu ve özel sektörde farklı rollerde çalışmaktadır ve gelir aralığı ve cinsiyet kimliği açısından farklılaşmaktadır. Katılımcıların yaşları 22 ve 48 arasında değişmektedir. Bunun yanında katılımcılar içerisinde Adım Adım platformu içerisinde gönüllü olarak yer alan ve koşu kampanyası oluşturmuş bağışçılar da bulunmaktadır. Görüşmelere katılan kişilerin katılımcı profilleri aşağıdaki Tablo 5.19'da belirtilmiştir.

Tablo 5.19: Adım Adım Anketi Katılımcı Profili

	Yaş	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Aylık Gelir (TL)	Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Adım Adım/Yardımseverlik Koşusu yoluyla bağış yaptınız?
Katılımcı 6	40	Kadın	Y Lisans-Doktora	5001-7000	ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Hayata Destek Derneği, Köy Okulları Değişim Ağı (KODA), Kadın Dayanışma Vakfı, Sağlıkta Genç Yaklaşımlar, Şiddetsizlik Merkezi, SPoD, Sulukule Gönüllüleri Derneği, Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)
Katılımcı 7	48	Kadın	Lise	0-2000	ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Hayata Destek Derneği, Şiddetsizlik Merkezi, SPoD, Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG), UNICEF, WWF-Türkiye
Katılımcı 8	30	Queer	Üniversite	2001-5000	ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Şiddetsizlik Merkezi
Katılımcı 9	22	Non-Binary	Lise	0-2000	Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)
Katılımcı 10	35	Kadın	Ön Lisans	5001-7000	ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Şiddetsizlik Merkezi, SPoD, WWF-Türkiye

Araştırmaya anket yoluyla katılanların çeşitli özelliklerine yönelik betimsel analiz sonuçları aşağıda belirtilmiştir. Araştırmaya katılanlar 22-60 yaş arasındadır. Yaş'a dair betimsel analiz sonuçları Tablo 5.20'da belirtilmiştir. Buna göre ankete katılanların yarısına yakını 18-35 yaş aralığında, diğer yarısına yakını 36-50 yaş arasındadır. 50 yaş üstü 3 kişi ankete katılmıştır.

Tablo 5.20: Adım Adım Anketi Katılımcıları Yaş Profili

Yaş		
Ortalama	36.28	
Minimum	22	
Maximum	60	
Toplam	59	
Yaş	Sıklık	Oran (%)
18-35 (Genç)	28	47.5
36-50 (Orta Yaşlı)	28	47.5
50+ (Yaşlı)	3	5.1
Toplam	59	100

Ankete katılanların cinsiyet kimlikleri Tablo 5.21’te belirtilmiştir. Nicel yöntemle katılanlar %54.2 oranında erkektir.

Tablo 5.21: Adım Adım Anketi Katılımcıları Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık	Oran (%)
Kadın	23	39.0
Erkek	32	54.2
Non-Binary	1	1.7
Queer	2	3.4
Belirtmeyen	1	0.7
Toplam	59	100

Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu üniversite ve üzeri eğitim durumuna sahiptir. Eğitim durumuna ilişkin betimsel analiz sonuçları aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 5.22: Adım Adım Anketi Katılımcılarının Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Sıklık	Oran (%)
Lise	3	5.1
Üniversite	29	49.2
Yüksek Lisans-Doktora	27	45.8
Toplam	59	100

Aylık Gelir dağılımına bakıldığında ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun gelirinin 3500-10000 TL arasında olduğu görülmektedir. Tablo 5.23'te Aylık Gelir dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 5.23: Adım Adım Anketi Katılımcıları Aylık Gelir

Aylık Gelir (TL)	Sıklık	Oran (%)
0-2000	4	6.8
2001-3500	3	5.1
3501-5000	16	27.1
5001-7000	19	32.2
7001-10000	11	18.6
10000+	6	10.2
Toplam	59	100.0

Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu güncel olarak çalışmaktadır. Bunun yanında çalışmayanlar, bir emekli ve bir öğrenci de bulunmaktadır. Tablo 5.24'te Çalışma Durumu gösterilmiştir.

Tablo 5.24: Adım Adım Anketi Katılımcıları Çalışma Durumu

Çalışma Durumu	Sıklık	Oran (%)
Çalışıyor	54	91.5
Çalışmıyor	3	5.1
Emekli	1	1.7
Öğrenci	1	1.7
Toplam	59	100.0

Ankete katılanların %57.6'sı Adım Adım ile koşucu olarak bağış kampanyası oluşturan bağışçılardan oluşmaktadır.

Tablo 5.25: Adım Adım ile Koşucu Olarak Bağış Kampanyası Oluşturdunuz mu?

	Sıklık	Oran (%)
Evet	34	57.6
Hayır	25	42.4
Toplam	59	100.0

Ankete katılanların toplam %86.5'i özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarında çalışmaktadır. Kamu sektörü oransal olarak daha düşük kalmaktadır. Sektör dağılımları Tablo 5.26'da belirtilmiştir.

Tablo 5.26: Adım Adım Anketi Katılımcıları Sektörel Dağılım

Sektör	Sıklık	Oran (%)
Kamu Sektörü	6	10.2
Özel Sektör	25	42.4
Sivil Toplum Kuruluşları	26	44.1
Belirtmeyen	2	3.4

Toplam	59	100
---------------	-----------	------------

Ankete katılanlar arasında Sivil Toplum Çalışanları ve İletişim ve Kaynak Geliştirme alanında çalışan bağışçılar ön plana çıkmıştır. Sivil Toplum alanında bağış talep eden profesyoneller hak temelli örgütlerin de Adım Adım yoluyla bağışçı olduğu görülmektedir. Meslekler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 5.27: Adım Adım Anketi Katılımcıları Meslek Profili

Meslek	Sıklık	Oran (%)
Akademisyen	1	1.7
Araştırmacı	2	3.4
Bilgisayar Teknolojileri	1	1.7
Avukat	1	1.7
Çevirmen	2	3.4
Danışman	2	3.4
Direktör	1	1.7
Diyetisyen	1	1.7
Endüstri Mühendisi	1	1.7
Etkinlik Yöneticisi	1	1.7
Finans	1	1.7
Genel Koordinatör	1	1.7
Halkla İlişkiler	1	1.7
Havayolu Çalışanı	1	1.7
İletişim ve Kaynak Geliştirme	8	13,6
İzleme Uzmanı	1	1.7
Kolaylaştırıcı	1	1.7
Koordinatör	2	3.4

Lojistik	1	1.7
Maden Mühendisi	1	1.7
Mimar	1	1.7
Mühendis	1	1.7
Öğretim Görevlisi	1	1.7
Pazarlama	1	1.7
Pilates Eğitmeni	1	1.7
Proje Asistanı	1	1.7
Proje Uzmanı	2	3.4
Psi. Danışman, Psikolog	4	6.8
Satın Alma	1	1.7
Sivil Top. Çalışanı	2	5.1
Siyaset Bilimi	1	1.7
Sosyal Et. Değerlendirme	1	1.7
Sosyal Girişimci	1	1.7
Sosyal Hizmet Uzmanı	1	1.7
Tasarımcı, Çiftçi	1	1.7
Tekniker	1	1.7
Belirtmeyen	6	10.2
Toplam	59	100

Tablo 5.28’te ankete katılanların Adım Adım yoluyla bağış yaptığı kurumlar gösterilmiştir. Bu kurumlar arasında ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği ve TOG ön plana çıkmıştır.

Tablo 5.28: Adım Adım Anketi Katılımcıları Yardımseverlik Koşusu Yoluyla Bağış Yapılan Kurumlar

	Sıklık	Oran (%)
ALİKEV	24	40.07
Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği	25	42.4
Hayata Destek Derneği	10	16.9
HAÇİKO	8	13.6
Hrant Dink Vakfı	4	6.8
Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)	3	5.1
Kadın Dayanışma Vakfı	10	16.9
Sağlıkta Genç Yaklaşımlar	9	15.3
Şiddetsizlik Merkezi	5	8.5
SPoD	3	5.1
Sulukule Gönüllüleri Derneği	9	15.3
Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)	20	33.9
Toy Gençlik Derneği	1	1.7
Uçan Süpürge	2	3.4
UNICEF	8	13.6
WWF-Türkiye	7	11.9

Ankete katılanlara “Aşağıdaki kuruluşlardan hangisini hak temelli olarak nitelendirirsiniz?” sorusu yönlendirilmiştir. Tablo 5.29’da görüldüğü üzere Toy Gençlik Derneği, KODA, SPOD gibi dernekler ankete katılanlar tarafından daha düşük oranda hak temelli olarak nitelendirilmiştir. Bu soru aracılığıyla katılımcıların yaptıkları bağışlarda kurumları “hak temellilik” açısından nasıl algıladıkları ölçülmek istenmiştir. Bu soruda, ALİKEV, Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği, Hrant Dink Vakfı, Kadın Dayanışma Vakfı gibi insan hakları, eğitim ve

şiddeti önlemeye yönelik derneklerin görece daha “hak temelli” algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu soru Destekle Değiştir modelindeki soruyla karşılaştırdığında Adım Adım bağışçıların iletişim ve görünürlüğü daha yüksek Sivil Toplum kuruluşlarını daha çok hak temelli algılama eğiliminde olduğu görülmektedir.

Tablo 5.29: Adım Adım Anketi “Aşağıdaki kuruluşlardan Hangisini Hak Temelli Olarak Nitelendirirsiniz?”

	Sıklık	Oran (%)
ALİKEV	32	54.2
Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği	35	59.3
Hayata Destek Derneği	24	40.7
HAÇİKO	23	39.0
Hrant Dink Vakfı	39	66.1
Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)	10	16.9
Kadın Dayanışma Vakfı	42	71.2
Sağlıkta Genç Yaklaşımlar	29	42.9
Şiddetsizlik Merkezi	28	47.5
SPoD	17	28.8
Sulukule Gönüllüleri Derneği	31	52.5
Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)	29	49.2
Toy Gençlik Derneği	14	23.7
Uçan Süpürge	30	50.8
UNICEF	25	42.4
WWF-Türkiye	22	37.3

5.1.3.1. Adım Adım İle İhtiyaç Bilinci Motivasyonu

Adım Adım yoluyla yapılan bağışlarda bağışçıların var olan ihtiyaca yönelik bilincinin önemli bir motivasyon olduğu görülmektedir. Yardıma olan ihtiyaç derecesi ile yardımın verilme olasılığı ile olumlu yönde bir ilişki bulunmaktadır, ayrıca bağışçılar kendi deneyim ve ihtiyaçlarından hareketle bağış yapacağı kuruma yönelmektedir. Adım Adım bağışçıları özellikle bağışların ulaşacağı kesim ve bağış yapılan Sivil Toplum Kuruluşunun ihtiyacını göz önüne almakta, projelerini incelemekte ve ulaşacağı kesimi dikkate almaktadır. Araştırmaya katılan katılımcılar, ihtiyaç bilinci motivasyonu ile yaptıkları bağışlar için aşağıdaki görüşleri bildirmiştir:

“Bunun dışında evet, projelerine bakıyorum. Örnek vereyim, Sulukule Gönüllüleri Derneği'nin bölgede yapacağı çocuk atölyelerini desteklemek, tekerlekli sandalye almaktan daha fazla motive ediyor beni. Çünkü devletin verdiği bir hizmetin yanı sıra bir hizmet verildiği için. Tekerlekli sandalye verilmesinin yanlış olduğunu söylemiyorum, yanlış anlaşılmasın, ama o tarafa belki sadece Adım Adım İle kaynak bulabileceklerini düşündüğüm için, bence motivasyonum artıyor.” (Katılımcı 10)

“İhtiyaç sahibi özneler önemli, onlara ulaşıp ulaşmadığı önemli. Var olan STK'ların çalışma alanlarına bakarak, kime ulaşacağını gözeterek bağış yaparım. Örneğin, çocuk esirgemede büyümüş, destekle eğitimine devam etmiş biri olsaydım, iş hayatıma başladığımda, Darüşşafaka'ya bağış yapmak isterdim. Durumu bildiğin ölçüde ihtiyacı biliyor ve bunun üzerinden bağış yapıyoruz. Şimdi gidip çok alakasız bir şekilde, bağış yapmıyorum.” (Katılımcı 8)

“Adım Adım'ın en büyük faydalarından biri bu diğer STK'ları da su yüzüne çıkarmış olması, keza Açık Açık, ama çok az insan Açık Açık'ı tanıyor. Şimdi ben kendi çevremde insanları stratejik bağışçılığa davet ediyorum” (Katılımcı 4)

Katılımcılardan biri, kurumsal bağışçılarla olan deneyimini aşağıdaki gibi aktarmıştır. Burada ihtiyaç bilinci var olsa da, konunun politikliği, kişilerle

uyandırdığı psikolojik hislerle beraber yönetsel kararların da ihtiyaç bilinciyle yapılacak bağışları engellediği görülmektedir.

“Türkiye’de hala şey var ‘ay benim içimi acıtmayın, beni rahatsız etmeyin, bunu da konuşmayın’ ben bunu çok yaşadım. Şirketlere gidip dedim ki, sadece sunum yapalım. Konu ne mesela, koruyucu ailelik. ‘Ay biz çalışanlarımızı bunla yıpratmayalım’ Cinsel şiddetle mücadele dediğimizde, ‘Biz bunu konuşmak istemiyoruz şirkette.’ Bunlar hala tabu. Eğitilmiş kesimde de, bu aydın olduğunu düşünen, bağışçı olduğunu düşünen kesimde de bu tabu.” (Katılımcı 6)

İhtiyaç bilinci motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.30’daki gibidir. Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu bağış yapması için hak temelli çalışan STK’nın ihtiyacının projelendirilerek net bir şekilde tanımlanmış olması gerektiğini düşünmekte, yardıma olan ihtiyacın derecesinin bağış yapmasını artıracaklarını düşünmektedir. Hak temelli STK’ların hizmet temelli STK’lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığını bildiğini belirtmekte, hak temelli örgütlerin bu alandaki ihtiyacının farkında olduğunu bildirmektedir.

“Bağış yaptığım topluluğun bireylerine doğrudan temas etmek isterim”, “Sivil Toplum alanında konu hak temelli çalışmalara gelene kadar eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve öncelikli buluyorum”, “Bağış yapma davranışım, ihtiyacın medya kanallarında (sosyal medya dâhil) ne kadar çok anlatıldığına göre değişir” gibi önermeler kesinlikle katılmıyorum’a daha yakın işaretlenmiştir. Bu nedenle katılımcıların ihtiyaç bilincinin farkında olsa bile, dolaylı bağışı tercih ettiği, hak temelli alanları öncelendiği ve iletişim çalışmalarının ihtiyaç bilinci motivasyonu yaratmaktaki öneminin az olduğunu düşündüğü sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Tablo 5.30: Adım Adım yoluyla "İhtiyaç Bilincine Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "ihtiyaç bilincine yönelik" bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmam için hak temelli çalışan STK'nın ihtiyacının projelendirilerek net bir şekilde tanımlanmış olması gerekir	5.52	1.64
Yardıma olan ihtiyaç derecesi bağış yapma ihtimalimi artırır	5.25	1.42
Yaptığım bağışlarda projeden çok bağışın ulaşacağı kişilerin kim olduğuna dikkate ederim	4.50	1.63
Bağış yaptığım topluluğun bireyelerine doğrudan temas etmek isterim	3.30	1.64
Parçası olduğum toplulukların (dezavantajlı gruplar) ihtiyaçlarını daha iyi bildiğimden, bu konuya yönelik çalışmalar yürüten STK'lara bağış yaparım	4.89	1.81
Bağış yapma davranışım, ihtiyacın medya kanallarında (sosyal medya dâhil) ne kadar çok anlatıldığına göre değişir.	4.00	1.71
Hak temelli STK'ların hizmet temelli STK'lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığımı biliyorum	5.38	1.89
Sivil Toplum alanında konu hak temelli çalışmalara gelene kadar eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve öncelikli buluyorum	3.06	1.92

5.1.3.2. Adım Adım İle Talep Motivasyonu

Söz konusu talep motivasyonu olduğunda Adım Adım modeli için, koşucular üzerinden doğrudan bağışçılara çağrı yapılan bir model olması dolayısıyla, modelin bağış miktarını yükseltici ve talep motivasyonuna yönelik olumlu etkisi öne çıkmaktadır. Burada kavramsal olarak Elçi Bağışçılığın (Peer to Peer) talep motivasyonu üzerindeki olumlu etkisinden bahsedilebilir. Aynı zamanda kolektif çaba, kurumların talep etme şekillerini etkilemekte ve kolaylaştırmaktadır. Katılımcılar talep motivasyonuna yönelik görüşlerini ve Hak Temelli Örgütlerin Adım Adım içerisinde talep etme şekline dair görüşlerini şöyle belirtmiştir:

“Yani, şimdi dediğim gibi Adım Adım’da benim için koşan kişi motivasyonum var. Mesela STK’nın çalıştığı alan benim kişisel motivasyonum önemli olmasa bile, sevdiğim ve güvendiğim bir arkadaşım koştuğu için bağış yaptığım oluyor.”
(Katılımcı 10)

“Bence başarılı olmasının sebebi, arka planda birçok STK olması, Adım Adım söz konusu olduğunda görünür hale gelmesi. Arkasındaki STK’ları söylemesine gerek yok. Bir STK’nın bu kadar gücü yok. Kolektif bir model. Ancak bağış çağrısında profesyonel açıdan hak temelli örgütler geri kalıyor. Bu dili kimin oluşturduğunu, profesyonel olup olmadığını bilmiyoruz. O nedenle sıkıntılı biraz.” (Katılımcı 8)

Katılımcılar ekonomik sebepler harici kendilerine gelen bağış taleplerini reddetmediklerini belirtmiştir:

“Bana gelen bağış çağrılarını dikkate alıyorum bana doğrudan gelmese bile, bazen es geçiyorum bazen geçmiyorum. Ama birebir gelenler benim için daha zorlayan ve daha yap yap diyen bir şey. Ondan kaçtığım da oldu, onun da sebebi ekonomikti”
(Katılımcı 8)

Hak temelli örgütler için koşan figürün önemi ALİKEV’in bağış kampanyasında Ali İsmail Korkmaz’ın annesi Emel Korkmaz’ın koşmasının bağışçılarda yaratabileceği motivasyon bir katılımcı tarafından şöyle belirtilmiştir:

“Kesinlikle. Vodafone İstanbul Maratonunda da bana koşuyorum diye tüm arkadaşlarıma muhakkak bağış yaparım, 20 lira yaparım, muhakkak yaparım. 20, 20 dağıtırım. Bazen çok inandığım STK’ları desteklerim, ALİKEV’i muhakkak desteklerim, Emel Anne’yi muhakkak desteklerim. Hani, aynı zamanda öyle STK’larımda var.” (Katılımcı 4)

“Adım Adım yoluyla bağış yaptım, 2013’ten bu yana Adım Adım ile bağış yapıyorum, kendim de koşucu olarak bağış topladım. Açıkçası arkadaşlarım aracılığıyla bağış yaptım. Hiçbir STK’ya girip de, şu STK’nın projesi çok iyiymiş, ben de buna bağış yapayım diye yapmadım. Yani, şimdi dediğim gibi Adım Adım’da

benim için koşan kişi motivasyonum var. Mesela STK'nın çalıştığı alan benim kişisel motivasyonum önemli olmasa bile, sevdiğim ve güvendiğim bir arkadaşım koştuğu için bağış yaptığım oluyor. ” (Katılımcı 10)

Bir katılımcı kendi koşucu deneyimi üzerinden talep motivasyonunu şu şekilde gözlemlediğini belirtmiştir:

“Türkiye’de insanlar güvendikleri insanların dediklerini yapan bir eğilimler. Ben de bunu X olarak 6 yıl koşarak deneyimledim. Ben kime gidip kimi destekliyor ve anlatıyorsam, “Vav, ben X’i tanıyorum, X yanlış bir şey yapmaz, onu destekleyeyim” diyor. Burada da şöyle itici bir durum var, okumuyor, araştırmıyor. Yöntemlerini söylesen bile, sen onun için git oku, araştır, bul, çabayı göster ben de destekleyeyim diyor. Arkadaş skalamın içinde yüzde kaçadır diye sorsan, benim Facebook’taki mevcut arkadaşlarımdan, tek bir kampanyayı, sadece Facebook’tan topladım, sadece %10’una ulaşabildim mesela.” (Katılımcı 6)

“Bana başından beri birazcık saçma geliyor aslında bu. Koşma ve bağış kadar birbirinden alakasız, başta kendimi anlatırken de söyledim ya, olayların birbiriyle bağlantısını seviyorum. Yani bir şeylerin birbiriyle bağlantılı olma halini seviyorum. Adım adım hiç öyle bir şey değil, mantığıma oturmuyor. Bir şekilde çok işe yaradığını düşünüyorum bu çağrıların.” (Katılımcı 9)

Talep motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.31’deki gibidir. Ankete katılanlar görüşmecilerin aksine koşucunun etkisinin daha düşük olduğunu düşünmektedir. Koşuculardan veya Sivil Toplum Kuruluşlarından belirli dönemlerde art arda sıkça gelen talepler bağış yapmalarını olumsuz etkilemeyeceğini belirtmiştir. “Talep edilmeseydi de kuruma bağış yapabilirdim” önermesine yönelik sorular ortalamaya yakın işaretlenmiştir. Bu sonuç koşucunun talep etmesinin bağışa yönelik etkisini göstermektedir.

Tablo 5.31: Adım Adım Yoluyla "Talebe Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "talebe yönelik" bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yaptığım kurumu seçmemde kurumun çalışma alanındansa koşucunun etkisi daha fazladır	3.76	1.82
Eğer koşucu talep etmeseydi de bağış yaptığım Sivil Toplum Kuruluşuna bağış yapardım	4.27	1.64
Benden bağış talep edilmese de Sivil Toplum Kuruluşlarının web sayfalarını nasıl bağış yapılabileceği yönünden incelerim	4.77	1.88
Koşuculardan veya Sivil Toplum Kuruluşlarından belirli dönemlerde art arda sıkça gelen talepler bağış yapmamı olumsuz etkilemektedir	3.88	1.74

5.1.3.3. Adım Adım İle Maliyet-Fayda Motivasyonu

Bağışın maliyetini düşüren ve kolaylaştıran bir mekanizma ve kolektif bir model olması açısından Adım Adım katılımcılara doğrudan fayda sağlamakta ve bu yolla maliyet fayda motivasyonunu etkilemektedir. Bu faydalarla beraber katılımcılar, bağış miktarlarındaki değişimlerin kendilerine yarattıkları etkiyi ve hangi motivasyonlarla bağışın maddi miktarını değiştirdiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

“Ben tek başıma olsam büyük bir bağış yapmam gerektiğini düşünürüm. Biliyorum ki 13 bin kişinin hepsine ufak ufak bağışlar geliyor. Farklı sosyo-ekonomik düzeyde bağışçıları var. Günün sonunda bir sandalye tamamlanıyor. Bir hastanın bakımı mutlaka tamamlanmış oluyor. Bir kurumun çağrısının, tabi ki projelendirilmesi gerekir, başı neresi sonu neresi belli olmalı. Çünkü tamam burada bir bağış yapılıyor, para ödeniyor, para değil emek de olsa verilen, sonunda o emeğin neye fayda sağlayacağını bilmesi lazım.” (Katılımcı 7)

“Yani bir STK'ya yaptığı bağış miktarı eğer sertifikalarında belirlediği bir para varsa bazen bu online sertifikalarda belirlenen bağış miktarı oluyor. 15-20'den başlıyor genelde 100 liraya kadar çıkıyor. 100 biraz üst limit çünkü mümkün

olduğunca çok STK'ya bağış yapmaya çalışıyorum. Ekonomik kriz tabii ki etkiliyor. Sonuçta param yoksa bağış yapmıyorum, çok netim. Hangilerinden feragat edebileceğime bakıyorum. Düzenli bağışlarımı iptal etmiyorum. Zaten aynı alanda iki veya üç STK'ya bağış yapıyorum. 10 tane bağış yapmıyorum.” (Katılımcı 10)

“Yüksek miktarın ekibi daha fazla mutlu ettiğine inanıyorum. Her STK yüksek miktarda bağış almak ister, her insan STK'nın amacına inanıyorsa bağış yapmak ister. Ama miktarım az diye bağış yapmamayı anlamsız buluyorum. Sifirdansa bir her zaman büyüktür, neden yapmayayım yani? Bence insanlar küçük miktarda bağış yapabileceklerini görüyorlar, bence bu en önemli artısı Adım Adım'ın. Çünkü insanlar “STK'lara 10 lira bağış yapmanın ayıp olduğunu düşünüyorlar ya. Adım Adım'ın en iyi oturttuğu şey bu oldu. Gerçekten, 10 lira 15 lira bağış yapabiliyormuş” (Katılımcı 10)

Vergi muafiyeti gibi istisnalar bu modelde kullanılmamaktadır, bu istisnaların bağış davranışını değiştirip değiştirmeyeceği katılımcılar şöyle ifade edilmiştir:

“Hiçbiri bende işe yaramaz. Ben STK'nın ne iş yaptığına, ne kadar görünür, proje odaklı iletişimine ve şeffaf olup olmadığına bakarım. Vergi muafiyeti varmış yokmuş, onların nasıl çıktığını da hepimiz biliyoruz. Yardım toplama Kanununun benimle yaşıt olduğunu da biliyorum. Canın istediğinin izin alıp canının istemediğinin izin alamadığını da bildiğim için, alandan olduğum için beni hiç etkilemiyor.” (Katılımcı 10)

“Evet, son dönemde düzenli bağışlarımı iptal etsem mi diye düşünüyorum. Hala Adım Adım öncesinde de devam eden bağışlarım aynı şekilde devam ediyor. Özellikle bankalarda, bu çeşitli kredilerde ve vb olması lazım. Banka şu kadar veriyor, aynı zamanda devlet desteği olarak da şu kadar veriliyor. Bağışta da böyle bir şey olsa, 100 liraya %20 devlet desteği gibi bir kampanya olsa bu çekici olabilirdi. Böyle bir proje güzel olurdu.” (Katılımcı 8)

Ekonomik krizlerin Adım Adım bağışlarındaki etkisi bir Adım Adım platformu gönüllüsü ve bağışçısı tarafından şöyle izlenmiştir:

“Ekonomik kriz döneminde Adım Adım’a yapılan bağışlar aksine arttı. Belki bir bağışçının bağış yaptığı miktar azalmıştır. Ama daha çok insan hiçbir şey yapamıyormuş gibi hissettiği için 10’ar lira, 10’ar lira bağış yapıyor. Dolayısıyla orda öyle bir şey oluyor. Bu da bizi her zaman çok şaşırtan bir şey oldu” (Katılımcı 7)

Adım Adım’ın bağışın maliyetini düşüren bir model olması sebebiyle bağışları artırması bir bağışçı tarafından şöyle gözlemlenmiştir:

“Adım Adım, bağışçılarında şöyle bir değişime sebep oldu. Eskiden insanlar kredi kartlarıyla bağış yapmaya alışkın değillerdi çok daha hantal bir yapı var diye düşünüyorlardı STK’larda, STK’larda da vardı bu düşünce yapısı. Adım Adımla birlikte STK’ların hepsinde elektronik ödeme sistemine geçtiler ve kredi kartıyla her şeyin çok kolay olduğu keşfedildi. 24 saatin içinde istediğin bir zaman diliminde tek bir hareketle bu bağışı yapabildiğini gördüler. Bu çok önemli bir eğilimdir. Çok daha fazla kitleye ulaşabildik çünkü bize aslında gönül verdiğimiz bir STK’ya bağışçı ararken ne kadar çok konuşmamız gerektiği ve ne kadar çok insana ulaşmamız gerektiğini öğrettiği için, böyle denize düşen damla etkisi yarattı. Halka halka büyür ya, bu bilgi bizde yoktu biz de bunu öğrendik.” (Katılımcı 6)

Maliyet Fayda motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.32’teki gibidir. Katılımcılar genellikle yaptıklarını bağışların herhangi bir avantajını kullanmadığını belirtmiş, makarna günü, STK antrenmanları gibi yan etkinlikler ve tişört gibi tanıtım malzemeleri sosyal faydalardan dolayı bağış yapma davranışını görece değiştirmeyeceğini belirtmiştir. Katılımcılar, genellikle küçük miktarlarda bağış yapmayı tercih etmektedir. Büyük miktarlarda bağış yaptıktan sonra Adım Adım yoluyla birden fazla koşucuya az miktarda bağış yapma eğilimleri vardır. Yukarıdaki ifadeler de düşünüldüğünde, kolektif etki bağış yapma maliyetini düşürmekte, bağışçılar miktarı azaltarak daha fazla kuruma destek olma amacı taşımaktadır. Hak temelli örgütlere bağış yapan bu bağışçılar incelendiğinde, bağış yapmayı satın alma

davranışına yaklaştıran “fayda” elde etme davranışı ankete katılanlar arasında yaygın değildir. Bu durum, bağış özgeci bağışa yaklaştırmaktadır.

Tablo 5.32: Adım Adım yoluyla "Fayda Maliyete Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "Fayda Maliyete Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Adım Adım yoluyla yaptığım bağışın herhangi bir avantajını kullandım	2.59	1.98
Genellikle küçük miktarlarda bağış yapmayı tercih ederim (<200 TL)	5.72	1.57
Büyük miktarlarda bağış yapmaktansa Adım Adım yoluyla birden fazla koşucuya az miktarda bağış yapıyorum	5.45	1.85
Adım Adım'da bağış yaparken miktarı az da olsa en az bir hak temelli STK seçmeye özen gösteririm	5.23	1.89
Makarna günü, STK antrenmanları gibi yan etkinlikler ve tişört gibi tanıtım malzemeleri sosyal faydalardan dolayı bağış yapma davranışımı değiştirebilir	3.23	2.02
Bir STK'nın tanıtım materyallerine yönelik fazla yatırımı benim için bağışa ihtiyacı olmadığı algısını doğurur	3.01	1.76
Ait olduğum topluluğa yönelik çalışan STK'lara yaptığım bağışlardan görece faydalanabilecek olmak bağış yapma ihtimalimi artırır	3.18	1.87

5.1.3.4. Adım Adım İle Özgecilik (Altruistic) Motivasyonu

Yukarıda da bahsedildiği üzere, çalışmaya katılan katılımcılar incelendiğinde, bağış yapmayı satın alma davranışına yaklaştıran “fayda” elde etme davranışı ankete katılanlar arasında yaygın değildir. Bu durum, bağış özgeci bağışa yaklaştırmaktadır. Katılımcılar, STK'lara katkıda bulunmasının kuruluşun ortaya çıkardığı katma değeri veya faydalanıcılara doğurduğu sonuçlarını önemseydiği için bağış yapmaktadır. Bu durum katılımcılar tarafından öyle aktarılmıştır:

“O gün hatta böyle, X adlı mekandaydım. Koşucu olarak KODA'ya bağış yaptırmak için bir metin yazmam gerekiyordu. Metni yazmaya başladım, metni yazdıkça, metni yazarken yarıda durdum, “gerçekten KODA'nın ihtiyacı” var deyip kendim açıp KODA'ya bağış yaptım.” (Katılımcı 9)

“Hak sahiplerine yardım etmek, devlet gibi bir kişilik varsa hayatımızda elbette onun görevi. Ancak realiteye baktığımızda diğer yurttaşların görevi olmuş durumda. Bu sorumluluğu hissediyorum” (Katılımcı 8)

“Kendi öz hayatımda karşılaştığımda, bağış yapma tarzımın ve hayat motivasyonumun paralel olması gerektiğini düşünüyorum. Şöyle örnek vereyim, trafikle bir STK'ya yardım ediyorken kaldırılma araba park ediyorsam geçmiş olsun yani, bağış yapma daha iyi. Ya da Cinsel Şiddetle Mücadele Derneğinin gönüllüsüyüm, ama maçta küfür ediyorsam bağış da yapmamalıyım. Kendimce böyle bir denge tuturmaya çalışıyorum ve bu uzantıyla bağış yapıyorum” (Katılımcı 10)

Özgeci motivasyonların Adım Adım dahilinde motivasyon yaratmadığı durumlar bir bağışçı ve STK profesyoneli tarafından şöyle ifade edilmiştir:

“Türkiye'deki STK'ların insanları takım tutar gibi bağışçılığa yönlendirme gibi bir durumları var. Ben bir kere Koruncuk için koştum, bağış yaparım ve bundan sonra Koruncukluyum gibi. Hayır, bizim STK olarak da, Adım Adım içinde de mümkün mertebe öyle iletişimler yapıyor olmamız lazım ‘kaynaklar paylaşılır, bugün ona yarın bana’, “bugün onun için koştusyan, yarın lütfen şunun için de koş” gibi. İnsanları yönlendirebiliriz çünkü Adım Adım önemli bir iletişim kanalı bunun için. Ben bunun eksik olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 6)

Özgecilik motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.33'teki gibidir. Katılımcılar, “Bağış yapmadaki ana amacım hak eşitliği mücadelesi veren STK'lara yardım etmektir”, “Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum”, “Bağış yaptıkça toplumsal

bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum” gibi özgeci ifadeler kesinlikle katılıyorum skalasına yakın işaretlenmiştir.

Tablo 5.33: Adım Adım yoluyla "Özgeciliğe Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "Özgeciliğe Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmadaki ana amacım hak eşitliği mücadelesi veren STK'lara yardım etmektir	5.64	1.44
Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum	5.77	1.43
Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum	5.55	1.73
Adım Adım'dan önce de bağış yapabileceğim hak temelli ulusal ve uluslararası kurumları araştırırdım	4.64	2.17
Adım Adım'da bağış yaparken miktarı az da olsa en az bir hak temelli STK seçmeye özen gösteririm	5.23	1.89

5.1.3.5. Adım Adım İle İtibar Motivasyonu

Adım Adım bağışçıları genellikle bağışlarının başkaları tarafından bilinmesini tercih ettiği veya görünmesine olumsuz bir duygu beslemediği görülmüştür.

“Bağışın görünür olması bir yandan reklam. Kendim için değil, o STK için reklam. Daha önceden Hak Temelli bir STK’yı desteklediğim görünmesin dediğim oluyordu ama şu an rahatım o konularda.” (Katılımcı 8)

“Bağışçı tarafına bakarsak, yaptığı bağışı bağıra bağıra söyleyen insanlar yarattı, o kültürden sıyrıldık. Ama sen böyle yap demedik. Yine koşucu üzerinden gidip, koşucunun bunu ilan ederek. 3 oldu, 8 tane yapabiliriz dediği zaman, koşucu bunu açıkladığı zaman, öteki TEGV’e bağış yaptım, şu kadar çocuk okuyabilecek demeye başladı. Ama koşucu motivasyonu açısından önemli, ikincisi İPK üzerinden yapıp yapılmaması önemli. Çünkü bağışçı da kendi adını listede görmeyi seviyor. O konuda biz çok sıkıntı yaşıyoruz, hem koşucu hem STK tarafında ‘niye

yarıştırıyorsunuz' diyen de çok. 'Hadi güncelleme yapmadınız, ne zamandır ikinci sıradayız' diyen de çok." (Katılımcı 7)

Görünürlüğün söz konusu hak temelli STK'lar olduğunda sorun yaratabileceği bir koşucu tarafından şöyle ifade edilmiştir:

"Benim de aklımdan geçiyor. Kampanyaya destek oluyorum, sosyal medyada olmasa bile bu datalar bir yerde duruyor. İnsanların şunlardan korktuğunu görüyorum. Bazıları diyor, mesela X STK'sı Afrika'da çalışıyor. Bazı durumlardan ağzı yanmış insanların çok daha bu konularda dikkatli olduğunu görüyorum. Asla herhangi bir sistem üzerinden, kayda geçecek şekilde kredi kartıyla bağış yapmak istemediklerini ama elden para verebileceklerini söylüyorlar. Çünkü şöyle bir şey var, Y kurumuna yardım yapıyorsunuz, hükümetle bir sorunu yok ama diğer gün Y'nin ne duruma düşeceğini, destekçisi olarak ne duruma düşebileceğimizi bilemiyoruz bu ülkede. Özellikle iş insanlarında böyle bir endişe olduğunu görüyorum." (Katılımcı 4)

Bu durum başka bir katılımcı tarafından aşağıdaki perspektifle aktarılmıştır:

"Türkiye'de bunu içselleştirmiyor. Ama korktuğunu düşünmüyorum. Bugün siyasi partiler bile, seçim zamanı bağışlarını aştığında, çok sıkıntılı bir siyasi iklim var devlet politikasında. Ama benim beklemediğim insanlar, siyasi partilere bağış yapıp, bunu da gayet cesurca paylaştılar. Peki, bu paylaşan insanlar, siyasi partilere bu bağışı yaparken, STK'lara bağış yapıyor mu diye baktığında, yapmıyor. Korkmak değil oradaki şey." (Katılımcı 6)

Ünlülerin açtığı kampanyalar ise bir katılımcı tarafından şu şekilde değerlendirilmiştir:

"Birinin sadece ünlü olması pek bir işe yaramıyor çünkü bağışçı "'sahicilik" arıyor. Eğer o kişi sosyal fayda yaratmayı hayatının her anına yaymışsa bu seziliyor ve o zaman da kendisine bağış yapılıyor ya da kişinin çok popüler olması lazım. (Katılımcı 7)

İtibar motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.34'teki gibidir. Anket sonuçlarına göre, bağış yapanlar, yüksek oranda, bağış yaptığı örgütlerin arkadaşları/"ailesi"/topluluğu tarafından da onaylanmasını önemli bulmadığını belirtmiştir. Bağış kampanyalarında belirli tutarlar için verilen ödüllerin kendi bağış davranışlarını düşük oranda etkilediğini belirtmiştir. Yukarıda bahsedilen hak temelli örgütlerin bağışçıları arasında görünmekten çekinme hali, anket katılımcıları için geçerli değildir ve katılımcılar görece yüksek oranda ismini gizlememektedir.

Tablo 5.34: Adım Adım yoluyla "İtibara Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "İtibara Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Adım Adım yoluyla hak temelli örgütlere bağış yaparken bağış tutarımı ve ismimi gizlemem	5.25	1.64
Hak temelli örgütlerinin bağışçıları arasında görünmek beni kaygılandırmaz	6.13	1.39
Bağış yaptığım örgütlerin arkadaşlarım/"ailem"/topluluğum tarafından da onaylanması önemlidir	1.88	1.23
Bağış kampanyalarında belirli tutarlar için verilen ödüller (plaket, teşekkür vb.) o tutarda bağış yapmama neden olabilir	2.27	1.65

5.1.3.6. Adım Adım İle Psikolojik Yararlar Motivasyonu

Adım Adım yoluyla yapılan bağışların bağışçılarda yarattığı psikolojik etkiler katılımcılar tarafından aşağıdaki gibi aktarılmıştır:

“Bir arada olma, omuz omuza olma hissi uyandırıyor. Aynı zamanda damlaya damlaya göl olur misali, bu kadar insanın STK özelinde bir aradalığı, kaynağı biriktirmesi yine STK'nın amaçlarını yerine getirmesi açısından da bireysel olarak beni tatmin ediyor. Haklı mücadelemiz için bağış yapıyorum için tabiki.” (Katılımcı 8)

“Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği'nin Antalya'da kocasından şiddet görmüş bir kadının mahkemesini takip etmek için avukat desteği vermek, bende farklı bir motivasyon uyandırıyor. Tweet atmak, sokağa çıkmak dışında o elli lirayla, yüz lirayla bir şey yapabiliyorsa, benim için çok kıymetli. Ne sadece sokağa çıkmak, ne sadece bağış, aslında bir bütün olmalı.” (Katılımcı 10)

Olumsuz hisler uyandırması açısından, psikolojik yararlar motivasyonu bir katılımcı tarafından şu şekilde aktarılmıştır:

“Biraz gerçekten içerideki ihtiyacı gördüğümde anladığım, daha önceleri de böyle, çocukken de böyle, bağışlı şeyler yapardık okullarda. Kardeş okul, hayvanat bahçesindeki hayvanlara yemek alacağız vs. Hep uzak ve asıl şey değilmiş, insanları birbirinden uzak tutmak için olan bir şeymiş gibi de hissediyordum. “Para ver sussunlar, konuşma, mücadele etme” gibi. Hala öyle hissettiğim anlar oluyor. Ancak, bir taraftan STK'lar için ve hak savunuculuğunda, 20 liranın ne kadar önemli olduğunu anlıyorum.” (Katılımcı 9)

Psikolojik yararlar motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.35'teki gibidir. Toplumsal sorumluluk duygusu yaratması ve bağışçıların kendilerini mutlu hissetmesi kesinlikle katılıyorum'a daha yakın işaretlenmiştir.

Tablo 5.35: Adım Adım yoluyla "Psikolojik Yararlara Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "Psikolojik Yararlara Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Parçası olduğum toplulukların (dezavantajlı gruplar) ihtiyaçlarını daha iyi bildiğimden, bu konuya yönelik çalışmalar yürüten STK'lara bağış yaparım	4.89	1.81
Ait olduğum topluluğa yönelik çalışan STK'lara yaptığım bağışlardan görece faydalanabilecek olmak bağış yapma ihtimalimi artırır	3.18	1.87
Adım Adım yoluyla yaptığım bağışın herhangi bir avantajını kullandım	2.59	1.98

Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum	5.77	1.43
Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum	5.55	1.73
Bağış yapmak toplumsal sorumluluk duygumu artırmaktadır	5.94	1.45

5.1.3.7. Adım Adım İle Kişisel Değerler Motivasyonu

Söz konusu hak olduğunda, sosyal adalet, eşitlik, dezavantajlı gruplara önem vermek gibi kişisel değerler Adım Adım bağışlarında ön plana çıkmaktadır. Yine bağışçılar kendi politik ideolojilerinin bir uzantısı olarak bağışa yönelmektedir:

“Yapacağım bağışlarda hak temelli örgütleri öncelikliyorum. Hak temelli örgütler daha çok devlet ve toplum tarafından ötekileştirilmiş, hizmet götürülmeyen özneler olduğu için onları tercih ederim. STK'nın bir şey olmasının bir şartı yok. Devletin yaptıkları işe verdiği desteğe bakarım. Devlet tarafından (belediyeler de dâhil) arkalanmıyorsa, onlardan destek almıyorsa benim için daha öncelikli olur.”

(Katılımcı 8)

“Şey var hani, bir şekilde korku da var, kendisi ses çıkarıp bir şey yapamıyor. Topluluk olarak bunu bağıra bağıra söylüyor. Onu ben mesela, kişisel olarak da yaşıyorum. Bazen kendimi apolitik hissediyorum, sonra da diyorum ki, ben politikanın göbeğindeyim. Bağıra bağıra söylemesek de, o kadar çok şey söylüyoruz ki!” (Katılımcı 7)

“Bunu yazmıştım, kendi yaptığım eyleme dair yazıda. Türkiye’de ‘ben konuşmazsam yok olur bu konu hakkında konuşmayalım’ gibi bir kültür var. Ama Gezi’den sonra çok değiştiğini ve insanların politikleştiğine inanıyorum. Geçmişten gelen bir politiklik, politik olmayan insanın cümleleri bile politik sanki. Geziden sonra genel anlamda herkeste bir değişim olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden

insanlar daha fazla, hadi ben de dâhil olmalıyım kafasında. O yüzden bu ihtiyaca çok güzel hitap edebiliyor bu model.” (Katılımcı 9)

“ALİKEV’i düşün, bugün sıkıntı yaşayan bir STK iken, en çok bireysel bağışçıya ulaşan STK’lardan biri. Kurumsal bağışçısı olmamasına rağmen, bazen eleştirdiğimiz, “eski solcu” dediğimiz, o hareket etmeyen, sadece konuşan kitleyi harekete geçirdi. Bu önümüzdeyse, böyle bir gerçek varsa, arkadaşlar bir yerde eksik yapıyoruz bir şeyleri gibi bir gerçek var.” (Katılımcı 6)

Geleneklerin bağışçılık davranışına yansması katılımcılar tarafından şöyle ifade edilmiştir:

“Bağışçılık olarak aldığım ailemden aldığım bir şey yok sanırım. Bizim çocukluğumuzda, ihtiyaç paylaşmak gibi bir şey vardı. Eşyalar atılmaz veya hor kullanılmazdı. O anda ihtiyaç varsa, senin için küçülmüş veya eskimiş olmasına bakmadan paylaşılırdı. Ama ailemden gelen bağış davranışım yok. Çalışan birini arıyorsan, mahallendeki insanlara bakardık, yemek yardımı düzenli yapılırdı.” (Katılımcı 10)

“Var diye düşünüyorum. Aklıma gelen kişi anneannem oluyor. Anneannem tutkuluydu bu konuda. Her ihtiyaca çıkartır para verirdi, ben ona banka diyorum. Son yıllarda durumu kötüleştiği için yapamıyor. Bu hal onun psikolojisini çok etkiliyor. O mesela, kapıcı ailelerine, Melis diye bir çocuk vardı. Resmen onun tüm yaşamını etkileyecek kadar yardım etti. Ona böyle kişi olması, anne babasına para kaptırmaması için kişisel banka hesabı açtı, ailesiyle konuştu. Tüm okul malzemelerini aldı, azıcık İngilizce biliyordu. İngilizce çalışırdı onunda, derslerine yardım ederdi. O beni etkiledi diye düşünüyorum. Onun haricinde babam da oldukça verici bir insan, direkt hak savunuculuğu veya STK’ya yaptığını görmedim ama kişisel ilişkilerinde bunu çok yapar mesela. O da beni verici olmamda çok doğrudan etkiledi.” (Katılımcı 9)

Politik görüşlerin etkisi bir katılımcı tarafından şöyle izlenmiştir:

“Olmamalı öncelikle, önce kendi fikrimi söyleyeyim. Sivil toplum, sivildir ve tarafsız olmak zorundadır. Ama bir meseleyi tartışırken de, bu mesele Türkiye’de ötekileştirilen, ayrımcılık üzerine bir meseleyle, sen doğal olarak muhalif role giriyorsun. Bazen şunu da söylüyorlar, STK zaten muhalif bir yapıdır, yapısal olarak. Ama bunu vurarak, kırarak, bağırarak değil, ama bunu farkındalık yaratarak yapar. Eğer siyasi olarak algılanabilir. Türkiye’de yaptığın her şey siyasi olarak algılanıyor. Ama bence öyle olmamalı temelde.” (Katılımcı 6)

Kişisel Değerler motivasyonuna yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.36’daki gibidir. Buna göre katılımcılar kişisel değerlerinin bağışı yönlendirdiğine dair ifadelerle olumlu yanıt vermiştir. Ortalama 5.37 oranında katılımcılar bağış yaptığı STK’ların kendileri ile benzer politik görüşlere sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 5.36: Adım Adım yoluyla "Kişisel Değerlere Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "Kişisel Değerlere Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapmak sahip olduğum kişisel değerlerin bir sonucudur	6.13	1.27
Bağış yapmak sahip olduğum eşitlik düşüncesine hizmet eden araçlardan biridir	6.28	1.24
Bağış yapmak toplumsal sorumluluk duygumu artırmaktadır	5.94	1.45
Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum	5.55	1.73
Bağış yaptığım STK'nın benimle benzer politik görüşlere sahip olması gerekir	5.37	1.63

5.1.3.8. Adım Adım İle Etki Motivasyonu

Bağışçılar modelde bağış yaparken yarattığı etkiyi önemsemektedir. Etki, bağışçıların sağladıkları katkılarının destekledikleri neden üzerinde bir fark

yarattığı algısını ifade eder. Bağışçılar, yarattıkları etkileri incelemekte, buna yönelik taleplerini de belirtmektedir. Bunun yanında Adım Adım platform çeşitli raporlar ile bağışların sonucu ve etkisini bağışçıya belirli açık hale getirmekte ve İyilik Peşinde Koş ile yarattıkları etkiyi birim olarak ölçme olanağı sunmaktadır. Etki motivasyonuna olan etkisi Adım Adım özelince katılımcılar tarafından şöyle aktarılmıştır:

“Adım Adım’ı özel kılan birlikte hareket eden STK’lar olması. Bu kısım benim için önemli. Bizim için aynı alanda da çalışsalar, farklı alanlarda da olsalar STK’lar ortak hareket etmekte zorlanıyor. Adım Adım’ın böyle bir artısı var sivil alana. Deneyim paylaşımı, toplantılarda çözüm önerilerine beraber bakılıyor. Onun dışında düzenli bağışlarımı da 1-1,5 yılda STK’larımı değiştiriyorum. Burda kendi özelimde küçük ölçekli STK olmasına dikkat ediyorum. Şöyle düşünüyorum, benim elimdeki 50 lirayla o anlamda bir şey değiştiremeyeceğim ama aslında o derneğin bir tane düzenli 50 lirası olsa o alanda bir şey değiştirebilecek. Ama STK’nın böyle bakması gerekiyor. Yoksa benden aldığı 50 lirayla da bir şey değiştiremez.”
(Katılımcı 10)

“Adım Adım’ın öncelikle, pek çok farklı alandaki ihtiyaç sahibine dokunan STK’ların bir araya toplanması önemli. Çünkü her ne kadar kişisel olarak benim hassasiyetim belli olsa dahi, dönemsel olarak, deprem olarak AKUT’tur, komşumun çocuğu benim ailemden biri kanser olmuştur, KAÇUV’a giderim. Öbür gün başka bir şey olur. Hepsinin bir arada, aynı amaç için olmaları, çok önemli. Hepsi tek tek bu işi yapabilecekken, aynı daldan yapmaları, ortak söylemlerinin olması da bence insanın kendini daha iyi hissettiriyor. Çünkü KAÇUV’a tek başına yapsam, tek başıma bir koşucu olarak onlarla koşsam duygularım o kadar da köpürmeyecek, ama biliyorum ki KAÇUV’la birlikte binlerce kişi koşuyor, Maratonda en son 13 bin kişi koştu. 13 bin tane benim gibi iyilik düşünen insanın olduğunu bilmek, gelecek adına da bana çok fazla umut veren bir şey açıkçası”
(Katılımcı 7)

“Önemli olan bağışçı sayısı bence, bağışçı sayısını artırmak adına herkese bağış yapıyorum. 5 lira da yaptığım oluyor Adım Adım’da. Bağışladığım parayı 100’e böldüğüm bile oluyor. Uğraşamıyorum bazen tek tek. Genelde Adım Adım’ın da avantajı o. H herkese o para toplama hırsını veriyor. STK için para toplamak, bundan 10 sene önce bir öğrencinin koştığı düşünülemezdi. Whatsapp gruplarındaki dinamizmi görüyorsun. Çok güzel bir duyguydu.” (Katılımcı 4)

Etki motivasyonunda şeffaflık ayrı bir önem arz edilmektedir:

“Önemli buluyorum çünkü, ben bir kampanya gerçekleştirdiğimde, bunu Adım Adım ve Açık açık üzerinden paylaştığımda, daha güvenilir bir kampanya olduğuna inanıyorum. Direkt olarak bir STK’ya bağış toplamaya çalıştığımda, bağış yapacak kişilerin bazı nedenlerden dolayı geri adım atabileceğini düşünüyorum. Özellikle söz konusu STK ötekileştirilmiş gruplarla ilgiliyse.” (Katılımcı 8)

Etki motivasyonuna ve bağış yapma niyetine yönelik anket formunda yer alan ölçek ifadelerine ilişkin betimsel analiz sonuçları Tablo 5.37’teki gibidir. Yukarıda bahsedilen, kolektif etki yaratma bilincinin aksine “Bağış yapma nedenlerimden biri başkalarının da aynı dönemde bağış yapıyor olmasıdır” önermesi 3.20 ortalaması ile kesinlikle katılmıyorum’a yakın işaretlenmiştir. Bağış yapma niyeti incelendiğinde, başka kanalları kullanarak da bağış yaptıkları görülmekte, kişiler yarattığı etkiyi büyütme için Adım Adım’ı arkadaşlarına tavsiye etmektedir.

Tablo 5.37: Adım Adım yoluyla "Etkiye ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik" Bağış

Adım Adım yoluyla "Etkiye ve Bağış Yapma Niyetine Yönelik" Bağış	Ortalama	Standart Sapma
Bağış yapma nedenlerimden biri başkalarının da aynı dönemde bağış yapıyor olmasıdır	3.10	1.63
Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum	5.55	1.73
İlk olarak bağış yaptıktan sonra bağış yaptığım hak temelli kurumun koşucusu oldum	2.18	1.74

Daha önce koşucusu olduğum bir hak temelli kuruma daha sonra bağış yaptım	3.20	2.63
Gelecek yıl bağış yaptığım kuruma tekrar bağış yapmayı planlıyorum	4.86	1.73
Koşmasam da Adım Adım ile hak temelli örgütlere bağış yapmalarını arkadaşlarıma tavsiye ediyorum	5.72	1.54
Başka kanalları kullanarak da bağış yapıyorum	5.86	1.68
Hak temelli STK'ların idari maliyetlerinin yüksek olması veya yüksek miktarda bağış yapılmış olması bağış yapmamı engellemez	5.54	1.55
Bağış yaptıktan sonra koşucudan veya STK'dan gelen raporları okur ve bağışımın nereye gittiğini incelerim	5.27	1.89

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada “Adım Adım ve Destekle Değiştir modelleri kullanılarak hak temelli örgütlere yapılan dolaylı bireysel bağışlar hangi motivasyonlarla bu alana yönelmektedir ve bağışçılar nasıl davranışlar göstermektedir?” sorusu sorularak yarı yapılandırılmış mülakatlar ve anket çalışmaları uygulanmıştır. Literatürde, bağışçılık ve bağışçılık davranışı, pazarlama, ekonomi, psikoloji, sosyal psikoloji, nöroloji, sosyoloji, siyaset bilimi, antropoloji, biyoloji ve evrimsel psikoloji gibi çok farklı disiplinde incelenmiştir. Literatürde genel olarak sınıflandırıldığı üzere bağışçı motivasyonları ihtiyaç bilinci, talep, maliyet-fayda, özgecilik, itibar, psikolojik yararlar, kişisel değerler ve etki motivasyonu etrafında şekillenmektedir. Bu motivasyonların bazıları kişisel, bencil bazıları da özgeci nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Bu motivasyonlar altında, kurumun rolü, ekonomik durum, siyasi atmosfer gibi faktörler de bireysel bağış davranışını şekillendirmektedir.

CAF World Giving Index 2018 sonuçlarına göre, Türkiye %20 skorla, bu index'te 131. sıradadır. Türkiye, bu index'te yabancılara yardım etmek kategorisinde 40% skorla 113. sırada, maddi bağış yapmak kategorisinde 12% skorla 122. sırada ve gönüllülüğe zaman ayırmak kategorisinde 9% skorla 126. sıradadır. Çarkoğlu ve Aytaç (2020) tarafından yürütülen çalışmada Türkiye'de kişi başı ortalama yıllık yardım ve bağış miktarı yaklaşık 302.9 TL, bir yılda yapılan tüm yardım ve bağışların toplamı ise 17,6 milyar TL olarak tahmin edilmiştir. 2015 yılındaki kişi başı ortalama yıllık yardım ve bağış miktarını 228 TL olarak tahmin edilirken, bu rakamın enflasyon düzeltmesi ile bugünkü karşılığı 357.6 TL'dir. Yani bu rakam kişi başı ortalama bağışın düştüğü anlamına gelmektedir. Dünya'da Filantropi eğilimleri; Giving Pledge, Yerel Bağışçılık ve Bağışçılar Vakfı, Online Bağış Kampanyaları, (Giving Tuesday, Kitlesele Fonlama) olurken, desteklenen alanlar Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Mülteciler, Sosyal Etki Yatırımı (Venture Philanthropy) ve Katılımcı Hibe Programlarıdır. Türkiye'deki eğilimler Kitle Fonlama ve Online Uygulamalar, Kolektif Modeller (Yardımseverlik Koşusu), Hibenin Yeniden Dağıtılması ve Çalışan Gönüllülüğüdür.

Türkiye’de vakıf ve derneklerin düzenli faaliyetlerini devam ettirmek için aldığı bağışlar, yardım toplama iznine tabi değildir. Bu bağışlar talep edilmeden, dernek merkezi veya web sitesi aracılığıyla alınabilir. Bütün vakıf ve dernekler amaçlarını gerçekleştirmek için bağış alabilirler. Vakıf ve dernekler, bir yardım toplama kampanyası ile bağışçılardan yardım talep ederek destek topluyorsa, bu yardım toplama iznine tabiidir. (Şahin 2013) Adım Adım platformuna katılacak STK’lar için yardım toplama izni önemli bir idari yük ve sürece ihtiyaç duymaktadır. Bu izin konusunda karşılaşılan farklı uygulamalar hak temelli STK’ların işlerini daha zorlaştırmakta, söz konusu STK’ların kaynağa ulaşımını azaltmaktadır.

Haklarının korunması ve geliştirilmesi değerli ve önemli bir mücadelenin bir parçasıdır. Bu işi yapmak için kuruluşların finansal kaynaklara ihtiyacı vardır. Bu çabaları finansal olarak desteklemenin değerini bilen birçok fon olmasına rağmen birçok kuruluş çalışmalarını desteklemek için yeterli fon bulmakta zorlanmaktadır. Hak temelli çalışmalar kaynak yaratma, özellikle işin karmaşık, duygusal olarak zorlayıcı yapısı nedeniyle, insani acil durumların ötesinde uzun vadeli çözümler için zorlayıcıdır. Hak temelli örgütler, teorik olarak devlet otoritelerine hakları hatırlatır ve buna uygun faaliyetleri devlete karşı veya devletle ortaklaşarak yürütür. Yardım veya insani yardım kurumları, genellikle siyasi olarak algılanma korkusu nedeniyle 'hak temelli' çalışmalardan ve savunuculuk çalışmalarından uzak durmayı tercih ederler. Türkiye’de Adım Adım ve Destekle Değiştir modelleri kaynak geliştirme ve görünürlük yaratma açısından başarıya ulaşmış modellerdir. Bu araştırmada Adım Adım ve Destekle Değiştir modelleriyle bu örgütlere bağış yapan kişilere ulaşılmıştır. Genel Türkiye eğilimi olarak bu kişilerin sivil toplum alanında çalışan, genellikle bu konular farkındalığı yüksek, bu modellere erişimi görece kolay kişiler olduğu görülmüştür.

TÜSEV’in Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik araştırmasına göre, bağış yapanlar çeşitli dezavantajlı ve mağdur gruplara yardım eden kuruluşlara bağış yapmaktadır. Araştırmada kültür ve sanat alanı ile hak temelli kuruluşlara bağışın görece az olduğu, bağışçıların bu alana öncelik vermediği görülmektedir. (Çarkoğlu and Aytaç, 2016)

Destekle Değiştir modeli, Türkiye’de TÜSEV’in uygulayıcılığında Destekle Değiştir adı altında 2014 yılından beri uygulanmaktadır. TÜSEV, yürüttüğü Değişim için Bağış projesi ile Türkiye’de bağışçılık kültürünün ve bağış miktarının artmasını ve yaygınlaşmasını hedeflemektedir. Adım Adım platformu ise Türkiye’de yardımseverlik koşusu modelini (charity run) tanıtmak ve yaygınlaştırmak için Mart 2008’de kurulmuştur. Platform, sivil toplum kuruluşları ve koşucuları bir araya getirerek bağışçılar için de çevrimiçi ödeme platformu sağlamakta, yapılan bağışlar doğrudan STK’lara aktarılmaktadır. 2019 yılı itibariyle 79 binden fazla gönüllü koşucu ve 655 binden fazla bağışçıya ulaşmıştır. 2008’den bu yana geliştirilen maddi kaynak miktarı 70 milyon TL’yi geçmiştir.

Bu araştırma sonucu ortaya çıkan temel bulgular şu şekildedir: İhtiyaç bilinci motivasyonu açısından, Destekle Değiştir ve Adım Adım bağışçıları özellikle bağışların ulaşacağı kesim ve bağış yapılan Sivil Toplum Kuruluşunun ihtiyacını göz önüne almakta, daha çok ihtiyacı olan Sivil Toplum Kuruluşlarını yapacağı bağışlarda önceliklemektedir. Bağışçıların genellikle hak temelli STK’ların kaynağa olan ihtiyacının farkında olduğu görülmüştür. İki modelde de kurumların ihtiyaçlarının net bir şekilde projelendirilerek tanımlanıyor olması ve kurum tarafından bağışçıya sunulması, bağışçının bağışa olan ihtiyaç derecesini anlaması önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik araştırmalarının aksine, hak temelli örgütlere bu modellerle daha önce bağış yapmış bağışçıların önceliği hizmet temelli STK’lar değil, hak temelli STK’lardır. Adım Adım modelinde bu motivasyon açısında koşucunun ve projenin etkisi daha önemli görünmektedir. TÜSEV’in uyguladığı Destekle Değiştir modelinde kurum seçiminde belirli bir gelir seviyesine sahip, kaynağa erişimi kısıtlı ve ihtiyacı olan hak temelli kurumları seçmektedir. Bu durum, hak temelli örgütlere yapılan bağışların motivasyonlarını belirginsizleştirse de, ihtiyaç bilinci katılımcılar tarafından öncelikli bir motivasyondur. Araştırmaya katılanlara bağış yaptıkları örgütleri hak temelli olarak algılayıp algılamadığı sorusu yöneltilmiştir. İnsan hakları, eğitim ve şiddeti önlemeye yönelik derneklerin görece daha “hak temelli” algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. İki model karşılaştırıldığında Adım

Adım bağışçılarının iletişim ve görünürlüğü daha yüksek Sivil Toplum kuruluşlarını daha çok hak temelli algılama eğiliminde olduğu görülmüştür.

Talep motivasyonu açısından, iki modelin öne çıkan özelliği, bağış talep etmeye yönelik bir imkân yaratmasıdır. Ayrıca iki model de etkinlik odaklı olduğu için talebi, bağışçıyla bir araya getirmektedir. Araştırmaya katılanlar Destekle Değıştir etkinliklerinin daha sık tekrarlanabileceğini, bunun talep motivasyonu açısından olumsuz bir durum yaratmayacağını belirtmektedir. Adım Adım bağışçuları ise, koşuculardan veya STK'lerden belirli dönemlerde art arda sıkça gelen taleplerin bağış yapmalarını olumsuz etkilemeyeceğini belirtmiştir. Bazı bağışçılar, eğer koşucu tarafından talep edilmemiş olsa, bu hak temelli kurumlara bağış yapmayabileceğini belirtmiştir. Bu durum hak temelli örgütler için elçi bağışçılığın önemini göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle Destekle Değıştir etkinliklerin TÜSEV desteğıyle, topluluk bilinciyle tematik olarak veya STK etkinliğı olarak da düzenlenebileceğı sonucuna ulaşılmıştır.

Maliyet-fayda motivasyonu açısından, iki modelinde bağış maliyetini düşürmesinin bağışları artırıcı potansiyeli iki modelin de başarısıyla ve artan ivmesiyle görülmektedir. Katılımcılar kendi maddi durumlarının, ekonomik kriz koşullarının bağış davranışını çoğunlukla olumsuz etkilediğini belirtirken, iki modelde ekonomik daralma ve kriz döneminde bağışlar artmıştır. Bu durum bağışçı sayısının artması, kolektif bağış hissi ve dayanışma mekanizmaları ile bağışçılarının bu krize karşı geliştirdiğı bir cevap olarak da gelişmesinin sonucudur. Hak temelli örgütlere bağış yapan bu bağışçılar incelendiğinde, bağış yapmayı satın alma davranışına yaklaştıran "fayda" elde etme davranışı bağışçılar arasında görülmemektedir. Aynı zamanda Türkiye mevzuatının iki model için de avantaj sağlamaması ve Yardım Toplama İzni gibi kısıtlar bağışçılarının ve STK'ların bu konuda fayda sağlamasını engellemektedir. Yardım Toplama İznindeki değışen uygulamalar, STK'ların gelir modeli ve bağışçılarının kendi bağış portföyleri için plan yapmasını engellemektedir. Modellerin küçük miktarda bağış yapmaya izin vermesi ve bu konuda sağladığı kolaylık, hak temelli örgütlere yönelik bağışları artırmaktadır.

Özgecılık motivasyonu açısından, bağışçılar iki modelde de bağış yapmanın faydasını sonuçların önemsedığı, kuruluşun ortaya çıkardığı katma değeri veya faydalanıcılara doğurduğu sonuçlarını önemsedığı için bağış yaptığını belirtmektedir. Özgeci motivasyonların hak temelli örgütlere yapılan bağışların büyük bir çoğunluğunda yer kapladığı görülmektedir. Katılımcıların ve hak temelli örgütlerin, dolayısıyla sivil toplumun bağışçılarının STK'larda çalışan profesyoneller olması, bu alanda özgeci motivasyonları ön plana çıkarmaktadır. Hak temelli örgütler çalışma alanı nedeniyle özgecılık motivasyonuna sahip bağışçılarının tercih ettiği kurumlar olmaktadır. Destekle Değıştir etkinliklerinde yer alan STK profesyoneli yoğunluğu, İstanbul Maratonunda STK çalışanları tarafından profesyonel olarak yaratılan görünürlük bu durumun bir sonucudur.

İtibar motivasyonu açısından, iki modelin bağışçılarının genellikle bağışlarının başkaları tarafından bilinmesini tercih ettiği veya bağış yaptığının görünmesine olumsuz bir duygu beslemediğı görülmüştür. Aksine, katılımcılar bu durumun STK'lar için olumlu etki yarattığını düşünmektedir. Adım Adım platformu tarafından paylaşılan koşucu sıralamalarının koşucuların daha çok bağışçıya ulaşması sonucu yarattığı görülmektedir. Ancak söz konusu hak temelli STK'lar olduğunda bağışın politik boyutu ve siyasi belirsizlikler katılımcıların yaptıkları bağışları gizlediğı durumlar yaratmaktadır.

Psikolojik yararlar açısından, iki modelde de bağışçılar yaptıkları bağışlar sonucu birçok psikolojik fayda elde etmektedir. Oluşan kolektif bağış yapma hissinin, değışimin bir parçası olma halinin katılımcılarda yarattığı psikolojik etkiler açıkça görülmektedir. Hak temelli örgütler için, konunun özelliğı nedeniyle bağışçılarda oluşan psikolojik hisler çeşitlenmektedir.

Kişisel değerler motivasyonu açısından, söz konusu hak olduğunda, sosyal adalet, eşitlik gibi kişisel değerler iki modelde de ön plana çıkmaktadır. Özellikle bağışçılar kendi politik ideolojilerinin bir uzantısı olarak bağışa yönelmektedir. Gezi Parkı süreci ile beraber oluşan kolektif değerlerin devamının bu bağış davranışlarına yönlendirdiğı katılımcılar tarafından gözlenmiş ve aktarılmıştır. Bazı

katılımcılar STK'ların politik ideolojisini yapacağı bağışlarda önemserken, bazı katılımcılar liberal veya tarafsız STK'lara bağış yapmaktadır ve bu durumu önemsemektedir. Kişisel Değerler aileden de taşınan ve şekillenen, genelde sabit kalan davranışlardır. Bu nedenle değişimiyle bağış davranışlarının nasıl değişeceğine dair çalışmalar kısıtlıdır ve bu araştırmada da incelenmemiştir.

Son olarak, iki modelde de bağışçılar modelde bağış yaparken yaratacağı etkiyi önemsemektedir. Hak temelli alanlar için yapılan bağışların, her zaman etkisinin gözlemlenebilir olmaması bu talep ile örtüşmemektedir. Bağışçılar, yarattıkları etkileri incelemekte, buna yönelik taleplerini de belirtmektedir. Platformlar ve kurumlar iki modele de katılırken STK'lardan ölçülebilir projeler talep etmektedir. Bu durum dönem dönem hak temelli örgütlerin kurumlarının durumu ve çalışma konusu nedeniyle dışarda bırakabilmektedir. Ancak, yine iki modelinde topluluk olma hissi ve etkinlik sırasında yarattığı dinamizmle bağışçıları bağış yapmaya motive etmesi açısından özelleşmesi etki motivasyonu açısından tekrar vurgulanmalıdır. Bu hak temelli örgütler için de kaynak geliştirme mekanizmaları açısından bir dönüşüme neden olmaktadır. Son olarak, şeffaflık mekanizmalarının bağışçılar tarafından önemsendiği, iki modelde de yaratılan şeffaflığın bağışlarda olumlu katkı yarattığı izlenmektedir.

Araştırmanın temel kısıtlarından biri özellikle Destekle Değiştir bağışçıları için nicel yöntemde sınırlı kişiye ulaşılmasıdır. Bu nedenle çalışma boyunca bu verilerin nitel araştırmayı destekleyici veri olarak kullanıldığı, tek başına bir yöntem olmadığı vurgulanmıştır. Kişi sayısı nedeniyle verilere herhangi bir test uygulanamamıştır. Bu nedenle, hem hak temelli örgütler için iki modelin Türkiye için daha büyük bir örnekleme çalışılması hem de hizmet temelli örgütleri de içerisine alarak motivasyonların değerlendirilmesi ileri çalışmalara katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada sadece iki modelde yapılan dolaylı bağışlar ele alınmıştır. Aynı zamanda literatürün batılı kültürde gelişen bağış mekanizmalarının ve kültürünün sonucunda doğduğu unutulmamalıdır. Doğrudan bağışlar ve parasal bağış dışında

kalan bağışlar araştırmanın kapsamı dışında bırakılmış, bu nedenle hak temelli örgütlerin bu modeller dışında şekillenen bağışlarını incelemenin, hak temelli örgütlerin stratejileri için faydalı olacağı düşünölmektedir. Yine bu konuda yapılacak, Batı Avrupa'da bulunan ölkeler veya Amerikan Birleşik Devletleri ile Türkiye karşılaştırması içerecek çalışmalar literatüre katkı sağlayacaktır. Bu çalışmalarda iki ölkenin mevzuatındaki farklılaşmalar Sivil Toplumun yönetimine de katkı sağlayacaktır.

Hayırseverlik araştırmalarının yürütöldüğü dönemde Türkiye ekonomisi dalgalı bir seyir izlemiştir. 2016 yılında %3,2 büyüyen Türkiye Ekonomisi, genişlemeci politikalar ile 2017 yılında %7,5 gibi yüksek bir oranda büyümöştür. 2018 yılının ikinci yarısında yaşanan döviz kuru şoku, 2018 yılının son çeyreğinde ekonomiyi %2,8 daraltmış, 2019 yılında ikinci çeyrekte %1,5 küçölen ekonomi üçüncü çeyrekte %0,9 büyümöştür. Bu olumsuz verilerin yanında enflasyon ve işsizlik oranı da artmıştır. 2019 yılında yürütölen çalışmanın saha çalışması sırasında enflasyon %15-16 civarında seyretmiştir. Tüm bu değerler araştırmaların yayımlandığı dönemdeki değerleri göstermesi açısından önemlidir. Bu çalışmanın konusu olaran bağışçı davranışları ve motivasyonları da bu ekonomik kriz koşullarında ve daralmada şekillenmiştir ve yalnızca bu ekonomik dönemi kapsamaktadır.

Son olarak, 24 Mart 2020'de düzenlenecek Destekle Değiştir etkinliği ve çeşitli spor etkinlikleri, Sağlık Bakanlığı tarafından 11 Mart 2020 tarihinde yapılan Coronavirus (COVID-19) konulu açıklama ve önerileri göz önünde bulundurarak ileri bir tarihe ertelenmiştir. Doğal afet, pandemi, siyasi olaylarla bağışçı davranışlarında ani ve uzun süreli değişimler yaşanabilmektedir. COVID-19 sırasında ve sonrasında bağışçıların önceliklerinde oluşacak değişmeler, hak temelli örgütlerin pandemi sonrası stratejilerinin izlenmesi bu araştırmanın da bulgularının yorumlanmasında değişimler yaratabilecek ve hak temelli örgütlerin farklı yönlerden araştırma sonuçlarından fayda sağlamasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Alexandra Coghlan ve Kevin Filo (2013). “*Using Constant Comparison Method and Qualitative Data to Understand Participants*” Experiences at the Nexus of Tourism, Sport and Charity Events.” *Tourism Management*, 35, 122-131.
- Alkan, Vesile, Selçuk Şimşek Selçuk Şimşek, ve Burcu Armağan Erbil. (Mart, 2019) “*Karma Yöntem Deseni: Öyküleyici Alanyazın İncelemesi.*” *Journal of Qualitative Research in Education* 7, no. 2
- Amato PR. (1985) “*An Investigation Of Planned Helping Behavior*” *Journal of Research In Personality* 19: 232–252.
- Andreoni, J. (2006) “*Handbook Of Giving, Reciprocity And Altruism*” North-Holland: Elsevier: 1201-1269
- Andreoni, James. (1990) “*Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving.*” *The Economic Journal* 100, no. 401 464–477
- Andreoni, James ve Ragan Petrie (2004) “*Public Goods Experiments without Confidentiality: A Glimpse into Fund-Raising.*” *Journal of Public Economics* 88, no. 7–8 1605–23
- Angela M. Eikenberry ve Jessica Bearman. (2009) “*The Impact of Giving Together Giving Circles’ Influence on Members’ Philanthropic and Civic Behaviors, Knowledge and Attitudes.*” Forum of Regional Associations of Grantmakers the Center on Philanthropy at Indiana University the University of Nebraska at Omaha
- Arumi, A. M., Wooden, R., Johnson, J., Farkas, S., Duffett, A., & Ott, A. (2005) “*The Charitable Impulse*” *Public Agenda*
- Auten, G. E., Sieg, H., & Clotfelter, C. T. (2002) “*Charitable Giving, Income And Taxes: An Analysis Of Panel Data*” *American Economic Review*, 92: 371-382.
- Aytaç, S Erdem ve Ali Çarkoğlu (2016) “*Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik 2016*” TÜSEV
- Aytaç, S Erdem ve Ali Çarkoğlu (2020) “*Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik 2019*” TÜSEV Yayınları
- Banks, J., & Tanner, S. (1999) “*Patterns in household giving: Evidence from UK*

- data*” International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations 10: 167-178.
- Batson CD. (1990) “*How Social An Animal? The Human Capacity For Caring*” American Psychologist 45: 336–346
- Batson, C. D., & Shaw, L. L. (1991) “*Evidence For Altruism: Toward A Pluralism Of Prosocial Motives*” Psychological Inquiry, 2(2), 107-122.
- Bearman, J. (2008) “*A Handbook for Giving Circle Hosts: Tools and Resources for Developing and Sustaining Giving Circles.*” Forum of Associations of Regional Grantmakers. Arlington
- Bearman, J. E. (2007) “*More Giving Together: The Growth and Impact of Giving Circles and Shared Giving.*” Washington, DC: Forum of Regional Associations of Grantmakers
- Beatty, Sharon, Lynn Kahle, ve Pamela Homer. (1991) “*Personal Values and Gift-Giving Behaviors: A Study across Cultures*” Journal of Business Research
- Bekkers, Rene (2004) “*Giving and Volunteering in the Netherlands: Sociological and Psychological Perspectives*”, Utrecht Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, Basılmamış Doktora Tezi
- Bekkers, René (2005) “*Participation in Voluntary Associations: Relations with Resources, Personality, and Political Values*” Political Psychology 26, no. 3, 439–454
- Bekkers, René ve Theo Schuyt (2008) “*And Who Is Your Neighbor? Explaining Denominational Differences In Charitable Giving And Volunteering In The Netherlands.*” Review of Religious Research
- Bekkers, René ve Pamala Wiepking (2007) “*Generosity and Philanthropy: A Literature Review.*” SSRN Electronic Journal
- Bekkers, René ve Pamala Wiepking (2007) “*A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving*” Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 40: 924–97
- Bekkers, R. (2005). “*It’s Not All in The Ask. Effects And Effectiveness Of Recruitment Strategies Used By Nonprofits in The Netherlands*” 34rd Annual ARNOVA-Conference, Washington, DC.
- Bennett, Roger, Wendy Mousley, Paul Kitchin, ve Rehnuma Ali-Choudhury (2007) “*Motivations for Participating in Charity-Affiliated Sporting Events.*” Journal of Customer Behaviour: 155–78

- Benson PL, Catt VL. (1978) "*Soliciting Charity Contributions: The Parlance Of Asking For Money*" Journal of Applied Social Psychology 8: 84–95.
- Berkowitz, Leonard ve Louise R. Daniels (1964) "*Affecting the Salience of the Social Responsibility Norm: Effects of Past Help on the Response to Dependency Relationships.*" The Journal of Abnormal and Social Psychology 68, no. 3: 275–81
- Bielefeld, W., Rooney, P. ve Steinberg, K. (2005) "*How Do Need, Capacity, Geography, And Politics Influence Giving?*" In A. C. Brooks (Ed.), Gifts of Money in Americas Communities: 127-158
- Brickman, P. ve Bryan, J. H. (1975) "*Moral Judgment Of Theft, Charity, And Third-Party Transfers That Increase Or Decrease Equality*" Journal of Personality and Social Psychology, 31: 156-161
- Bryant, W. K., Slaughter, H. J., Kang, H. ve Tax, A. (2003) "*Participating in Philanthropic Activities: Donating Money And Time*" Journal of Consumer Policy 26: 43-73
- Burgoyne, C. B., Young, B., & Walker, C. M. (2005) "*Deciding To Give To Charity: A Focus Group Study In The Context Of The Household Economy*" Journal of Community & Applied Social Psychology, 15: 383-405.
- Çarkoğlu, Ali (2006) "*Türkiye’de Bireysel Bağışlar ve Vakıf Uygulamalarında Eğilimler*" TÜSEV Yayınları
- Castillo, Marco, Ragan Petrie ve Clarence Wardell (2014) "*Fundraising through Online Social Networks: A Field Experiment on Peer-to-Peer Solicitation.*" Journal of Public Economics: 29–35
- Chinman, M. J., Wandersman, A. ve Goodman, R. M. (2005) "*A Benefit-And-Cost Approach To Understanding Social Participation And Volunteerism in Multilevel Organizations*" Processes Of Community Change And Social Action: 99-118
- Cialdini, R. B. (2000) "*Influence: Science and Practice*" Dördüncü Baskı, Boston MA Allyn & Bacon.
- Clotfelter, C.T (2003) "*Alumni Giving to Elite Private Colleges and Universities*" Economics of Education Review 22, no. 2: 109–20
- Clotfelter CT. (1985) "*Federal Tax Policy and Charitable Giving*" University of Chicago Press: Chicago.

- Creswell, John W (2003) *“Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches”* 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications
- Cunningham, M. R., Steinberg, J., & Greu, R. (1980). *“Wanting To And Having To Help: Separate Motivations For Positive Mood And Guilt-Induced Helping”* Journal of Personality and Social Psychology 38: 181-192
- Doob, A. N., & McLaughlin, D. S. (1989) *“Ask And You Shall Be Given: Request Size And Donations To A Good Cause”* Journal of Applied Social Psychology, 19: 1049-1056.
- Duncan, Brian (2004) *“A Theory of Impact Philanthropy”* Journal of Public Economics 88, no. 9–10
- Eckstein, Susan (2001) *“Community as Gift-Giving: Collectivistic Roots of Volunteerism”* American Sociological Review 66, no. 6
- Eikenberry, A. M. (2006) *“Giving Circles: Growing Grassroots Philanthropy”* Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly, 35, 517-532
- Eikenberry, A. M. ve Bearman, J. (2009) *“The Impact of Giving Together: ‘Giving Circles’ Influence on Members’ Philanthropic and Civic Behaviors, Knowledge, and Attitudes”* Baltimore, MD: Forum of Regional Associations of Grantmakers., May 2009
- Filo, Kevin, Daniel C. Funk ve Danny O’Brien (2014) *“An Empirical Investigation of the Role of Camaraderie, Cause, Competency, and Participation Motives in the Development of Attachment to a Charity Sport Event”* Managing Leisure 19, no. 4: 245–262
- Filo, Kevin, Kirsty Spence ve Emily Sparvero (2013) *“Exploring the Properties of Community among Charity Sport Event Participants”* Managing Leisure 18: 194–212
- Freedman JL, Fraser S. (1966) *“Compliance Without Pressure: The Foot in The Door Technique”* Journal of Personality and Social Psychology:195–202
- Grace, D. Ve Griffin, D. (2006) *“Exploring Conspicuousness In The Context Of Donation Behavior”* International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 11: 147-154
- Guy, Bonnie S. and Patton, Wesley E. (1989) *“The Marketing of Altruistic Causes: Understanding Why People Help”* Journal of Consumer Marketing, Vol. 6: 19-30

- Havens, J. J., & Schervish, P. G. (2007) *“Geography and Giving: The Culture of Philanthropy in New England and the Nation. Center on Wealth and Philanthropy, Boston College”* The Boston Foundation
- Hart, P.D. (1999) *“Charitable and Social Change Giving in the New Millenium”* Fundraising Management, Otuzuncu Baskı: 32-37.
- Ho, A. T. “Asian American Giving Circles (2008) *“Building Bridges between Philanthropy and Our Communities”* Annual meeting of the Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action. Philadelphia, PA
- Jones A, Posnett J. (1991) *“Charitable Giving By UK Households: Evidence From The Family Expendi-Ture Survey”* Applied Economics 23: 343–351.
- Keyman, E Fuat (2006) *“Türkiye’de Sivil Toplumun Serüveni”* Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, STGM
- Khanna, J., Posnett, J. ve Sandler, T. (1995). *“Charity Donations in The UK: New Evidence Based On Panel Data”* Journal Of Public Economics 56: 257-272
- Kindornay, Shannon ve Ron, James (2011) *“Rights Based Approaches to Development: Implications for NGOs”* The North-South Institute
- Krebs DL, Miller DT. (1985) *“Altruism And Aggression. In Handbook Of Social Psychology”* Random House: New York: 1–72
- Latane B. (1981) *“Psychology Of Social Impact”* American Psychologist: 343–356
- Liao, Mei-Na, Susan Foreman, and Adrian Sargeant (2001) *“Market Versus Societal Orientation in the Nonprofit Context”* International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 6: 254–68.
- Laconantonio Kılıçalp, S. Sevda. (2013) *“Bireysel Bağışçılar için Rehber ve İlham Veren Bağışçı Öyküleri”* TÜSEV Yayınları
- Leslie, L. L., & Ramey, G. (1988) *“Donor Behavior And Voluntary Support For Higher Education İnstitutions”* Journal of Higher Education, 59(2), 115-132.
- Lindsey, K (2006) *“Racial, Ethnic, and Tribal Philanthropy: A Scan of the Landscape”* Washington, DC: The Forum of Regional Association of Grantmakers
- Linskold, S., Forte, R. A., Haake, C. S., & Schmidt, E. K. (1977). *“The Effects Of*

Directness Of Face-To-Face Requests And Sex Of Solicitor On Streetcorner Donations” Journal of Social Psychology, 101: 45-51.

MacQuillin Ian ve Adrian Sargeant (2017) *“Fundraising Ethics: A Rights-Balancing Approach Received”* Springer Science+Business Media B.V., Springer Nature 2018

Marcuello, C. ve Salas, V. (2000) *“Money And Time Donations To Spanish Non-Governmental Organizations For Development Aid”* Investigaciones Económicas: 51-73

Marx, J. D. (2000) *“Women And Human Services Giving”* Social Work: 27-38

Miller DT. (1977) *“Altruism And Threat To A Belief In A Just World”* Journal of Experimental Psychology 13: 113–124

Mount J, Quirion F. (1988) *“A Study Of Donors To A University Campaign”* The Philanthropist 8: 56–64

Muehleman, J., Bruker, C. ve Ingram, C. (1976) *“The Generosity Shift”* Journal Of Personality And Social Psychology: 344-351

Okten C, Weisbrod B. (2000) *“Determinants Of Donations In Private Nonprofit Markets”* Journal of Public Economics 75(2): 255–272

Okunade, A. A ve Berl, R. L. (1997) *“Determinants Of Charitable Giving Of Business School Alumni”* Research in Higher Education, 38: 201-214.

Olsen, J. A. Ve Eidem, J. I. (2003) *“An inquiry into the size of health charities: The case of Norwegian patient organizations”* Journal of Socio-Economics, 32: 457-466.

Olson, M. (1965) *“The Logic Of Collective Action: Public Goods And The Theory Of Groups”* Cambridge: Harvard University Press.

Peloza, John ve Derek Hassay (2007) *“A Typology of Charity Support Behaviors: Toward a Holistic View of Helping”* Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing

Pitts, B. G ve Stotlar, D. K. (2002) *“Fundamentals Of Sport Marketing”* Morgantown, WV: Fitness Information Technology

Prince, Russ Alan ve File, Karen Maru (1994) *“The Seven Faces of Philanthropy: A New Approach to Cultivating Major Donors”* Jossey Bass, San Fransisco, CA

- Polonsky, M. (2003) “*Who Receives The Most Help? The Most Needy Or Those With The Best Marketers?*” *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*: 302–304
- Rege M. (2004) “*Social Norms And Private Provision Of Public Goods*” *Journal of Public Economic Theory* 16: 65–78.
- Rutnik, T. A ve J. Bearman (2005) “*Giving Together: A National Scan of Giving Circles and Shared Giving*” *Forum of Regional Associations of Grantmakers*
- Ruperto, A.R. ve Kerr, G. (2009) “*A Study Of Community Events Held By Not-For-Profit Organizations in Australia*” *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 21: 298-308
- Radley A, Kennedy M. (1995) “*Charitable Giving By Individuals: A Study Of Attitudes And Practice*” *Human Relations* 48: 685–709
- Reingen, P. H. (1982). “*Test Of A List Procedure For Inducing Compliance With A Request To Donate Money*” *Journal of Applied Psychology*, 67: 110-118.
- Sargeant, Adrian ve Elaine Jay (2014) “*Fundraising Management: Analysis, Planning and Practice.*” Üçüncü Baskı
- Sargeant, Adrian, ve Stephen Lee (2004) “*Donor Trust and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior.*” *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*
- Sargeant, Adrian ve Lucy Woodliffe (2007) “*Gift Giving: An Interdisciplinary Review.*” *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 12: 275-307
- Sargeant, A. (1999) “*Charitable Giving: Towards A Model Of Donor Behavior*” *Journal of Marketing*: 215–238
- Sargeant, A. ve Jay, E. (2004) “*Fundraising Management Analysis, Planning And Practice*” London: Routledge
- Schervish PG, Havens JJ. (1997) “*Social Participation And Charitable Giving: A Multivariate Analysis*” *Voluntas* 8: 235–260
- Silver M. (1980) “*Affluence, Altruism and Atrophy*” New York University Press
- Silverman, W. K., Robertson, S. J., Middlebrook, J. L., & Drabman, R. S. (1984)

“An Investigation Of Pledging Behavior To A National Charitable Telethon” Behavior Therapy, 15: 304-311

Smith, Joanne ve Andreè McSweeney (2007) *“Charitable Giving: The Effectiveness of a Revised Theory of Planned Behaviour Model in Predicting Donating Intentions and Behaviour”* Journal of Community & Applied Social Psychology 17

Snipes, Robin L. ve Sharon L. Oswald (2010). *“Charitable Giving To Not-For-Profit Organizations: Factors Affecting Donations To Non-Profit Organizations”* Innovative Marketing , 6

Sözbilir, Mustafa (2017) *“Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş”* İkinci Baskı, Pegem Akademi Yayıncılık

Şahin, Hayati (2013) *“Bireysel ve Kurumsal Bağışçılar için Yasal ve Vergisel Düzenlemeler Rehberi”* TÜSEV Yayınları

Tiltay, Muhammet Ali (2014) *“Bir Tüketici Davranışı Olarak Bireysel Bağış: Bağış Motivasyonlarının Doğrudan ve Dolaylı bağış Üzerindeki Etkisi”* Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Torlak, Ömer ve Tiltay, Muhammet Ali (2009) *“Sivil Toplum Kuruluşlarına Bağış Yapmada Gösterişçi Davranışın Rolü”* 6. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi: 211-215

Tyler TR. (1994) *“Psychological Models Of The Justice Motives: Antecedents Of Distributive And Procedural Justice”* Journal of Personality and Social Psychology 67: 850–863.

Van Diepen, M., Donkers, B. ve Franses, P. H. (2009) *“Does Irritation Induced By Charitable Direct Mailings Reduce Donations?”* International Journal of Research in Marketing 26: 180-188.

Zuckerman M, Lazzaro M, Waldgeir D. 1979 *“Undermining Effects Of Foot-In-The-Door With Extrinsic Rewards”* Journal of Applied Social Psychology: 292–296.

ÇEVİRİMİÇİ KAYNAKLAR

- “4 Lessons From the Best Charity Run/Walks | Classy,” (21 Eylül 2019)
<https://www.classy.org/blog/4-lessons-best-charity-runwalks/>
- “Adım Adım Resmi Site | Adım Adım Nedir?” (3 Şubat 2020)
<http://adimadim.org/adim-adim-nedir/Adim-Adim-Nedir.aspx>
- “Advancing Human Rights: The State of Global Foundation Grantmaking” (15 Ocak 2020)
<https://foundationcenter.issuelab.org/resource/advancing-human-rights-the-state-of-global-foundation-grantmaking.html>
- “Assessing the Impact of Human Rights Work: Challenges and Choices,” (15 Ocak 2020)
<http://www.ichrp.org/en/projects/181>
- “Assessing the Impact of Human Rights Work: Challenges and Choices.” (16 Ocak 2020)
<http://www.ichrp.org/en/projects/181>
- “Community Power Giving Circle” (16 Ocak 2020)
https://aapip.org/sites/default/files/giving-circle/files/community_power_giving_circle_faq_06_28_2016_0.pdf
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2013” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2013>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2014” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2014>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2015” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2015>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2016” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2016>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2017” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2017>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2018” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#1547817878127-23e14ae8-9d46>
- “Değişim İçin Bağış Bülteni 2019” (21 Nisan 2020)
<https://degisimicinbagis.org/e-bultenler/#2019>

- “Giving Circles: Growing Grassroots Philanthropy” Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly (Eylül 2006): 517–32. (1 Mayıs 2020)
<https://doi.org/10.1177/0899764006287482>
- İllere ve Faaliyet Alanlarına göre Dernekler (12 Şubat 2020)
<https://www.siviltoplum.gov.tr/illere-ve-faaliyet-alanlarına-gore-dernekler>
- “Elazığ ve Malatya’da İyileştirme Çalışmaları Devam Ediyor” (6 Şubat, 2020) <https://www.afad.gov.tr/turkiye-elazig-icin-seferber-oldu>
- “Fundraising for Human Rights: Lessons-Learned and Practical Advice: New Tactics in Human Rights,” (2019) (13 Şubat 2020)
<https://www.newtactics.org/conversation/fundraising-human-rights-lessons-learned-and-practical-advice>
- “The Landscape Of Giving Circles: Collective Giving Groups in the U.S” Collective Giving (13 Şubat 2020)
<https://www.givingtuesday.org/sites/default/files/2017-11/Giving-Circles-Research-Full-Report-WEB.pdf>.
- “The Evolution of the Charity Run/Walk and the Road Ahead” (14 Nisan 2020)
<https://www.classy.org/blog/the-evolution-of-the-charity-runwalk-and-the-road-ahead-2/>
- “The State of Giving Circles Today: Overview Of New Research Findings From A Three-Part Study” (18 Nisan 2020) <http://johnsoncenter.org/wp-content/uploads/2017/11/Giving-Circles-Research-Executive-Summary-WEB.pdf>
- “Top 10 Tips for Running a Giving Circle” (23 Nisan 2020)
http://www.givingcircles.asia/pdf/article/3276fe_mytoptipsforrunningagivingcircle.pdf
- “Türkiye’de Hak Temelli Sivil Toplum Örgütleri Sorunlar ve Çözüm Arayışları” (2011), STGM (24 Mart 2020)
<http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/t/u/turkiyede-hak-temelli-stoler.pdf>
- “Why Do People Run Marathons for Charity?” (1 Mart 2020)
<https://www.quora.com/Why-do-people-run-marathons-for-charity>

EK-1

Adım Adım Araştırmada Kullanılan Görüşme Formu

Tarih:

Görüşmenin Yapıldığı Yer:

Giriş

Benim adım Hakan Özkan. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Projeler ve STK Yönetimi yüksek lisans programı öğrencisiyim. Yüksek Lisans tezimi “Hak Temelli Sivil Toplum Kuruluşları için Adım Adım ve Destekle Değiştir Modellerini Kullanarak Bağış Yapanların Davranış ve Motivasyonlarının İncelenmesi” üzerine yazıyorum. Bugün sizinle Adım Adım modelini kullanarak Hak Temelli Örgütlere yaptığımız maddi bağışlar üzerine konuşacağız. Sizinle bu görüşmeyi yapmamın nedeni yüksek lisans tezimde bu modelle belirli kurumlara bağış yapmış kişilerin motivasyon ve davranışlarının ortaya çıkarılmasıdır.

Bu görüşmenin 45 ile 60 dakika arasında sürmesini planlıyorum. İzin verdiğiniz takdirde konuşmalar ses kaydına alınacaktır ve bu konuşmalar biriyle paylaşılmayacak ve gizli bir şekilde dijital ortamda saklanacaktır. Görüşmenin herhangi bir yerinde görüşmeden çekilebilirsiniz.

Adım Adım ile bağış

1. Hangi kurumlara Adım Adım yoluyla bağış yaptınız ve çeşitli koşullarda bir süredir bağış yapıyor musunuz? Adım Adım yoluyla hangi hak temelli STK'lara bağışta bulundunuz mu?
2. Adım Adım'dan nasıl haberdar oldunuz?

3. Adım Adım ve koşucularla yeni STK'lar öğrenmek, Adım Adım ile hak temelli örgütlere bağış yapmak sizin için ne anlama gelmektedir? Sizin için Adım Adım'ı özel kılan nedir?
4. Genel olarak bağış yapmak için hangisini tercih edersiniz
 - İhtiyaç sahiplerine doğrudan bağış
 - STK'ların örgütlenme mekanizmalarına katılıp gönüllülük yapmak
 - STK'ların yardım kampanyaları takip etmek dinlemek ve buna yönelik bağış yapmak
5. Bağış ve yardım kavramları size ne ifade etmektedir? STK'lara bağış yapmanın ve yardım etmenin sizde uyandırdığı hissi nasıl tanımlarsınız?

Motivasyonlar

6. Adım Adım ile yaptığınız bağışlarda kurumların veya ulaşacağı kesimin ihtiyacını göz önüne alarak mı bağış yaparsınız?
7. Doğrudan ihtiyaca yönelik bağışların yanında gönüllülük faaliyetlerinde de bulunur musunuz? Dolaylı bağışları mı tercih edersiniz?
8. Hakkında bilgi sahibi olmadığınız hak temelli STK'ları tanımak size ne hissettiriyor yoksa daha önceden bildiğiniz hak temelli STK'lara mı koşucu kanalı ile bağış yapıyorsunuz? Hizmet sağlayan örgütlere de bağış yapar mısınız?
9. Adım Adım için yaptığınız bağışlarda arada Adım Adım ve Açık Açık gibi bir kurumun olmasını önemli buluyor musunuz? Kurumların başka platformlardan koşu kampanyası açması ve Açık Açık'a dahil olmaması sizin için ne anlama geliyor?
10. Plansız ve kendiliğinden bağış yapar mısınız? Yoksa yıl içinde Adım Adım bağış zamanının gelmesini bekliyor musunuz?
11. Bağış dönemlerinde ortalama hangi miktarlarda bağış yapıyorsunuz? Maddi durumunuz bağış davranışınızı etkiliyor mu? Ekonomik kriz, siyasi olaylar bu davranışınızı etkiledi mi?

12. Bağış yaptığınız miktarının az olması size ne hissettiriyor? Yüksek miktarların daha fazla etki yarattığına inanıyor musunuz?
13. Hak sahiplerine yardım etmek kimin veya kimlerin görevidir? Bu konudaki sorumluluğunuzu nasıl tanımlarsınız? Bir kurumun Avrupa Birliği fonları gibi çeşitli araçlara erişimin fazla olması bağış yapma davranışınızı etkiler mi?
14. Herhangi bir hak mücadelesine katkı sağlamak sizin psikolojinizde neler değiştiriyor? Bu bağışlar sizin hayatınıza da etkiliyor mu?
15. Bağış yaptığınız STK'ların devletle olan ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz? Bu sizin bağış davranışınızı etkiliyor mu?
16. Bağış yapmanız sonucunda aldığınız teşekkürler ve tepkileri nasıl buluyorsunuz? İdeal teşekkür beklentiniz nedir?
17. Bağışın bir geleneğin ve kültürün sonucu olduğunu düşünür müsünüz? Sizin de bu sistemle taşıdığınız gelenekleriniz ve etrafınızdan öğrendiğiniz davranışlar var mı?
18. Hak temelli örgütlere bağış yaptığınızda bunu dijital ortamda bu bağış saklamak için herhangi bir çabanız olur mu? Bağışınızın görünür olması size ne hissettiriyor?
19. Bağış yaptığınız STK'lara ileride aynı bağış yapmayı, ürün almayı veya pro-bono destek vermeyi tercih eder misiniz?
20. Bugüne dair bir değerlendirme yaptığınızda Adım Adım ve diğer mekanizmalarda insanların bağışçı davranışlarda bir değişme görüyor musunuz? Varsa, bu değişme ne yönde? Adım Adım'ın son yıllarda başarılı olmasının sebebi sizce nedir? Hak temelli örgütler için bu süreci nasıl değerlendirirsiniz?
21. Yükselen yeni politik hareketlerin bağış yapma çağrısına dair dilini ve bağışçı davranışlarını nasıl değerlendirirsiniz?
22. Bağış yapmaya yönelik mevzuattan haberdar mısınız? Bu davranışınıza bir değişime neden oluyor mu? Vergi muafiyeti gibi araçları kullanır mısınız? Ne gibi istisnalar sizi daha çok hak temelli örgütlere bağış yapmaya iterdi?

23. Size bireysel olarak gelmeyen çağrılar da dikkate alır mısınız veya bireysel olarak gelen talepleri reddettiğiniz oldu mu? Neden?
24. Sosyal medyanın bağış yapmaya itmedeki rolünü nasıl görüyorsunuz?

Kapanış

25. Eklemek istediğiniz başka bir şey var mıdır?

Destekle Değiştir Araştırmada Kullanılan Görüşme Formu

Tarih:

Görüşmenin Yapıldığı Yer:

Giriş

Benim adım Hakan zkan. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Projeler ve STK Yönetimi yüksek lisans programı öğrencisiyim. Yüksek Lisans tezimi ‘‘Hak Temelli Sivil Toplum Kuruluşları için Adım Adım ve Destekle Değiştir Modellerini Kullanarak Bağış Yapanların Davranış ve Motivasyonlarının İncelenmesi’’ üzerine yazıyorum. Bugün sizinle Destekle Değiştir modelini kullanarak Hak Temelli örgütlere yaptığınız maddi bağışlar üzerine konuşacağız. izinle bu görüşmeyi yapmamın nedeni yüksek lisans tezimde bu modelle belirli kurumlara bağış yapmış kişilerin motivasyon ve davranışlarının ortaya çıkarılmasıdır.

Bu görüşmenin 45 ile 60 dakika arasında sürmesini planlıyorum. İzin verdiğiniz takdirde konuşmalar ses kaydına alınacaktır ve bu konuşmalar biriyle paylaşılmayacak ve gizli bir şekilde dijital ortamda saklanacaktır. Görüşmenin herhangi bir yerinde görüşmeden ekilebilirsiniz.

Destekle Değiştir ile Bağış

26. Hangi kurumlara Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptınız ve Destekle Değiştir etkinliklerini takip eder katılır mısınız?
27. Destekle Değiştir etkinliğinden nasıl haberiniz oldu?
28. Destekle Değiştir ile yeni STK’lar öğrenmek, Destekle Değiştir ile bağış yapmak sizin için ne anlama gelmektedir? Sizin için Destekle Değiştir’i özel kılan nedir?
29. Genelde bağış yapmak için hangisini tercih edersiniz

- İhtiyaç sahiplerine doğrudan bağış
- STK'ların örgütlenme mekanizmalarına katılıp gönüllülük yapmak
- STK'ların yardım kampanyaları takip etmek dinlemek ve buna yönelik bağış yapmak

30. Bağış ve yardım kavramları size ne ifade etmektedir? Bağış yapmanın ve hak temelli STK'lara yardım etmenin sizde uyandırdığı hissi nasıl tanımlarsınız?

Motivasyonlar

31. Destekle Değiştir ile yaptığınız bağışlarda kurumların veya ulaşacağı kesimin ihtiyacını göz önüne alarak mı bağış yaparsınız?
32. Doğrudan ihtiyaca yönelik bağışlarda yanında gönüllülük faaliyetlerinde de bulunur musunuz? Dolaylı bağışları mı tercih edersiniz?
33. Hakkında bilgi sahibi olmadığınız hak temelli STK'ları tanımak size ne hissettiriyor yoksa daha önceden bildiğiniz hak temelli STK'lara mı koşucu kanalı ile bağış yapıyorsunuz? Hizmet sağlayan örgütlere de bağış yapar mısınız?
34. Destekle Değiştir'de yaptığınız bağışlarda arada TÜSEV gibi bir kurumun olmasını önemli buluyor musunuz? Kullanılan stratejik bağışçı kavramı sizin için ne ifade ediyor ve bu kavrama uyduğunuzu düşünüyor musunuz?
35. Plansız ve kendiliğinden bağış yapar mısınız? Yoksa Destekle Değiştir bağış zamanının gelmesini bekliyor musunuz?
36. Etkinlik sırasında ortalama hangi miktarlarda bağış yapıyorsunuz? Maddi durumunuz bağış davranışınızı etkiliyor mu? Ekonomik kriz bu konudaki davranışınızı etkiledi mi?
37. İlk turda mı ikinci turda mı bağış yaparsınız? Yoksa bağış bölümünde ilk bağış yapan kişilerden biri mi olursunuz? Neden?
38. Bağış yaptığınız miktarının az olması size ne hissettiriyor? Yüksek miktarların daha fazla etki yarattığına inanıyor musunuz?

39. Hak sahiplerine yardım etmek kimin veya kimlerin görevidir? Bu konudaki sorumluluğunuzu nasıl tanımlarsınız? Bir kurumun Avrupa Birliği fonları gibi çeşitli araçlara erişimin fazla olması bağış yapma davranışınızı etkiler mi?
40. Bağış yaptığınız STK'ların devletle olan ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz? Bu sizin bağış davranışınızı etkiliyor mu?
41. Herhangi bir hak mücadelesine katkı sağlamak sizin psikolojinizde neler değiştiriyor? Bu bağışlar sizin hayatınıza da dokunuyor mu?
42. Bağış yapmanız sonucunda aldığımız teşekkürler ve tepkileri nasıl buluyorsunuz? İdeal teşekkür beklentiniz nedir?
43. Bağışın bir geleneğin ve kültürün sonucu olduğunu düşünür müsünüz? Sizin de bu sistemle taşıdığınız gelenekleriniz ve etrafınızdan öğrendiğiniz davranışlar var mı?
44. Salondaki diğer insanların sizin isminizi duyması ve bağış yaptığınızı görülmesi size ne hissettiriyor?
45. Bağış yaptığınız STK'lara ileride aynı bağış yapmayı, ürün almayı veya pro-bono destek vermeyi tercih eder misiniz? Ettiniz mi?
46. Bugüne dair bir değerlendirme yaptığınızda Destekle Değiştir ve diğer mekanizmalarda insanların bağışçı davranışlarda bir değişme görüyor musunuz? Varsa, bu değişme ne yönde?
47. Siyasi olaylar bağış yapma davranışlarınızda ne gibi değişikliklere neden oluyor? Yükselen yeni politik hareketlerin bağış yapma çağrısına dair dilini ve bağışçı davranışlarını nasıl değerlendirirsiniz?
48. Bağış yapmaya yönelik mevzuattan haberdar mısınız? Bu davranışınıza bir değişime neden oluyor mu? Vergi muafiyeti gibi araçları kullanır mısınız? Ne gibi istisnalar sizi hak temelli örgütlere daha çok bağış yapmaya iterdi?
49. Sosyal medyanın bağış yapmaya itmedeki rolünü nasıl görüyorsunuz?
50. Hiç Destekle Değiştir etkinliği sırasında taahhüt ettiğiniz miktardaki bağışı gerçekleştirmediğiniz veya daha yüksek oranda gerçekleştirdiğiniz oldu mu?

Kapanış

51. Eklemek istediğiniz başka bir şey var mıdır?

Hak Temelli Sivil Toplum Kuruluşları için Adım Adım ve Destekle Değişir Modellerini Kullanarak Bağış Yapanların Davranış ve Motivasyonlarının İncelenmesi Araştırması Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Sivil toplum kuruluşlarının (STK) faaliyetlerini ve çalışmalarını sürdürerek toplumda fark yaratabilmeleri ve sosyal değişime katkı sağlayabilmeleri için mali sürdürülebilirliklerini sağlamaları gerekmektedir. Türkiye’de bireylerin yardım ve bağışlarını bir STK aracılığıyla yapmamları önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırmada, Türkiye’de geçtiğimiz yıllarda görece başarılı olan Adım Adım ve Giving Circle’un Türkiye uygulaması olan Destekle Değişir modellerindeki bağışların neden hak temelli alanlara yöneldiği, bağışçıların bu duruma yönelik davranış ve motivasyonları incelenecektir. Bağışçıların; hangi motivasyonlar ile bağış yaptıkları, hangi alanlara, neden öncelik verdiği bu çalışmanın temel konusudur ve bu görüşmeler sonucunda bağışçı davranışları ve STK’ların bu konudaki tutumu analiz edilecektir.

Bu form ile toplanacak tüm veriler, bilimsel amaçla kullanılacak, raporlamada kişisel bilgilere yer verilmeyecektir. Bu nedenle anket herhangi bir isim bilgisi talep etmemektedir. Anket formu içerisinde bağışçıların farklı özelliklerini ölçme amacıyla sorular bulunmaktadır. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur ve kişisel görüşlere dayanmaktadır. Bu nedenle soruları atlamadan, kişisel görüşlerinizle size en uygun gelen seçeneği işaretleyerek cevaplayınız. Sorulara vereceğiniz cevaplara gösterdiğiniz duyarlılık toplanan verilerin bilimsel araştırmaya uygunluğunu destekleyecektir.

Katılımınız için teşekkür ederim.

Yukarıda yer alan ve araştırmaya başlanmadan önce gönüllülere verilmesi gereken bilgileri içeren metni okudum. Bu koşullar altında, araştırma kapsamında elde edilen şahsıma ait bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla sunulmasını ve yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür irademle kabul ettiğimi beyan ederim.

* Gerekli

1. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet

Hayır

Demografik Veriler

2. Yaş *

3. Cinsiyet *

4. Eğitim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

İlköğretim

Lise

Üniversite

Yüksek Lisans-Doktora

5. Aylık Gelir (TL) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 0-2020
 2021-3500
 3501-5000
 5001-7000
 7001-10000
 10000+

6. Çalışma Durumu *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Çalışıyor
 Çalışmıyor
 Emekli
 Öğrenci

7. Sektör

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Kamu Sektörü
 Özel Sektör
 Sivil Toplum Kuruluşları

8. Meslek

Adım Adım Temel Bilgiler

9. Daha önce Adım Adım modeli ile bağış yaptınız mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet
 Hayır

10. Adım Adım ile koşucu olarak bağış kampanyası oluşturdunuz mu? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet
 Hayır

11. Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Adım Adım yoluyla bağış yaptınız? *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ALİKEV
 Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği
 Hayata Destek Derneği
 Haçiko
 Hrant Dink Vakfı
 Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)
 Kadın Dayanışma Vakfı
 Sağlıkta Genç Yaklaşımlar
 Şiddetsizlik Merkezi
 SPoD
 Sulukule Gönüllüleri Derneği
 Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)
 Toy Gençlik Derneği
 Uçan Süpürge
 UNICEF
 WWF-Türkiye
 Hiçbiri (bu seçeneği işaretliyorsanız lütfen anketi yanıtlamayı bırakınız)

Diğer: _____

12. Aşağıdaki kuruluşlardan hangisini hak temelli olarak nitelendirirsiniz?

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ALİKEV
- Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği
- Hayata Destek Derneği
- Haçiko
- Hrant Dink Vakfı
- Kadın Dayanışma Vakfı
- Köy Okulları Değişim Ağı (KODA)
- Sağlıkta Genç Yaklaşımlar
- Şiddetsizlik Merkezi
- SPoD
- Sulukule Gönüllüleri Derneği
- Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)
- Toy Gençlik Derneği
- Uçan Süpürge
- UNICEF
- WWF-Türkiye

Adım Adım yoluyla "ihtiyaç bilincine" yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "ihtiyaç bilincine" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

13. Bağış yapmam için hak temelli çalışan STK'nın ihtiyacının projelendirilerek net bir şekilde tanımlanmış olması gerekir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

14. Yardıma olan ihtiyaç derecesi bağış yapma ihtimalimi artırır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

15. Yaptığım bağışlarda projeden çok bağışın ulaşacağı kişilerin kim olduğuna dikkate ederim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

16. Bağış yaptığım topluluğun bireyelerine doğrudan temas etmek isterim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

17. Parçası olduğum toplulukların (dezavantajlı gruplar) ihtiyaçlarını daha iyi bildiğimden, bu konuya yönelik çalışmalar yürüten STK'lara bağış yaparım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

18. Bağış yapma davranışım, ihtiyacın medya kanallarında (sosyal medya dahil) ne kadar çok anlatıldığına göre değişir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

19. Hak temelli STK'ların hizmet temelli STK'lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığını biliyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

20. Sivil Toplum alanında konu hak temelli çalışmalara gelene kadar eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve öncelikli buluyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla talebe yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "talebe" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

21. Bağış yaptığım kurumu seçmemde kurumun çalışma alanındansa koşucunun etkisi daha fazladır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

22. Eğer koşucu talep etmeseydi de bağış yaptığım Sivil Toplum Kuruluşuna bağış yapardım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

23. Benden bağış talep edilmese de Sivil Toplum Kuruluşlarının web sayfalarını nasıl bağış yapılabileceği yönünden incelerim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

24. Koşuculardan veya Sivil Toplum Kuruluşlarından belirli dönemlerde art arda sıkça gelen talepler bağış yapmamı olumsuz etkilemektedir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla fayda-
malîyet ve psikolojik yararlar
yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "fayda malîyet ve psikolojik yararlar" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

25. Adım Adım yoluyla yaptığım bağışın herhangi bir avantajını kullandım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

26. Genellikle küçük miktarlarda bağış yapmayı tercih ederim (<200 TL) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

27. Büyük miktarlarda bağış yaptıktan sonra Adım Adım yoluyla birden fazla koşucuya az miktarda bağış yapıyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

- Adım Adım'da bağış yaparken miktarı az da olsa en az bir hak temelli STK seçmeye özen gösteririm *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

29. Makarna günü, STK antremanları gibi yan etkinlikler ve tişört gibi tanıtım malzemeleri sosyal faydalardan dolayı bağış yapma davranışımı değiştirebilir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

30. Bir STK'nın tanıtım materyallerine yönelik fazla yatırımı benim için bağışa ihtiyacı olmadığı algısını doğurur *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

31. Ait olduğum topluluğa yönelik çalışan STK'lara yaptığım bağışlardan görece faydalanabilecek olmak bağış yapma ihtimalimi artırır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla
özgeçiliğe ve etkiye yönelik
bağış

Lütfen aşağıdaki "özgeçilik ve etkiye" yönelik ifadelere katılım
düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

32. Bağış yapmadaki ana amacım hak eşitliği mücadelesi veren STK'lara yardım
etmektir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

33. Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

34. Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

- Adım Adım'dan önce de bağış yapabileceğim hak temelli ulusal ve uluslararası kurumları araştırdım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

- Bağış yapma nedenlerimden biri başkalarının da aynı dönemde bağış yapıyor olmasıdır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla itibara yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "itibara" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

- Adım Adım yoluyla hak temelli örgütlere bağış yaparken bağış tutarımı ve ismimi gizlemem *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

38. Hak temelli örgütlerinin bağışçıları arasında görünmek beni kaygılandırmaz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

39. Bağış yaptığım örgütlerin arkadaşlarım/"ailem"/topluluğum tarafından da onaylanması önemlidir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

40. Bağış kampanyalarında belirli tutarlar için verilen ödüller (plaket, teşekkür vb) o tutarda bağış yapmama neden olabilir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla kişisel değerlere yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "kişisel değerlere" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

41. Bağış yapmak sahip olduğum kişisel değerlerin bir sonucudur *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

42. Bağış yapmak sahip olduğum eşitlik düşüncesine hizmet eden araçlardan biridir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

43. Bağış yapmak toplumsal sorumluluk duygumu artırmaktadır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

44. Bağış yaptığım STK'nın benimle benzer politik görüşlere sahip olması gerekir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Adım Adım yoluyla bağış
yapma niyetine yönelik
davranışlar

Lütfen aşağıdaki "bağış yapma niyetine" yönelik ifadelere
katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

45. İlk olarak bağış yaptıktan sonra bağış yaptığım hak temelli kurumun koşucusu oldum *

Yalnızca bir şikkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

46. Daha önce koşucusu olduğum bir hak temelli kuruma daha sonra bağış yaptım *

Yalnızca bir şikkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

47. Gelecek yıl bağış yaptığım kuruma tekrar bağış yapmayı planlıyorum *

Yalnızca bir şikkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

48. Koşmasam da Adım Adım ile hak temelli örgütlere bağış yapmalarını arkadaşlarıma tavsiye ediyorum *

Yalnızca bir şikkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

49. Başka kanalları kullanarak da bağış yapıyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

50. Hak temelli STK'ların idari maliyetlerinin yüksek olması veya yüksek miktarda bağış yapılmış olması bağış yapmamı engellemez *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

51. Bağış yaptıktan sonra koşucudan veya STK'dan gelen raporları okur ve bağışımın nereye gittiğini incelerim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Hak Temelli Sivil Toplum Kuruluşları için Adım Adım ve Destekle Değişir Modellerini Kullanarak Bağış Yapanların Davranış ve Motivasyonlarının İncelenmesi Araştırması Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Sivil toplum kuruluşlarının (STK) faaliyetlerini ve çalışmalarını sürdürerek toplumda fark yaratabilmeleri ve sosyal değişime katkı sağlayabilmeleri için mali sürdürülebilirliklerini sağlamaları gerekmektedir. Türkiye'de bireylerin yardım ve bağışlarını bir STK aracılığıyla yapmamaları önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırmada, Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda görece başarılı olan Adım Adım ve Giving Circle'un Türkiye uygulaması olan Destekle Değişir modellerindeki bağışların neden hak temelli alanlara yöneldiği, bağışçıların bu duruma yönelik davranış ve motivasyonları incelenecektir. Bağışçıların; hangi motivasyonlar ile bağış yaptıkları, hangi alanlara, neden öncelik verdiği bu çalışmanın temel konusudur ve bu görüşmeler sonucunda bağışçı davranışları ve STK'ların bu konudaki tutumu analiz edilecektir.

Bu form ile toplanacak tüm veriler, bilimsel amaçla kullanılacak, raporlamada kişisel bilgilere yer verilmeyecektir. Bu nedenle anket herhangi bir isim bilgisi talep etmemektedir. Anket formu içerisinde bağışçıların farklı özelliklerini ölçme amacıyla sorular bulunmaktadır. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur ve kişisel görüşlere dayanmaktadır. Bu nedenle soruları atlamadan, kişisel görüşlerinize size en uygun gelen seçeneği işaretleyerek cevaplayınız. Sorulara vereceğiniz cevaplara gösterdiğiniz duyarlılık toplanan verilerin bilimsel araştırmaya uygunluğunu destekleyecektir.

Katılımınız için teşekkür ederim.

Yukarıda yer alan ve araştırmaya başlanmadan önce gönüllülere verilmesi gereken bilgileri içeren metni okudum. Bu koşullar altında, araştırma kapsamında elde edilen şahsıma ait bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla sunulmasını ve yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür irademle kabul ettiğimi beyan ederim.

* Gerekli

1. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet

Hayır

Demografik Veriler

2. Yaş *

3. Cinsiyet *

4. Eğitim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

İlköğretim

Lise

Üniversite

Yüksek Lisans-Doktora

5. Aylık Gelir (TL) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 0-2020
 2021-3500
 3501-5000
 5001-7000
 7001-10000
 10000+

6. Çalışma Durumu *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Çalışıyor
 Çalışmıyor
 Emekli
 Öğrenci

7. Sektör

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Kamu Sektörü
 Özel Sektör
 Sivil Toplum Kuruluşları

8. Meslek

Destekle Değişir Temel Bilgiler

9. Daha önce Destekle Değiştir modeli ile bağış yaptınız mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet

Hayır

10. Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptınız? *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Herkes için Mimarlık Derneği
- Karakutu Derneği
- Toplumsal Duyarlılık ve şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der)
- Muş Kadın Derneği (Mukadder)
- Sinemasal Kùltür Sanat Derneği
- Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği (TTM)
- Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD)
- Hışar Anadolu Destek Derneği (HADD)
- Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD)
- Tùrkiye Çocuklara Yeniden Özgùrlük Vakfı
- Rehber Köpekler Derneği
- Sulukule Gönüllüleri Derneği
- Troya Çevre Derneği
- Cinsel şiddetle Mücadele Derneği
- Rengarenk Umutlar Derneği
- Tùrkiye Alzheimer Derneği
- Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği
- Bilim Kahramanları Derneği
- Hiçbiri (bu seğeneği işaretliyorsanız lùtfen anketi yanıtlamayı bırakınız)

11. Aşağıdaki kurumlardan hangilerine Destekle Değişir yoluyla bağış yaptınız? *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Herkes için Mimarlık Derneği
- Karakutu Derneği
- Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der)
- Muş Kadın Derneği (Mukadder)
- Sinemasal Kültür Sanat Derneği
- Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği (TTM)
- Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim Çalışmaları Derneği (SPOD)
- Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD)
- Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD)
- Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı
- Rehber Köpekler Derneği
- Sulukule Gönüllüleri Derneği
- Troya Çevre Derneği
- Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği
- Rengarenk Umutlar Derneği
- Türkiye Alzheimer Derneği
- Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği
- Bilim Kahramanları Derneği
- Hiçbiri (bu seçeneği işaretliyorsanız lütfen anketi yanıtlamayı bırakınız)

12. Aşağıdaki kuruluşlardan hangisini hak temelli olarak nitelendirirsiniz?

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Herkes için Mimarlık Derneği
- Karakutu Derneği
- Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği (Duy-Der)
- Muş Kadın Derneği (Mukadder)
- Sinemasal Kültür Sanat Derneği
- Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği (TTM)
- Sosyal Politikalar Cinsiyet Kimliği ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Derneği (SPOD)
- Hisar Anadolu Destek Derneği (HADD)
- Hayvan Haklarını Koruma ve Geliştirme Derneği (HAGİD)
- Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı
- Rehber Köpekler Derneği
- Sulukule Gönüllüleri Derneği
- Troya Çevre Derneği
- Cinsel Şiddetle Mücadele Derneği
- Rengarenk Umutlar Derneği
- Türkiye Alzheimer Derneği
- Sağlıkta Genç Yaklaşımlar Derneği
- Bilim Kahramanları Derneği
- Hepsi

Destekle Değiştir yoluyla
"ihtiyaç bilincine yönelik"
bağış

Lütfen aşağıdaki "ihtiyaç bilincine" yönelik ifadelere katılım
düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

13. Bağış yapmam için hak temelli çalışan STK'nın ihtiyacının projelendirilerek net bir
şekilde tanımlanmış olması gerekir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

14. Yardıma olan ihtiyaç derecesi bağış yapma ihtimalimi artırır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

15. Yaptığım bağışlarda projeden çok bağışın ulaşacağı kişilerin kim olduğuna dikkate ederim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılmıyorum

16. Parçası olduğum toplulukların (dezavantajlı gruplar) ihtiyaçlarını daha iyi bildiğimden, bu konuya yönelik çalışmalar yürüten STK'lara bağış yaparım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

17. Destekle Değiştir ile daha "stratejik" bağış yaptığımı düşünüyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

18. Hak temelli STK'ların hizmet temelli STK'lara oranla daha az bireysel bağışa ulaştığını biliyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

19. Sivil Toplum alanında konu hak temelli çalışmalara gelene kadar eğitim, sağlık gibi alanları daha acil ve öncelikli buluyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Destekle Değiştir yoluyla talebe yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "talebe" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

20. Destekle Değiştir etkinliğinde karşılaşmasaydım bağış yaptığım Sivil Toplum Kuruluş(lar)ına bağış yapardım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

- Benden bağış talep edilmese de Sivil Toplum Kuruluşlarının web sayfalarını nasıl bağış yapılabileceği yönünden incelerim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

22. Destekle Değıştir etkinlikleri daha sık yapılıysaydı katılamayabilirdim *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Destekle Değıştir yoluyla fayda-maliyet ve psikolojik yararlaraya yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "fayda maliyet ve psikolojik yararlaraya" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

23. Destekle Değıştir yoluyla yaptığım bağışın bir avantajını kullandım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

24. Genellikle küçük miktarlarda bağış yapmayı tercih ederim (<200 TL) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

25. Büyük miktarlarda bağış yapmaktansa bir etkinlikle birden fazla STK'ya az miktarda bağış yapıyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

26. Destekle Değiştir etkinliklerinde dijital veya daha kolay bağış yapma ihtimali olsaydı, daha çok bağış yapardım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

27. Destekle Değiştir etkinliklerinin fiziksel olarak bir araya getirmesi daha fazla bağış yapmama neden oluyor *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

28. Ait olduğum topluluğa yönelik alışan STK'lara yaptığım bağışlardan görece faydalanabilecek olmak bağış yapma ihtimalimi artırır *

Yalnızca bir şıkkı şaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

29. Hak temelli örgütlere bağış yapmanın psikolojik yararları hak temelli örgütlere tekrar bağış yapmama neden olur *

Yalnızca bir şıkkı şaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

30. Destekle Değiştir sırasında kullanılan bağış eşleştirme gibi uygulamalar daha fazla bağış yapmama neden oluyor *

Yalnızca bir şıkkı şaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

31. Destekle Değiştir etkinliği sırasında salonun dinamizmiyle (başkalarının bağış yapması) bağış yapmayı dşnmediğim halde bağış yaptığım oldu *

Yalnızca bir şıkkı şaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Destekle Değiştir yoluyla
özgeçiliğe ve etkiye yönelik
bağış

Lütfen aşağıdaki "özgeçilik ve etkiye" yönelik ifadelere katılım
düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

32. Bağış yapmadaki ana amacım hak eşitliği mücadelesi veren STK'lara yardım
etmektir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

33. Hak temelli STK'lara bağış yaptıkça kendimi mutlu hissediyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

34. Bağış yaptıkça toplumsal bir yükümlülüğümü yerine getirmiş gibi hissediyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

35. Hak temelli örgütlere bağış yapmak hayattaki en büyük tatmin hislerinden bir tanesidir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

36. Destekle Değiştir etkinliğinden önce de bağış yapabileceğim ulusal ve uluslararası kurumları araştırdım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

37. Destekle Değiştir filantropi, sivil toplum örgütleri ve topluluk bilinci konusunda bilgimi artırdı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

38. Destekle Değiştir etkinliğinde hak temelli örgütlerin bulunması önemlidir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

39. Destekle Değiştir etkinliklerinde hak temelli STK'lar bulunmasaydı da aynı bağışları yapardım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Destekle Değiştir yoluyla
itibara yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "itibara" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

40. Bir STK'ya yapacağım bağışın itibarımı artıracığını düşünürüm *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

41. Hak temelli örgütlerinin bağışçıları arasında görünmek beni kaygılandırmaz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

42. Bağış yaptığım örgütlerin arkadaşlarım/"ailem"/topluluğum tarafından da onaylanması önemlidir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Destekle Değiştir yoluyla kişisel değerlere yönelik bağış

Lütfen aşağıdaki "kişisel değerlere" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

43. Bağış yapmak sahip olduğum kişisel değerlerin bir sonucudur *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

44. Bağış yapmak sahip olduğum eşitlik düşüncesine hizmet eden araçlardan biridir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

45. Bağış yapmak toplumsal sorumluluk duygumu artırmaktadır *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

46. Bağış yaptığım STK'nın benimle benzer politik görüşlere sahip olması gerekir *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılmıyorum

Destekle Değiştir yoluyla bağış yapma niyetine yönelik davranışlar

Lütfen aşağıdaki "bağış yapma niyetine" yönelik ifadelere katılım düzeyinizi 1 ile 7 arasında işaretleyerek belirtiniz

47. Başka kanalları kullanarak da bağış yapıyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Gitmesem de Destekle Değiştir etkinliklerine katılmalarını arkadaşlarıma tavsiye ediyorum *

48.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

49. Bağış yaptığım kurumu takip etmeyi ve kuruma tekrar bağış yapmayı planlıyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

50. Destekle Değiştir yoluyla bağış yaptığım kuruma daha sonra başka kanallarla da bağış yaptım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

51. Neden Destekle Değiştir etkinliği sırasında değil de daha sonra bağış yaptığımızı biliyorum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

52. * Bağış yaptıktan sonra gelen raporları okurum ve bağışımın nereye gittiğini incelerim

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

53. Hak temelli STK'ların idari maliyetlerinin yüksek olması ya da kuruma çok miktarda bağış yapılmış olması bağış yapmamı engellemez *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	
Kesinlikle katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Google Formlar

**ETİK KURUL DEĞERLENDİRME SONUCU/RESULT OF EVALUATION BY
THE ETHICS COMMITTEE**

(Bu bölüm İstanbul Bilgi Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurul tarafından doldurulacaktır /This section to be completed by the Committee on Ethics in research on Humans)

Başvuru Sahibi / Applicant: Hakan Özkan

Proje Başlığı / Project Title: Hak Temelli Sivil Toplum Kuruluşları İçin Adım Adım ve Destekle Değişir Modellerini Kullanarak Bağış Yapanların Davranış ve Motivasyonlarının İncelenmesi

Proje No. / Project Number: 2019-20045-152

1.	Herhangi bir değişikliğe gerek yoktur / There is no need for revision	XX
2.	Ret/ Application Rejected Reddin gerekçesi / Reason for Rejection	

Değerlendirme Tarihi / Date of Evaluation: 5 Kasım 2019



Kurul Başkanı / Committee Chair

Doç. Dr. İtir Erhart



Üye / Committee Member

Prof. Dr. Aslı Tunç



Üye / Committee Member

Prof. Dr. Turgut Tarhanlı



Üye / Committee Member

Prof. Dr. Hale Bolak Boratav



Üye / Committee Member

Prof. Dr. Koray Akay