

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MEDYA ve İLETİŞİM
ANABİLİM DALI MEDYA ve İLETİŞİM YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN SOSYAL
MEDYA KULLANIMI: WORLD UYGHUR
CONGRESS FACEBOOK
SAYFASI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammed ABDÜLMECİD

10325527

İstanbul, Ocak 2020

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MEDYA ve İLETİŞİM
ANABİLİM DALI MEDYA ve İLETİŞİM YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN SOSYAL
MEDYA KULLANIMI: WORLD UYGHUR
CONGRESS FACEBOOK
SAYFASI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammed ABDÜLMECİD


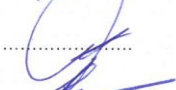

10325527

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Oya Şakı AYDIN

İstanbul, Ocak 2020

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

.....medya ve iletişim programları
Yüksek Lisans programı öğrencisi.....muhammed Abdülmecid.....
.....Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal medya kullanımı: World
.....Uyghur Congress facebook sayfası örneği.....başlıklı tez çalışması,
Enstitümüz Yönetim Kurulu 16.01.2020 tarih ve 2020-504/03 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından
oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

	UNVANI, ADI SOYADI	İMZA
TEZ DANIŞMANI	: Prof. Dr. Dg. SAKI AYDIN	
JÜRİ ÜYESİ	: Prof. Dr. Celaleddin ACIŞAS	
JÜRİ ÜYESİ	: Dr. Öğr. Üyesi İhsan EKİZ	

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum dışından olmak üzere danışman dahil en az üç öğretim üyesinden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda eş danışman jüri üyesi olamaz. Eş tez danışmanının jüri üyesi olması durumunda asıl jüri beş üyeden oluşur.

ÖZET

Bugün sosyal medya denilen bu mecralar kullanımının kolaylığı, maliyetinin düşüklüğü, erişimde sağladığı hız ve geribildirim avantajı, karşılıklı iletişimi desteklemesi gibi özellikleriyle birçok saha tarafından en çok tercih edilen iletişim vasıtası haline gelmiştir. Sosyal medyanın toplumsal yaşamda giderek önem kazanması sivil toplum örgütleri bünyesinde de daha fazla öneme sahip olmaya başlamıştır. Sivil toplum örgütleri sosyal medya mecralarını stratejik iletişim amaçlı kullanmakta, sosyal medya aracılığıyla örgütün siyasal, sosyal faaliyetlerini, kültürel etkinliklerini hedef kitlelere sunabilmekte ve kitlelerle kolayca iletişim kurabilmektedir. Bu çalışma sivil toplum örgütü ve sosyal medyanın kavramsal çerçevesinden yola çıkarak sivil toplum örgütlerinin kurumsal hedef çerçevesinde sosyal medyayı, özellikle Facebook'u nasıl kullandığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla 2004 yılında Almanya'da kurulan uluslararası sivil toplum örgütü olan *World Uyghur Congress*'in Facebook sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınmıştır. Çalışma sırasında örgütün hedef kitleleri ile karşılıklı iletişim kurmak için Facebook'u stratejik iletişim kapsamında kullandığı, Facebook sayfası ile kurumsal kimlik oluşturmaya özen gösterdiği, yaptığı paylaşımlarında insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği ve Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmaktadır varsayımları sınanmıştır. Varsayımlar doğrultusunda *World Uyghur Congress*'in Facebook sayfasında yer alan içerikler nitel ve nicel içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucu ilk varsayımı geçersiz kılmakla beraber diğer üç varsayımı doğrulamıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, Sivil toplum örgütleri, Facebook sayfası, *World Uyghur Congress*

ABSTRACT

These media, which are called social media, have become the most preferred communication tool by many fields with their features such as ease of use, low cost, speed and feedback advantage they provide, and support mutual communication. The increasing importance of social media in social life has also become more important within non-governmental organizations. Non-governmental organizations use social media channels for strategic communication, can present the political, social activities and cultural activities of the organization to the target audiences through social media and easily communicate with the masses. This study aims to determine how non-governmental organizations use social media, especially Facebook, within the framework of corporate goal, based on the conceptual framework of non-governmental organization and social media. For this purpose, the Facebook page of the World Uyghur Congress, an international non-governmental organization founded in Germany in 2004, was handled as a case study. During the study, the assumptions have been tested that the organization uses Facebook in the context of strategic communication to establish mutual communication with its target audiences, pays attention to creating a corporate identity with its Facebook page, prioritizes the content regarding human rights in its posts, and informs the target audience through its Facebook page. In line with the assumptions, the contents of the World Uyghur Congress's Facebook page were analyzed with the qualitative and quantitative content analysis technique. As a result of the study, it overrides the first assumption, but confirmed the other three assumptions.

Key words: Social media, Non-governmental organizations, Facebook page, World Uyghur Congress

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLOLAR LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	ix
GİRİŞ.....	1
I. SİVİL TOPLUM VE SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ.....	3
1.2. Sivil Toplum Kavramı	3
1.2. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi	5
1.2.1. Sanayi Devrimi Öncesi Sivil Toplum	6
1.2.2. Sanayileşme Döneminde Sivil Toplum.....	7
1.2.3. Sanayi Devrimi Sorası Sivil Toplum	8
1.3. Sivil Toplumun Modern İçeriği	10
1.4. Sivil Toplum Aktörleri	11
1.5. Sivil Toplumun Özellikleri	12
1.6. Sivil Toplum Örgütleri	13
1.7. STÖ'lerin Sınıflandırılmaları	14
1.7.1. Ekonomik Alanda STÖ'ler	15
1.7.2. Siyasal Alanda STÖ'ler	15
1.7.3. Kültürel Alanda STÖ'ler.....	16
1.7.4. Dinî Alanda STÖ'ler.....	16
1.8. STÖ'lerin Yapısal Özelliklerine Göre Sınıflandırılması	17
1.8.1. Uluslararası STÖ'ler.....	17
1.8.2. Ulusal STÖ'ler	18
1.8.3. Yerel STÖ'ler.....	18
1.8.4. Yabancı STÖ'ler.....	18
1.9. STÖ'lerin Özellikleri.....	18

1.10. STÖ'lerin İşlevleri.....	20
1.10.1. Uluslararası Düzeydeki İşlevleri.....	20
1.10.2. Ulusal Düzeydeki İşlevleri	21
1.11. Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum	22
1.11.1. Sivil Toplum ve Devlet.....	22
1.11.2. Sivil Toplum ve Demokrasi	25
II. SOSYAL MEDYA	27
2.1. Sosyal Medya Kavramı	27
2.1.1. Web 2,0 ve Sosyal Medya.....	28
2.2. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	30
2.3. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı	31
2.4. Sosyal Medyanın Etkileri	32
2.4.1. Sosyal Medyanın Bireyler Üzerindeki Etkisi	32
2.4.2. Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi	34
2.4.3. Sosyal Medyanın Siyaset Üzerindeki Etkisi	35
2.5. Sosyal Medyanın Türleri	36
2.6. Sosyal Medya Platformlarından Bazı Örnekler	37
2.6.1. Sosyal Ağlar	37
2.6.1.1. Facebook.....	38
2.6.1.2. Myspace.....	39
2.6.1.3. LinkedIn.....	39
2.6.1.4. QQ.....	39
2.6.1.5. Wechat.....	40
2.6.2. Bloglar	40
2.6.2.1. WordPress.....	41
2.6.2.2. Blogger	42
2.6.3. Mikro Bloglar	42
2.6.3.1. Twitter	42
2.6.3.2. Weibo	43
2.6.4. İçerik Paylaşım Siteleri: Flickr ve Youtube	43
2.6.4.1. Flickr	43
2.6.4.2. Youtube	44
2.7. Türkiye’de Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı Hakkında Yapılan Çalışmalar	45
III. SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI: WORLD UYGHUR CONGRESS FACEBOOK SAYFASI ÖRNEĞİNİN İÇERİKSEL ANALİZİ.....	49
3.1. Sosyal Medya ve STÖ'ler.....	49

3.2. Sosyal Medya ve Kurumsal İletişim.....	52
3.3. Araştırmanın Amacı	55
3.4. Araştırmanın Önemi	55
3.5. Araştırmanın Varsayımları	56
3.6. Araştırmanın Kapsamı.....	56
3.7. Araştırmanın Yöntemi.....	56
3.8. Bulgular ve Değerlendirme.....	57
3.8.1. WUC'nin Facebook Sayfasında Yer Alan İçeriksel ve Biçimsel Bilgiler	58
3.8.2. WUC'nin Facebook Sayfasında Yer Alan Konuların Dağılımı	63
3.8.3. WUC'nin Facebook Sayfasında Yapılan Gönderilerin Gündemle İlişkisi ...	66
3.8.4. WUC'nin Facebook Sayfasında Değindiği Konular ile Resmi İnternet Sitesinde Yer Alan Konu Başlıkları Uyumlu Mudur?.....	68
SONUÇ VE ÖNERİLER	70
KAYNAKÇA	74

TABLolar LİSTESİ

TABLO 1 WUC'İN FACEBOOK SAYFASININ İÇERİKSEL BİLGİLERİ	58
TABLO 2 WUC'İN FACEBOOK SAYFASININ BİÇİMSEL BİLGİLERİ	60
TABLO 3 FACEBOOK ANA SAYFASININ GENEL GÖRÜNÜMÜ	61
TABLO 4 GÖNDERİLERİN KONULARA GÖRE DAĞILIMI	64
TABLO 5 GÖNDERİLERİN İÇERİK TÜRÜNE GÖRE DAĞILIMI	65
TABLO 6 PAYLAŞILAN GÖNDERİLERİNİN ETKİLEŞİM BAZINDA DAĞILIMI	65

ŞEKİLLER LİSTESİ

ŞEKİL 1 ÖRGÜTÜM KİMLİK ÖĞELERİ.....	59
ŞEKİL 2 WUC FACEBOOK ANA SAYFASININ GENEL GÖRÜNÜMÜ	62
ŞEKİL 3. WUC'NİN FACEBOOK PROFİLİ	62
ŞEKİL 4 WUC'NİN KURUMSAL LOGOSU	62

KISALTMALAR LİSTESİ

STÖ	Sivil Toplum Örgütleri
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
STA	Sivil Toplum Aktörleri
WUC	World Uyghur Congress
DUK	Dünya Uyghur Kurultayı
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
UAÖ	Uluslararası Af Örgütü
ÇKP	Çin Komünist partisi
HRW	Huiman Rights Watch
NGO	Non Goverment Organization
AB	Avrupa Birliği
AP	Avrupa Parlamentosu
USTK	Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları

GİRİŞ

Günümüzde sosyal medyayla ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında sosyal medya hakkında birbirinden farklı çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Genel olarak söylemek gerekirse sosyal medya web 2,0 altyapısına dayanan, çift yönlü iletişime olanak sunan, kullanıcı odaklı iletişim ortamını ifade etmektedir. Sosyal medyanın iletişim, bilgi paylaşımı, sanal ortamda fikir alışveriş yapma, eğlence, e-ticaret gibi pek çok olanakları bünyesinde bulundurması bireylerin gündelik yaşamını etkileyerek onun önemli bir parçası haline gelmekte, yaşam tarzı ve bakış açılarına değişiklik getirmektedir. Çeşitli sosyal medya ortamlarında bireyler istediği içeriği üretme ve tüketme olanağı bulmakta, gündelik yaşamda resmi olmayan özgür bir iletişim kanalının sahibi olabilmektedir. Başka bir ifadeyle herkes kendi medyasını oluşturmaktadır. İnsanların sosyal medyada bulunmaları ve gün geçtikçe sıkı bir şekilde kullanmaya başlamaları sivil toplum örgütlerini de bu ortama dâhil etmektedir. Sosyal medya kuruluşlar ve hedef kitleleri arasındaki iletişim engellerini yıkarak karşılıklı iletişime yani etkileşime olanak tanımaktadır.

Günümüzde sivil toplum örgütleri hiç şüphesiz ki ulusal ve uluslararası alanda etkili olan aktörler haline gelmektedir. Sivil toplum ve sivil toplum örgütleri kavramı farklı dönemlerde farklı bakış açısıyla ele alınan, pek çok düşünürün, sosyal bilimcilerin kendi ideallerindeki toplum modelini tanımlamak üzere ifade ettiği kavramdır. Tanımlar ne olursun olsun sivil toplum ve sivil toplum örgütleri kavramsal olarak doğasında hayırseverlik, doğaseverlik, insan severlik ve demokrasiden yana olmak gibi özellikleri barındırmakta; çalışma sürecinde de bu ilkeleri takip etmektedir. Sivil toplumun ortaya çıkışı devletin yönetimini etkilemekte ve sivil alanda ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması için devleti teşvik etmekte; sırası geldiğinde kamuoyu baskısı oluşturarak iktidara tehdit şekillendirmektedir.

Sivil toplum örgütleri kuruluş amacına uygun olarak faaliyetlerini daha da genişletmek, etkin bir şekilde yürütmek için sesinin duyurulması, hedef kitle ile olan

iletişimi koruması, hedef kitleyi örgüt ve ilgili konularda bilgilendirmeleri gerekmektedir. Geleneksel medyanın erişim zorluğu ve pahalı olması, bilhassa iktidar ya da güç odaklarına bağlı olarak yayın yapmaları sivil toplum örgütlerinin hizmetlerini zorlaştırırken, sosyal medya tüm bu engelleri yıkan iletişim aracı olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medyanın kullanım kolaylığı, erişim hızı, maliyetin düşük hatta neredeyse ücretsiz olması gibi avantajları sayesinde örgütün kurumsal kimlik ve kurumsal itibarını oluşturmada, hedef kitle ile karşılıklı iletişim kurarak kitlenin desteğini elde etmede yeni ortama sahip olan sivil toplum örgütleri bu araçlara eğilmekte ve stratejik iletişim kapsamında kullanmaya çalışmakta, reel toplumda insanlar arasında gerçekleşen olay ve çalışmaları sanal ortama taşıyarak tesirini büyütmeye önem vermekte ve çeşitli sosyal medya platformlarıyla örgütün çalışmalarını paylaşarak hedef kitleyi bilgilendirmektedir.

Sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını belirlemek amacıyla ele alınan bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sivil toplumun tanımı, tarihsel gelişimi, sivil toplum aktörleri ve sivil toplum örgütleri hakkında genel bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde sosyal medya kavramsal olarak ve ayrıntılı olarak ele alınmış, genel özellikleri üzerinde durulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise ilk olarak sivil toplum örgütleri ve sosyal medyanın ilişkileri ele alınmış, daha sonra sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımını belirlemek amacıyla bir sivil toplum örgütü olan *World Uyghur Congress*'in Facebook sayfası nitel ve nicel analiz yöntemiyle incelenmiştir.

I. SİVİL TOPLUM VE SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ

Bu bölümde sivil toplum ve sivil toplum örgütleri hakkındaki genel bilgiler yer almaktadır.

1.2. Sivil Toplum Kavramı

Sivil toplumun tarihsel geçmişi Aristoteles'e kadar uzanan, insanın kendisine ait olarak kabul edilen temel hak ve özgürlüklerini rahatça kullanabildiği "sivil alan" düşüncesine dayandığı ortaya konulmaktadır (Kaypak, 2012, s. 180). Sivil toplum kavramının batı toplumlarının gelişim süreci ve batı siyasal geleneği içindeki ilk versiyonu *Aristoteles tarafından* tanımlanmıştır. Ona göre sivil toplum yasalarla belirlenmiş kurallar sistemi içindeki özgür ve eşit kabul edilen yurttaşların bir siyasal toplumdur (Tosun, 2001, s. 30).

Bu kavram Latince 'ye *societas civilis* olarak çevrilmiştir. Batıda 12-19 yüzyıllar arasındaki değişimler ve gelişmelerin bir sonucu olarak bugünkü anlamına ulaşmıştır. Bunun en önemli nedeni, şehir hayatı, ticareti ve zanaat yoluyla edinilen batı toplumlarının kentsel özgürlükleridir. Sosyal sınıfların ortaya çıkışı sivil toplum fikrinin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamıştır (Onbaşı, 2005, s. 13) .

Merkezi iktidarının olmaması, karmaşıklık ve güvensizliğin yayılması, ticaretin işe yaramaması ve kentsel yaşamın önemsiz hale gelmesi sonucunda ortaya çıkan bir dönem olarak feodalizmin sonunu hazırlayan gelişmeler sivil toplumun gelişimi için fırsat doğurmuştur. Tarihsel gelişim sürecinde sivil toplum, devleti doğuran toplum olduğu düşünülen devletin kendisiyle özdeşleştirilmiştir. Sivil toplum bazen devlet karşıtı bir araç olarak algılanmıştır. Modern sivil toplum günümüzde devletten bağımsız bir alan olarak kabul edilmektedir (Gönenç, 2011, ss. 5-11).

Kavramlar belirli bir süreci içeren varlıklardır. Dolayısıyla kavramların anlamında günümüze gelinceye kadar birtakım farklılıkları görülmüş ve değişim geçirmeye devam etmektedir. Sivil toplum kavramı da ortaya çıktığı andan günümüze kadar farklı anlam ve tanımlarla yansımaktadır. Sivil toplum kavramının günümüzdeki içeriği kazanmasının

arka planında toplum, devlet, demokrasinin katkısı olmakla birlikte medyanın da payı vardır.

Kavramın farklı bir anlam kazanması 1750'li yıllarda başlamıştır. Sivil toplum, artık devlet kavramıyla ilişkili olmaktan çıkmış, giderek devlete eşdeğer nitelikte ayrı bir kavramı temsil etmeye başlamıştır. Bu, o zamanlar liberal bir dünya görüşünü savunan burjuvazinin, sivil toplum kavramını siyasi alandan bağımsız, toplumun özel hayatına ve ekonomik piyasaya adanmış sosyal bir alanla eşleştirmesinden kaynaklanmaktadır(Tuncay ve Muharrem 2006, s. 148).

Hegel 18.yüzyıl Avrupa'sında özellikle 1789 Fransız İhtilali ile birlikte meydana gelen gelişmelerin sonucu olarak kurulan modern ulusal devletlerin bir yönünü oluşturan aktörün sivil toplum olduğunu öne sürmüştür. Bu bakımdan sivil toplum bireysel ihtiyaçları karşılamayı ve bireysel hak-hukukları savunmayı prensip olarak belirleyen ulusal devletin siyasal ve legal çerçevesinde gelişen uzmanlaşmış kurallar, kurum ve kuruluşlar ile grupların pratiklerinin ve davranışlarının karmaşık bir ağını oluşturur. *Marx* ta buna benzer bir tarihten bahseder ama kavramı açıklarken daha çok ekonomik açıdan bakar. *Marx*'a göre sivil toplum devletten ayrıdır. O'na göre sivil toplum 18. Yüzyıl Avrupa'sında burjuvazi ile gelişmiştir. Onun için sivil toplum üretici güçlerin belli evrimsel gelişiminde ortaya çıkan bireyler arasındaki ekonomik ilişkilerin tümüdür. *Marx* insanın doğayla olan ilişkisinin üretime dayalı olduğunu ve bu etkileşimi oluşturan ekonomik hayatın, insan hayatının tüm yönlerini ve sosyal hayatın temel paradigmasını oluşturduğunu söyler. Din, aile, devlet, kanun, ahlak, bilim gibi insani etkinliklerin tümü üretim biçimine göre şekillenir ve sonuç olarak sınıf ya da grup şekillenir. Dayanışma içinde kolektif faaliyet gösteren bu topluluklar sivil toplumu şekillendirir (Bayhan, 2002, s. 6).

Keane ise sivil toplum hakkında tam ve net bir görüş birliği olmadığını, sivil toplumun şiddet ve baskıya karşı kendi kendine örgütlenen, kendi kendini değerlendiren ve yansıtan hem onların eylemlerini kapsayan, sınır belirleyen ve olanaklı kılan devlet birimleri ile sürekli bir gerilim içerisinde olma eyleminde olan yasal koruma altındaki devlet-dışı kurumların karmaşık ve dinamik bir topluluğunu hem tanımlayan hem de tasavvur eden bir ideal-tip kategorisi olduğu savunur. Bu tanımda iki nokta özellikle dikkat çekmektedir. Biri, sivil toplumun hem var olanı tasvir eden, açıklayan hem de

geleceğe yönelik tasavvurlar için yol göstericilik yapma kapasitesine sahip bir araç olarak düşünülmesi. İkincisi ise sivil toplumu sadece devlet dışında yer alan ve yasal koruma altında bulunan alanla eşanlamlı görmemesi, aynı zamanda sivil toplumun eylemleri sebebiyle hem devlet birimleri ile hem de kendi içinde karmaşık ve yeri geldiğinde gerilimli ilişkilerde olacağıdır (Onbaşı, 2005, s. 45).

Sivil toplum kavramı, bir kez biçimsel demokrasi düzeyine ulaştıktan sonra sürecin nasıl sürdürülebileceği, yeniden üretillebileceği ve derinleştirilebileceği ile ilgili sorunlarda dâhil olmak üzere, otoriter devletlere sahip olan toplumlarda demokratikleşmenin önkoşullarıyla ilgili güncel kaygıların merkezine oturmuştur (Beckman, 1998, s. 1).

Osman' (2001) sivil toplum kavramını “gönüllülük temelinde örgütlenmenin gerekli olduğu, bireysel özgürlüklerin ve temel hakların korunduğu ve devlet politikalarını kontrol edip yönlendirebildiği, yurttaşlık bilinci ve yurttaşların duyarlılıklarıyla ilgili olan gelişim düzeyi” (Osman, 2001, s. 9) olarak ifade etmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde yapılan tanım ve açıklamaları Kaypak'ın (2012) görüşü özetleyebilir: sivil toplum devlet ve merkezi yapının dışındaki bütün unsurların önündedir. Devlet yönetiminin etkili ve belirleyici olmadığı alanlarda sivil toplum sosyal toplumu oluşturan birey ve grupların devlete bağımlı olmadan hareketlerini ve amaçlarını gerçekleştirebildikleri, tutum geliştirebildikleri, sosyokültürel faaliyetlerde bulunabildikleri, gönüllü ve rızaya dayalı ilişkilerin, etkinliklerin ve kurumların oluşturduğu bir toplumu ifade eder (Kaypak, 2012, s. 181).

1.2. Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi

Sivil toplumun gelişmesinde, sosyal farklılaşma, sosyal organizasyonlar, gönüllü kurumlar, sosyal düzeyde özerkleşme ve baskı gruplarının oluşumu önemli bir yere sahiptir (Görün, 2006, s. 433).

Sivil toplumun farklı tarihi süreçlerdeki konumu ve önemine bakılırsa o dönemin sosyal yapısı, devletin siyasi, ekonomi gücü ve toplumdaki etkisi ile alakalı olduğu sonucuna varılır. Genel olarak sivil toplumun tarihsel gelişim sürecini üç döneme ayırarak incelemek mümkündür.

1.2.1. Sanayi Devrimi Öncesi Sivil Toplum

Sanayi devrimi öncesindeki insanların sosyal yaşam tarzı ve toplumsal yapı incelendiğinde her ne kadar “gönüllü birliktelikler” söz konusu olsa da, modern anlamda bir “gönüllü örgütlenme” için gerekli ve yeterli ortamın henüz oluşmadığı görülür. Sanayi öncesi toplum tarıma, uzun çalışma saatlerine, işyerine, topluluk yapısındaki organizasyona, aile akrabalığının önemine, ilkel üretim tarzına, insanların ayırt edilememesine dayanmaktadır. Bu süreçte farklılık henüz belirgin olmamıştır. Benzerliğe dayanan mekanik dayanışma tarzını benimseyen, temel ihtiyaçlarını karşılamaya çalışılan bu sosyal aşamada gönüllü bir resmi örgüt ortaya çıkmamıştır (Aktaran Kaya, 2014, s. 136).

Batıda sivil toplum tarihi büyük ölçüde kent tarihidir. Modern anlamda kentin özellikleri ile benzeşen en eski tarihli kentler feodalizm sonrası Avrupa kentleri kabul edilir. Aydınlanma sonrası dönemde kentleri, sanayi devrimi şekillendirmiştir. Kentler, inançları, değerleri, gelenekleri, dünya görüşleri, çıkarları farklı insanların, grupların, sınıfların bir arada yaşadıkları yerleşimler olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu sınıfsal farklılık da sivil topluma ivme sağlayan bir güç olmuştur. Sivil toplum bu farklılıklara dayanan bir ortaklık olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bugün de zaten sivil toplum kuruluşları herkesin ortak bir faydada birleşebileceği inancından güç almaktadır (Karakuş, 2006, s. 26). Yaşanan gelişmeler toplumsal değişme sürecinin diğer bir aşaması olarak görülmüş, bu süreçteki ekonomik gelişmeler insanların yaşam düzeyini iyileştirmiş ve kendi gereksinimlerini karşılamakla kalmayıp aynı zamanda hayır işlerini yapmaya başlamış, neticede gönüllü örgütlerin ortaya çıkmasına uygun ortam ve durum belirlemiştir.

Sivil toplumun tarihi serüvenine bakılırsa yaşanan gelişim sürecinin neredeyse bütün coğrafyalar ve toplumlar için geçerli olduğu görülür. Mesela, Osmanlı döneminde insanların modernlik öncesi başlayan, kandaşlık ve akrabalık bağları, sosyal adalet fikri ve dini inançlar tarafından öngörülen kurumlar ve devlet tarafından oluşturulan kurumlardan oluşan bir refah sistemi içinde oldukları anlaşılmaktadır (Özbek, 2002, s. 10). Böylece, Sanayi Devrimi'ne kadar süren çok uzun zaman boyunca, özellikle de gelişmiş ülkelerde sosyal politika uygulamalarının gönüllülük ve karşılıklı yardımlaşmaya dayalı olan hayırsever organizasyonlar (STK'lar) tarafından sağlandığı

görülmektedir. Sanayi devrimiyle sosyo-ekonomik yapı büyük oranda değişmeye başlayınca, sosyal refah sağlayan kurum, kuruluş ve örgütlerin örgüt yapısı ve çalışma alanının değişmeye başladığı söylenebilir (Ersöz, 2000, s. 10). Özellikle de şehirleşme ve üretim topluluklarının gelişimi sanayi devriminin önünü açmış, aynı zamanda meydana gelen farklılıklar sivil toplumun gelişme hızını arttırmış denilebilir.

1.2.2. Sanayileşme Döneminde Sivil Toplum

Çalışmanın başında ortaya konulduğu üzere bazı düşünürler sivil toplumu devlet ile özdeşleştirirken, bazı düşünürler devletten ayrı tutmaktadır, bazı düşünürler ise sivil toplum için tam ve net bir görüş birliğinin olmadığı fikrini savunmaktadır. Bu bakışlardan hareketle denilebilir ki, sanayi devrimi öncesi sivil toplumun hemen hemen dünyanın her yerinde ekonomik gelişmeler, üretim ve tüketim, sosyal farklılaşma gibi birey ve toplulukların çeşitli gereksinimleri ile ilgili olan unsurlarla paralel olarak ilerlediği görülür. Sanayi Devrimi ise temel gereksinimleri karşılama konusunu geride bırakıp siyaset, temel hak-hukuk meseleleri üzerine taşınmaya başlar.

Sivil toplumun yavaş yavaş dünya siyasetini de etkilemeye başlayan önemli unsurlar haline gelmesi Sanayi Devrimi, Fransız İhtilali ve Amerikan Devrimi derken beraberinde gelişmiştir. Büyük Fransız Devrimi'nin (1789) ardından kabul edilen "İnsan Hakları Bildirgesi", sivil toplum ile devlet arasında bireyin konuşma, düşünme, inanç özgürlüğü ve mülk edinme hakkı gibi haklarının bireysel özgürlük için vazgeçilmez haklar olduğu onaylamıştır (Onbaşı, 2005, s. 14).

Sanayi Devrimi ve beraberinde getirdiği kentleşme süreci, geleneksel sosyal koruma kurumlarını ortadan kaldırmış veya etkinliklerini zayıflatmıştır. Küçülen aile yapısıyla birlikte, aile bağları ve ailenin koruyucu görevi zayıflamış, sanayi toplumlarında bu görev devletin üzerine düşmüştür (Güloğlu, 1998, s. 39). Sanayileşme dönemindeki gelişmeler gelişen ülkelerin halka yönelik sosyal sorumluluklarını arttırmıştır. Gelişen ülkeler devlet olarak halkın maddi ve manevi gereksinimlerini karşılamaya başlamıştır. Özellikle Avrupa ülkeleri sağlık, eğitim alanlarında vatandaşların tüm ihtiyacını gidermeye çalışmıştır. Görünen o dur ki bu dönemlerde sivil toplum kuruluşlarının yükü hafiflemiş, sivil toplumun yapacağı işleri devlet üstlenmiştir.

1.2.3. Sanayi Devrimi Sorası Sivil Toplum

Tarihsel olarak bakıldığında her toplumdaki devlet dışı örgütlerin uzun bir geçmişi olduğu gerçeğine rağmen, “İkinci Dünya Savaşı” dünyasının ardından dünyanın ve STK'ların gerçeklerinin gündeme geldiğini söylemek abartı olmayacaktır. Devletler ve toplumlar arasındaki anlaşmazlıkları çözecek uluslararası kurum ve kuruluşların, yani BM çatısı altında oluşturulacak alt birimlerin tesis edilmesi çalışmaları ile devlet dışı kuruluşlar teriminin doğuşunun gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür (Talas, 2011, s. 391).

Sivil toplum örgütü terimi aslen 26 Haziran 1945'te Amerika Birleşik Devletleri San Francisco'da imzalanan Birleşmiş Milletler (BM) Tüzüğü'nün 71. bölümünde kullanılmıştır. Tüzükte BM Ekonomik ve Sosyal Konseyine "Konsey tarafından yönetilen konularla ilgili sivil toplum kuruluşlarıyla istişarelerde uygun düzenlemeler yapma" yetkisi verdiği yer almıştır. BM Ekonomik ve Sosyal Konseyi 1952 tarihli kararında STK'ları “hükümetlerarası bir anlaşma kapsamında kurulmamış herhangi bir uluslararası örgüt STK olarak kabul edilebilir” olarak tanımlamıştır. O zamanlar, bu girişimler uluslararası sivil toplum örgütlerini esas almıştır (http://news.ifeng.com/mainland/special/2010lianghui/redianjiedu/shiyedanweigaige/detail_2010_03/13/825149_0.shtml Erişim: 2 Aralık 2019).

İkinci dünya savaşı sonrasında kurulan uluslararası kurum ve kuruluşlar, devletlerin mutlak otorite olduğu anlayışını aşındırarak sivil gelişmeleri desteklemeye başlamışlardır. BM gibi geniş çaplı kurumlar ve AB gibi bölgesel oluşumların çevre, kadın, çocuk ve insan hakları gibi kavramları ve demokratik kurum ve normları üye ülkelerin politikaları arasına sokarak bir yandan ulusal devletlerin üstünde bir mekanizma oluşturduğu, bir yandan da bu haklar etrafında gelişen yerel sivil toplumsal hareketlerin canlanmasını sağladığı belirtilmektedir. Sivil toplumun canlanışında Sovyetler ve Doğu Avrupa'daki merkezi bürokratik devlet yapılarının başarısız olması ve çökmesi ile küresel gelişme ve değişimler önemli rol oynamıştır. Devletçi yapıların başarısızlığı ve çökmesi ile bireyin ve sosyal aktivitelerinin önemi artmış, çıkar temelli olmayan yeni tür sosyal hareketlerin ve sivil toplum kuruluşlarının oluşmasını sağlamıştır. 1980'lerden sonra sistemdeki dönüşüm hükümet dışı örgütlerin lehine gerçekleşmiştir. Bütün bu gelişmeler sonucunda bugün dünyada, insan hakları, demokrasi, çevre, nükleer güç ve barış hareketi gibi uluslar ötesi STK'lar ortaya çıkmıştır

ve devletleri, diğer devletler ve kendi kamuoyunun ötesinde yönlendirir hale gelmişlerdir (Yılmaz, 2003, s. 320).

1980'lerde sayısı binlere ulaşan uluslararası STK'lar düzenlediği program ve yürüttüğü faaliyetlerin içeriğinin artmasıyla daha da önem kazanmış, BM'de ilgi ve katılımlarını arttırmış, dünya zirvelerine iştirak etmişlerdir. Bu süreçte BM Mülteciler Yüksek Komiserliği gibi kuruluşlara yardımlarda bulunmuştur. 1989'da BM ekonomik ve sosyal konseye danışma statüsünü sahip örgüt sayısı 848 olmuştur (Yıldız, 2006 , s. 98). 1980 sonrası dönemde ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel, yasal ve benzeri alanların dönüşümünden sonra devletin sosyal sorunlara katkısı azalmış, buna karşılık sivil toplum örgütleri şartlara uyum sağlamak için kendi çözümlerine başvurmuştur. Sonuç olarak ta yeni dönemin ve dolayısıyla üçüncü sektörün ya da sivil toplum örgütlerinin yüzyıllar sonra yeni dönemde bir kez daha gündeme gelmeye başladıkları görülmektedir (Şahin ve Öztürk ,2008, s. 6).

Bu süreçte sivil toplum kavramı yeniden anlam kazanmış ve yeniden örgütlenmeye, canlanmaya, genişlemeye başlamıştır. Bunların nedenine bakıldığında, 2.dünya savaşı sonrası milli devletlerin çoğalması ve bunun beraberinde yükselen milliyetçilik, ırkçılık, ötekileştirme gibi olumsuz etkenlerin artması, göç olayları, 1970 lerden itibaren ortaya çıkan küreselleşme olgusunu göz önümüze bulundurduğumuzda birtakım sorunların yaşandığına şahit oluyoruz. Örneğin, birçok ülkede insan hakları ihlalleri söz konusuken, bazı ülkeler hala açıklıkla boğuşmaktadır. Tüm bu sorunları karşı mücadele etmek için herhangi bir devlete bağlı olmayan, parasal kaygılardan uzak sivil toplum ve STÖ'lere ihtiyaç duyulmuştur. Çünkü devletler siyasi gücünü korumak, uluslararası siyasi ilişkilerinin zarara uğramamasını garanti altına almak gibi birtakım siyasi nedenlerle toplumun ve doğanın gereksinimlerini görmezden gelmektedir. Bugün devletlerin bu olumsuz davranışlarının yerini doldurmak amacıyla *Human Rights Watch*(HRW) gibi insan hakları savunan uluslararası STÖ'leri, Haytap gibi hayvan hakları kuruluşları, İHH gibi sosyal yardımlaşma organları kurulmuştur. Sanayi sonrası ortaya çıkan STÖ'lerin ağırlıklı olarak demokrasi ve hak hukuk üzerine odaklandığı da günümüzün gerçekleri içindedir.

Karakuş'un (2006) da dediği gibi sivil toplumun, uzun bir sessizlik döneminden sonra geçen yüzyılın sonunda tekrar gündeme gelmesi, küreselleşme olarak adlandırılan

dünyanın siyasal, kültürel, ekonomik açıdan bütünleşmesi ya da bir birine bağımlı hale gelmesi sonucu olarak görülen ulus devletlerin gücünün kaybıyla açıklamak mümkündür. STK'lar egemenlik alanlarında iktidar kaybının yarattığı boşluğu doldurmaya başlamıştır. Aynı zamanda, STK'ları güçlendiren ulus-devletlerin zayıflaması ulus ötesi değerler olarak da gösterilmektedir. Başka bir deyişle, günümüzde sivil toplum, insan hakları ve özgürlükleri, demokrasi, eşitlik, çevre koruma vb. kavramlarla anılmaktadır (Karakuş, 2006, s. 18).

1.3. Sivil Toplumun Modern İçeriği

Günümüzde STK'lar modern sivil toplum örgütü olarak görülmektedir. Yeni bir sosyal politika yönetimi olarak dikkat çekmeye başlayan STK'lar özellikle de gelişmiş batı devletlerinde ön plandadır. Yönetim aktörleri(iktidar parti, yerel hükümet) bazı hizmetleri yeniden üretmek yerine bu hizmetleri almayı uygun görmüş ve seçmiştir. Bu süreç özellikle 1970 sonrası canlanmaya başlamış ve birçok ülkede karma refah hizmetlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaya başlamıştır (Uslu, 1999, s. 10).

İnternet, e-devlet ve e-demokrasi gibi yenilikler ve artan coğrafi hareketlilik ile dünya tarihine yeni notalar bırakan 21.Yüzyılın girmesiyle bilgi toplumu çağı başlamıştır. Sivil toplum da bu gelişmeleri izleyerek çağdaş uygarlığa yeni anlanmalar eklemeye başlamıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda sivil toplum toplumsal bilinç olarak ilerlemiş, yasal konular, siyaset dünyası ile karşılıklı etkileşim, siyasi saydamlık, iletişim ve örgütlenme kolaylıkları gibi farklı boyutlarda 21.Yüzyılın demokrasi serüveninde yepyeni bir sayfa açmıştır (Kaleağası, 2019).

Keyman' (2006) “Biz bugün sivil toplumla demokrasiyi beraber düşünüyoruz. Modern toplumun başlangıcındaki ilk sivil toplum tartışmalarında sivil toplum demokrasiyle beraber düşünülüyordu” (Keyman, 2006, s. 5), diyerek sivil toplumun modern içeriğinde demokrasinin önemli söz konusu olduğuna vurgu yapmaktadır.

Kavramın çağdaş anlamında, doğusunda, temelinde demokrasi yatmaktadır. Ancak demokrasinin yaşam olanağı bulabilmesi için bireyler kendilerini toplumsal, siyasal yaşamın temel bir ögesi olarak görmeleri, bunları yeşertecek ve kuramsallaştıracak bir ortama sahip olabilmeleri gerekmektedir.

1.4. Sivil Toplum Aktörleri

Sivil toplum ortak kanı olarak derecesi otonom yapılara ve güce göre değişen alanların, aktörlerin ve kurumsal yapıların çeşitliliğini kabul etmektedir. Bunlara bağlı olarak sivil toplum genellikle kayıtlı hayır işleri, kamu dışı örgütlerin gelişimi, topluluklar, kadın örgütleri, inanç temelli örgütler, profesyonel oluşumlar, ticari birlikler, kendini geliştirme grupları, sosyal hareketler, iş birlikleri/odalar, ortaklıklar ve taraftar grupları gibi organizasyonlar etrafında toplanırlar (Erdem, 2008, s. 9).

Sivil toplum aktörleri (STA) sivil toplumun faaliyetlerine katılan, yürüten, rehberlik eden kimseleri kapsamaktadır. Birleşmiş Milletler STA'ları BM amaçları ile uyumlu ortak çıkarlar, hedefler ve değerler ile kamusal katılım ve eylem biçimleri etrafında gönüllü olarak bir araya gelen bireyler ve gruplar olarak tanımlamaktadır (Al-Hussein, 2014, s. 4). Yazının devamında sivil toplum aktörleri olarak şunlar verilmiştir:

- Online aktivistler de dâhil olmak üzere tüm insan hakları savunucuları
- İnsan hakları kurumları (Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), dernekler, mağdur-destek grupları)
- Koalisyonlar (networklarkadın, çocuk hakları, çevresel sorunlar ya da toprak hakkı, LGBT vs.)
- Engelli bireyler ve bu bireyleri temsil eden kurum-kuruluşlar
- Toplum temelli gruplar (yerli halklar, azınlıklar ve kırsal topluluklar)
- İnanç temelli gruplar (kiliseler, dini gruplar)
- Birlikler (sendikalar ve barolar, gazeteci dernekleri, hâkim ve savcı Cemiyetleri gibi meslek kuruluşları, öğrenci birlikleri, kulüpler)
- Toplumsal hareketler (barış hareketleri, öğrenci hareketleri, demokrasi Yanlısı hareketler)
- İnsan haklarından yararlanılmasına doğrudan katkıda bulunan meslekler (insani yardım çalışanları, avukatlar, doktorlar ve sağlık çalışanları)
- İnsan hakları ihlal edilen mağdurların akrabaları ve dernekleri ile İnsan haklarının geliştirilmesi için çalışan kamu kurumları (okullar, Üniversiteler ve araştırma merkezleri) (Al-Hussein, 2014, s. 5).

1.5. Sivil Toplumun Özellikleri

İnsanların örgütlenme biçimleri kendilerini ve etrafını anlamlandırılan bakış açılarına göre farklılık göstermektedir. Mesela tarihi süreçte feodal toplum, göç toplumu, yerleşik hayata geçen topluluklar, çağdaş toplum gibi topluluklar olmuştur. (Habermas, 2014) “*Stanford Encyclopedia of Philosophy*” konulu çalışmasında toplumu Siyasi oluşumların ve partilerin yer aldığı politik toplum, ekonomik faaliyet ve amaçların bulunduğu ekonomik toplum ve son olarak da bunların dışında yer alan çoğu zaman devlet ve uluslararası politikaları etkileyen toplumsal değişim ve temel hak-hukuk ve demokrasiyi amaçlayan sivil toplum olarak üçe ayırmaktadır.

Sivil toplumu önceki asırlarda yaşayan topluluklardan farklı olarak birtakım özelliklere sahiptir. Tosun’(2001) sivil toplumun özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Devlet iktidarını kontrol eder.
- Demokratik tutumları geliştirir.
- Kutuplaşmaları yumuşatır.
- Yeni siyasal liderlerin yetiştirilmesi ve geliştirilmesi için önemli bir rol alır.
- Siyasal partilerin demokratikleştirilmesini sağlar, katkıda bulunur.
- Bilgiyi toplumun geniş kesimlerine yayarlar.
- Yeni fikirlerin geliştirilerek yayılmasını sağlar.
- Siyasal sistemin halka karşı sorumluluğunu artırır.
- Son olarak ise, siyasal katılmayı seçimlerin ötesine taşır; bu açıdan demokratik siyasal kültürün edinildiği bir okul görünümü kazanır (Tosun, 2001, s. 180).

Sivil toplum diğer bir anlamda günümüzün gelişmiş çağdaş toplumunun ve demokratik toplumlarının adı olarak kullanılmaktadır. Sivil toplum bu boyutuyla devlete ve herhangi bir üst kimliğe başvurmaksızın, kendi gelişimini yönlendirebilen ve anlamlandırabilen, kendi faaliyetlerini serbest bir şekilde yürütebilen ve genişletebilen, bunun için gerekli dinamikler barındıran, devletin özerk sürekli bir gelişme içerisinde bulunan bireyler ile örgütlenmeler topluluğudur denilebilir. Bu anlamda da kavramın temelinde demokrasi yer almaktadır.

1.6. Sivil Toplum Örgütleri

Sivil toplum kuruluşları (STK) ya da sivil toplum örgütleri (STÖ) resmî kurumların dışında kalan ve bunlardan bağımsız olarak hizmet veren, siyasal, sosyal, kültürel, hukukî ve çevresel amaçları doğrultusunda lobi çalışmaları, ikna ve eylemlerle çalışan, kâr amacı gütmeyen ve gelirlerini bağışlar veya üyelik ödemeleri ile sağlayan kuruluşlardır. Sivil toplum örgütleri, oda, sendika, vakıf ve dernek adı altında faaliyet gösterir. Vakıf ve dernekler topluma yararlı bir hizmet geliştirmek için kurulmuş yasal topluluklardır (İnan, 2017). Bu kuruluşlar devletlerin resmi olarak ulaşamadıkları sosyal ve siyasal sorunlara getirdikleri çözüm önerileri ya da devletin üzerinden kısmi olarak ta olsa aldıkları bu yükler itibarıyla, dolaylı olarak devletlerin sosyal denge ve refah düzeyinin artırılmasına da katkı sağlayan sivil kurumlardır (Taş, 2015, s. 201).

Sivil toplumu oluşturan en önemli hareket unsuru olarak ifade edebileceğimiz “Sivil Toplum Kuruluşları” (STK) veya Sivil Toplum Örgütleri (STÖ) birbirine benzer talepleri, görüşleri ve istekleri paylaşan yurttaşların gönüllülük temelinde bir araya gelerek; devlet otoritesinin dışında oluşturdukları dernek, sendika, vakıf gibi örgütlenmeler şeklinde tanımlanmaktadır (Aydın, 1998, s. 68). Türkiye’de sivil toplum kuruluşu kavramı hükümet/devlet dışı örgütlerle özdeşleşen bir kavramdır. Sivil toplum örgütü tanımlamasında geçen “örgüt” kelimesi 1980 darbesi döneminde “yasadışı faaliyet gösteren örgüt” ifadesiyle çağrışım yaptığı için Türkiye’de genel olarak “kuruluş” kelimesi sivil toplum içerisinde yer alan örgütlenmeleri kavramsallaştırmak için tercih edilmektedir (Tunçay, 2003, s. 10).

Kelimenin tam anlamıyla değerlendirmek gerekirse sivil toplum kuruluşu terimi, hükümet dışındaki sosyal kuruluşları ifade eder. Türkçe’ye “Hükümet Dışı Kuruluşlar” olarak çevirilen İngilizcede “Non Governmental Organisation-NGO” olarak ifade edilen STK’lar “Üçüncü Sektör Kuruluşları” gibi değişik ifadeler ile tanımlanmaktadır (Gönel, 1998, s. 1). STÖ’ler birleşmiş milletler ana sözleşmesinde de NGO, yani “Hükümet Dışı Kuruluşlar” olarak adlandırılmaktadır. “Hükümet Dışı Kuruluşlar” çoğu zaman “Hükümet Karşıtı” olarak algılandığı için Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) “Volunteer Organization” (PVO) yani, “Özel Gönüllü Kuruluşlar” diye kullanılmaktadır. Bundan başka “Kar Amaçsız Kuruluşlar”, “Üçüncü Sektör” olarak ta kullanılmaktadır (Aktaran Bayhan, 2002, s. 7). Çifçi’(2012) STÖ’lerin hukun üstünlüğü ilkesine dayanan

ve bu çerçevede hareket eden, özel amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla kurulan devlet ve özel sektörden bağımsız gönüllü kuruluşlar olarak ifade eder (Çiftçi, 2012, s. 11).

Avrupa’da STÖ’ler Sivil alanda faaliyet gösteren yapılar, sosyal ortaklar (sendikalar, işveren örgütleri ve diğer kuruluşlar), sosyal ortakların dışındaki sosyal ve ekonomik aktörleri temsil eden örgütler, yerel düzeyde örgütlenen gençlik ve aile dernekleri olarak anılan vatandaşın toplumsal hayata katılımını sağlayan örgüt ve dini topluluklar ile hükümet dışı kuruluşlar olarak adlandırılan NGO’lardan oluşur (Es, 2016, s. 149). Yapılan tanımlamalar bakılırsa STÖ'lerin Avrupa’da da aynı statüde hareket edeceği anlaşılmaktadır.

Sivil toplum hakkında yapılan tanımlara bağlı olarak bu alanda yer alan ve sivil toplumun örgütlenmiş hali olan STÖ’lerin devletten bağımsız olarak çalışan, örgütlenmede gönüllülüğü esas alan, toplum yararına hareket eden, toplumsal iyiden yana olan, yönetimin demokratik yollarla belirlenmesine katkıda bulunan, devletten her alanda ayrışan, bağımsız karar alma olanağına sahip olan, devletin içinde yaşayan, ama onunla özdeş olmayan, hatta zaman zaman devlete karşı gelebilen, siyasal topluma dâhil olan, siyasetin önemli belirleyici aktörü olma gayreti taşıyan koşulları sağlayan genel kabul görmüş yaklaşımlara göre dernekler, vakıflar, kulüpler, tüzel kişiliği olmayan düzenli topluluklar, iktidar alternatifi olmayan siyasal partiler, platform, üstünlük, alternatif, girişim, ağ türünde yapılar STÖ sayılabilmektedir (Banger, 2011, s. 6).

1.7. STÖ’lerin Sınıflandırılmaları

Özer’(2008) sivil toplum kuruluşlarını dini alanda aktif olarak faaliyet gösteren dini örgütler, belirli sosyal amaçlar doğrultusunda hizmet vermeyi hedef edinen sosyal kurumlar, gelenek, görenek, maddi ve manevi değerlerin inşası ve geliştirilmesine katkıda bulunmak üzere varlığını sürdüren kültürel-sanatsal amaçlı örgütler, profesyonellik ve bilimsel insan kaynaklarını esas alan eğitim ve araştırma merkezleri, insan hakları, kadın hakları, çocuk hakları, göçmenler hakları, hayvan hakları ve benzeri özellikleri taşıyan ve hizmet içeriği olarak belirleyen koruyucu örgütler, hukuki danışmanlık ve siyasi yönetimi denetleyen, zaman zaman onları eleştirerek hukukun üstünlüğünü sağlamaya çalışan politik örgütler, temel geliri bağış ve sadakalardan oluşan hayır amaçlı kurumları olarak sınıflandırılabilceğini ifade eder. Detaylı olarak Statülerine göre, vakıflar, dernekler,

kooperatifler, birlikler, odalar, sendikalar olarak gruplara ayır (Özer, 2008, s. 29). Özerin bakış açısına bakılırsa STÖ'ler çeşitli amaçları gerçekleştirmek için farklı tanımlanabilir ve kurulan örgütlere de farklı isimler verilebilir.

STÖ'leri kuruldukları devlet, faaliyet gösterdikleri coğrafya, buldukları ortam, hedeflediği kitle, kullandıkları insan kaynakları, tüzel ve organizasyonel yapısına dayandırarak farklı sınıflara ayırmak mümkündür. STÖ'lerin türü çok olduğu için farklı açıdan, farklı standartlara göre ayırmak mümkündür. Lakin STÖ'ler insanların toplumsal birliğini sağlayan format ve insanlar arasındaki belirli sosyal ilişkilerin yansıması olduğundan bunları sınıflandırırken de sosyal ilişkiler ve onların türünü esas almak önemlidir.

Ömer ve Adem'(2013) STÖ'lerin bulunduğu faaliyetlerinin karakterini esas olarak genel anlamda ekonomik örgütler, siyasal örgütler, kültürel örgütler ve dinî örgütler olarak dörde ayırmaktadır (Çaha ve Çaylak, 2013, s. 15).

1.7.1. Ekonomik Alanda STÖ'ler

Ekonomik alanda faaliyet gösteren STÖ'ler iktisadi kurum ve kuruluşlar arasındaki ekonomik ilişkiler temeline kurulan, iktisadi faaliyetleri temel hizmeti ve görevi olarak belirleyen sosyal örgütlerdir. Onlar üretim sektörleri, ulaşım ve kargo işlemleri birlikleri, finans ve yatırımla alakalı çalışan kuruluşlar, proje danışmanlıkları vb kapsamaktadır. Ve iş ve işveren sendikalar, meslek kuruluşları, ticarî kuruluşlar, danışmanlık büroları ve değişik alandaki odalar ekonomik alanda hizmetleri omuzlayan örgütler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar genel olarak üretim kaynakların dağılımı, planlanması ve dağılımı, ürün ve hizmetlerin kalitesi, fiyat, zam gibi değişik hususlarda devletten ayrı ve bağımsız olarak hizmet verirler, bazen de devletle dayanışma içerisinde çalışır, devlet birimlerine yön ve önerilerde bulunur (Ziya, 2001, s. 122).

1.7.2. Siyasal Alanda STÖ'ler

Siyasal alanda gelişmiş olan sivil toplum örgütleri başta siyasal partiler olmak üzere değişik fikir kulüplerini, siyasal ve sosyal hareketleri, siyasal amaçlı dernekleri vs. Kapsamaktadır. Partilerin yanı sıra, siyasal katılım, demokratikleşme, liberalleşme, temel hak ve hürriyetler gibi alanlarda gelişmiş olan derneklerin de sivil toplumun siyasal omurgasını oluşturduğunu söyleyebiliriz. Siyasal alanda gelişen sivil toplum örgütlerinin

genel olarak siyasal yaşamı düzenleyen kurumlara ve değerlere damgasını vurmanın yanında, esas önemli olarak dinamik ve demokratik bir siyasal yaşam alanının oluşmasına hizmet etmekte oldukları söylenebilir (Çaha ve Çaylak, 2013, s. 16).

1.7.3. Kültürel Alanda STÖ'ler

Kültürel alanda etkin olan sivil toplum örgütleri kültürel faaliyetlerle ilgili kurum ve kuruluşlar başta olmak üzere eğitim, sanat, edebiyat ve sportif alanlarda gelişen örgütleri bu alanda hizmet vermekte olan kuruluşlar olarak düşünülmektedir (Charles Taylor, 1994, s. 78).

İçinde bulunduğumuz 21.Yüzyılın en görünömlü ürünleri olan internet ve iletişim teknolojileri yaşamımızın neredeyse tümünü kapsamaktadır. İyilik ve kötölük için aynı olanağı bünyesinde bulunduran bu teknokratlar yaşam tarzımızı ve bakış açılarımızı derinden sarsmaktadır. Özellikle internet çağında doğan genç kuşaklar küreselleşme ve beraberinde meydana gelen kültürel bütünleşme sonucunda ait olduğu toplumun medeniyeti, kültürü, geleneği, göreneği ve benzeri manevi aidiyetlerinden yoksun kalmaktadır. Bunun yerine sanal dünyanın melez kültürü ve âdetine kendini kaptırmaktadır. Bu durum kültürel alanda faaliyet gösteren STÖ'lere büyük ve önemli görevler yüklemektedir. Gönüllü ve bilinçli kitle tarafından oluşturulan bu kuruluşlar bir millet ya da bir ulusun manevi değerlerini koruma, diriltme, gelecek nesillere aktarma konusunda olmazsa olmaz zenginlikleridir. Kültürel alanda faaliyet gösteren STÖ'ler genel olarak tarihi olarak bilgilendirme ve eğitime, milli duygu ve bilinç uyandırma, kadim değerlerin modern toplumda nasıl adaptasyon sağlayabileceği konusunda aktif olarak hizmet verirler. Örneğin, Türk ocakları disiplinli olarak gençleri tarih ve milli değerler doğrultusunda eğitmektedir. Türkiye edebiyat vakfı klasik edebiyat ve modern edebiyat hakkında çeşitli konferanslar düzenlemektedir. Onların sosyal medya sitelerinden bu bilgilere kolayca ulaşmak mümkündür.

1.7.4. Dinî Alanda STÖ'ler

Sivil toplum örgütlerinin en yaygın ve etkili faaliyet gösterdiği alanlardan biri de dini alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dini gruplar, dini cemaatler, dini medreseler, din amaçlı kurulan medya kurumları bunların yansımasıdır. Dini sahadaki STÖ'ler genel olarak aynı din mensupları tarafından özel olarak ta küçük cemaatlerden oluşmaktadır. Şüphesiz ki dini sivil toplum örgütleri toplumun dengesi ve istikrarını sağlamak açısından

bakıldığında yüksek düzeyde rol üstlenmektedir (Ziya, 2001, s. 122). İnternet ve çeşitli sosyal medya mecraları da dini alanda hizmet veren sivil toplum mensuplarına inanılmaz avantajlar sağlamaktadır. Örneğin, Dini medya kuruluşu olan Lalegül TV internet ortamından yayın yaparak izleyicileri ekrana kilitlemeye çalışmaktadır. Lâlegül TV'de yayınlanan programlar Kuran dersleri, Hadis şerif dersleri, Bu haftanın Sohbeti, bir soru bir cevap vb. tamamen dini konuları kapsamaktadır.

1.8. STÖ'lerin Yapısal Özelliklerine Göre Sınıflandırılması

1.8.1. Uluslararası STÖ'ler

Uluslararası STK'lar (USTK), hükümetler arası bir antlaşma ile kurulmayan, devletten otonom, en azından bilinçli bir organik bağı olmayan, bu anlamda bağımsız hareket edebilme yetisine sahip, kar amacı gütmeyen, en az iki ülkede faaliyet gösteren, belirli bir misyonu olan ve bu misyonu gerçekleştirmek için bir kurumsal yapı altında toplanmış, kişi ve/veya kişi gruplarından oluşan bir yapılanmadır (Çalış, 2006, s. 11).

USTK'lar gerek ulusal gerekse uluslararası arenada bireysel ya da kolektif çıkarlarını korumak, devletleri ve diğer uluslararası örgütleri kendi amaçları doğrultusunda etkilemek amacıyla faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu yönlerinden dolayı STK'ların asıl amacının politik olduğu, görünürdeki amaçlarıyla asıl amaçlarının her zaman örtüşmediği de gündeme getirilmektedir. İlk olarak USTK'ların tıpkı devletler gibi güç sahibi aktörlere benzemeleridir. USTK'lar, uluslararası toplumun tümünü temsil etmeseler bile onların izni ve delegasyonu olmaksızın güçlerini kazanmaktadır. Uluslararası düzeyde temsil yeteneğine sahip olmamalarına rağmen "Ulus Üstü Sivil Toplum" standartlarına sahip olan STK'lar, diğer güç sahibi aktörler gibi dikkate alınmaktadır. İkinci olarak STK'ların küresel ölçekte hesaba katılmalarıdır. Üçüncü olarak USTK'lar için herkesçe meşruiyeti kabul edilen açıklayıcı tanım oluşturulamamasıdır. Dördüncü olarak bazı STK'ların finansal katkıda bulunanlar ve üyeler tarafından izlenebilmesi için iyi tanımlanmış yöntemlere sahip olmalarıdır. Beşinci olarak STK'lara olan güvendir. STK'ların inanılır kalmayı sürdürebilmeleri için, şeffaflıklarının giderek artması gerekmektedir (Karagül, 2006, s. 487). Örneğin, En güçlü uluslararası STK'lardan birisi olan Uluslararası Af Örgütü'nün (UAÖ) insan haklarının korumasına yönelik faaliyet programına sahip bulunmasına rağmen gerçek ilgi alanının

siyasal suçlular ve onların haklarını korumak olduğu görülmektedir. UAÖ'nün bu eğilimi uluslararası STK'ların itibarını yükseltmekle beraber, ulus devletlerin gücünü de zayıflatmaktadır.

1.8.2. Ulusal STÖ'ler

Bu tür örgütler kurdukları ve buldukları ülkede faaliyet yürütüyor. Dünyada en yaygın olan STÖ'lerin ulusal STÖ'ler olduğu söylenebilir vakıf, dernek, cemiyet, eğitim merkezi, kültür merkezi, işçiler odası gibi çeşitli isimlerle kurulan STÖ'lerin farklı il ve şehirlerde şube ya da temsilciliklerin olduğu görülmektedir. Örneğin 1970 yılında kurulan hukukçular derneğinin Türkiye'nin birçok şehir ve illerinde temsilcilikleri bulunmaktadır. Detaylı bilgiler hukukçular derneğinin resmi web sayfasında olduğu için teze aktarılmamaktadır.

1.8.3. Yerel STÖ'ler

Bu tür STÖ'ler hizmet kitlesini bir şehir ya da bir ilçe gibi küçük alan ile sınırlı tutarlar. Bu tür STÖ'lerin en önemli özelliği hizmetinin verimli olması, az sayıda çalışanlarla faaliyetlerini yürütebilmesidir. Örneğin, Ankara aydınlık ocağı derneği. Bundan başka kurulduğu amaçlara göre de kadınlar derneği, gençler derneği, emekliler derneği gibi birçok kuruluş bulunmaktadır.

1.8.4. Yabancı STÖ'ler

Yabancı STÖ'lerdeki kastedilen kuruluşları da ikiye ayırarak incelemek mümkündür. Bunlardan biri yabancıların kendi ülkelerinde kurdukları STÖ'leri başka bir ülkede temsil etmesi. Diğer biri ise mülteciler, göçmenler ve vatansız kimselerin diasporatik STÖ'leri oluşturmasından peyda olan STÖ'lerdir denilebilir.

1.9. STÖ'lerin Özellikleri

Sivil toplum ve STÖ'lerin tanımlarına bakıldığında STÖ'lerin farklı amaçlarla kurulacağına kanaat getirilmiştir. STÖ'ler çok çeşitli amaçlarla kurulsun da yurtseverlik, doğaseverlik, insan severlik, kar amacı gütmeme, gönüllülük, devlet kurumlarından bağımsız olma, insan haklarını savunma vb. gibi bir takım ortak özelliğe sahip olmaktadır.

Seyyar ve Adalı'(2004) STÖ'lerin özelliğini aşağıdaki biçimde özetlemektedir:

Gönüllülük: STÖ'lere katılmada gönüllülük esas alınması gerekmektedir. Bu durum örgütün kurulması ya da engellenmesinde hiçbir yasal düzenlemenin olmaması gerektiği gibi niteliktedir.

Kar amacı gütmemek: bu tür kuruluşlarda sadece sürekli olarak çalışanlar maaş alabilirler, kişisel menfaat veya kazanç için faaliyet göstermezler. Örgütün temel giderlerini sağlamak amacıyla gelir getirici faaliyetlerde biliyorlar ancak elde edilen gelir örgüt üyelerine dağıtılmaz, aksine örgüt hizmetlerine harcanır.

Vizyon ve bir ideale sahip olmak: Herhangi bir STÖ'nün kuruluş misyonu ve idealleri vardır. STÖ'ler bu temel çizgileri çerçevesinde belirli düzeyde sosyal sorumluluk ve görevler üstleneceklerdir. Eğer kurumsal misyon ve vizyon belirlenmemiş ise STÖ'lerin hedefini kaybeder ve temel varlık nedenini izah edemez hale gelir (Seyyar ve Adalı, 2004, ss. 113-119).

Yukarıda bahsedilen özelliklerine günümüz modern STÖ'leri göz önümüzde bulduğumuzda aşağıdaki özellikler eklenebilir:

Bağımsızlık (özerklik): STÖ'leri özerk kurumlardır, davranışları sadece hukuki ve kamu sistemi kısıtlamaları ve normlarına göre ayarlanmaktadır, bu nedenle özerklik derecesi çok yüksektir. Ürettikleri kamu refah teşebbüsleri gönüllülere dayalı olduğu için diğer sosyal özel kuruluşlar ve devlet kurumları kadar pasif değiller. Kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak sivil toplum örgütleri devlet daireleri veya güç merkezlerine bağlı değildir. Sivil toplum örgütlerinin bu özelliği topluma devletten bağımsız olarak hizmet etmesini mümkün kılar. Aynı zamanda hükümete paralel olarak var olur. Hükümetin tekel yönetiminden ve kamu mallarının yönetiminden kaynaklanan sorunları çözmek sivil toplum örgütlerinin gelişmesinin temel sebeplerinden biridir. Sivil toplum örgütlerinin yapıları demokrasinin gelişmesi, demokrasinin ve hukuk sisteminin iyi çalışması için itici faktörler geliştirmesini sağlar.

Örgütsellik: STÖ faaliyeti bir grup faaliyetidir, ayrı bir bireysel davranış değildir. Bu nedenle, sivil toplum örgütleri, bireysel davranış eksikliklerini ortadan kaldırmış ve kuruluşlarının geliştirilmesi için temel oluşturmuş ve halk için bazı yararlı faaliyetler düzenlemiştir. Aynı zamanda, STÖ'lerin örgütsel yapısı STÖ'lerin davranışını düzenlemek için nesnel bir temel oluşturmaktadır. Organize edilmiş bir faaliyet olduğu

için, sivil toplum örgütlerinin toplum ve yasalar tarafından etkili bir şekilde denetlenmesini nesnel olarak oluşturan faaliyet hedefleri ve kapsamı dikkat çekicidir.

1.10. STÖ'lerin İşlevleri

1.10.1. Uluslararası Düzeydeki İşlevleri

STÖ'ler Hükümetin ve uluslararası kuruluşların gözetimini yapmak işlevini görebilir. STÖ'ler uluslararası ve hükümetler arası kuruluşların anlaşmalarının, taahhütlerinin, planlarının ve projelerinin uygulanmasını izleyebilir ve uluslararası, hükümetler arası kuruluşların hükümetlerin uyumunu teşvik etmek için kabul ettiği kararların ve anlaşmaların uygulanmasını teşvik edebilirler. Aktif olarak denetim işlevlerini uygulayabilir ([https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%9E%E6%94%BF%E5%BA%9C%E7%BB%84%E7%BB%87#reference-\[2\]-78357-wrap](https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%9E%E6%94%BF%E5%BA%9C%E7%BB%84%E7%BB%87#reference-[2]-78357-wrap) Erişim: 24 Ekim 2019)..

Danışmanlık ve bilgilendirme faaliyetlerinde bulunma işlevi görür. Birleşmiş Milletler STÖ'leri faaliyetlerine katılmak üzere işe aldığı ve kurumsal bir bağlantı mekanizması oluşturduğunda, öncelikle STK'ların danışmanlık ve bilgi işlemedeki rolünü göz önüne alır. Ekonomik ve Sosyal Konsey ve Kamu Bilgilendirme Bakanlığı gibi STK'ların katılımına yönelik düzenlemeler, hem STK'lara danışmanlık hem de bilgi işleminin rolünü oynamak ve diğer alanlardaki etkilerini sınırlamak için tasarlanmıştır. Birleşmiş Milletler konferans salonlarında, özellikle konferansların hazırlanması sırasında, hükümetler belirli uzmanlık, teknoloji, hukuk ve politika alanlarında uzmanlığa sahip sivil toplum örgütlerine danışırlar (Gu, 2003, s. 26).

Uluslararası kuruluşların karar alma süreçlerini etkileyebilir. Özellikle Birleşmiş Milletler sistemi içindeki kuruluşlar uluslararası karar alma sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Geçmişte, BM sistemindeki STÖ'lerin temel rolü kararların ve anlaşmaların uygulanmasını kolaylaştırmaktı. On yıldan uzun bir süredir karar alma sürecini etkilemeye çalışıyorlar. Karar alma sürecine aktif olarak katılmak için gayret göstermekte ve uluslararası karar alma süreci üzerinde etkisini giderek arttırmaktadır (Gu, 2003, s. 28).

Sivil toplum uluslararası düzeyde, uzmanlık, farkındalık yaratma, insan haklarının izlenmesi, ihlallerin ve sorunların raporlanması konusunda katkıda bulunmaktadır. Sivil

toplum aktörleri yeni insan hakları standartlarının, mekanizmalarının ve kanunların oluşturulmasına yardım etmekte ve insan hakları konularında kaynaklarını ve desteklerini harekete geçirmektedir (Al-Hussein, 2014, s. 6).

1.10.2. Ulusal Düzeydeki İşlevleri

STK'lar bireylerin taleplerini geniş ve karmaşık bir sosyal yapıda dikkate almaya yardımcı olur. Bu kamuoyu faaliyeti yapay veya doğal olarak yapılabilir. Yeni bilgiler vermek veya uygun ortamları sağlamak ve belirli faaliyetleri gerçekleştirmek için gerekli kamuoyunu oluşturmak için dergi, broşür, gazete, kitap, radyo ve özellikle televizyon gibi birçok farklı araçlara başvurulabilir (Güloğlu ve Es. 2006, s. 150). Sivil toplum örgütlerinin kamuoyu nezdinde güvenilir bir konumda yer alması, kamu diplomasisi uygulamalarında da sivil toplum örgütlerinin işlevini ve etkisini artırmaktadır. Sivil toplum örgütlerinin söylem ve eylemlerine güven duyan, itimat eden bireyler, gruplar, partiler hatta uluslararası kitleler onların verdiği mesajları daha kolay kabul etmekte, işbirliği çağrılarına olumlu yanıt vermektedir (Özkan, 2016, s. 8).

Demokrasi kültürünü geliştirmek, toplumsal farklılaşmaya katkıda bulunmak, çıkarların bir araya gelmesine ve bunun savunulmasına aracılık etmek, bireye aidiyet duygusu ve kimlik kazandırmak, siyasal katılıma aracılık etmek, bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olmak ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmak (Çaha ve Çaylan, 2013, s. 18).

Günümüzde sivil toplum devlet ile birey arasındaki yapılar olarak kabul görülmektedir. Dolayısıyla çok geniş bir alanı tanımlayabilmektedir. Bu nedenle bazen sivil toplumu tanımlarken sivil toplumun ne olduğunu değil ne olmadığı üzerinde durulmaktadır. Sivil toplum bugün her şeyden önce siyasi topluma karşı olabildiğinden egemen otoriteyeve tekelleşmeye karşı gelmektedir. Bunun aracı da örgütlenmek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün STK'lar sivil toplumun kendini ifade edebileceği en önemli ve etkili araçlardır (Karakuş, 2006, s. 4).

Erözdem'e göre STK'ların işlevleri aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Erözden, 1998, s. 15):

- Kamuoyu oluşturarak bireylerin taleplerinin dile getirilmesine ve dikkate alınmasına yardımcı olmak

- Yapısal özelliklerine dayanarak çoğulcu bir toplum yapısının oluşması ve sağlanmasına katkıda bulunmak
- Gerek devletin uygulamalarına, gerekse serbest piyasa ekonomilerinin bazı mekanizmalarına karşı kamu yararının koruyucusu olmak
- Küreselleşme sürecinden verimli yararlanmak, ulus devletin çıkarları temelinde dünya çapında şirketlerin ülkelerinde kurulması ve gelişmesi için altyapı oluşturmak

1.11. Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum

Küreselleşme terimi, insan toplumunun gelişmesinde bir kavram ve bir olgu sürecidir. Küreselleşmenin birçok tanımı vardır. Genel olarak konuşursak, küreselleşme küresel bağlantıların sürekli artması, küresel ölçekte insan yaşamının gelişimi ve küresel bilincin yükselmesi anlamına geliyor. Ülkeler politikaya, ekonomiye ve ticarete bağımlı durumda. Küreselleşme, dünyanın ve küreselliğin bir bütün olarak sıkıştırılması olarak yorumlanabilir(<https://baike.baidu.com/item/%E5%85%A8%E7%90%83%E5%8C%96/489841?fr=aladdin> Erişim: 6 Mart 2019). Günümüzde sivil toplum kuruluşları, küreselleşme çağının politika oluşturan aktörlerinden biri olmuştur. Bu niteliği özellikle, toplumları yönlendirme konusunda önemli aktörlerden olmasından kaynaklanmaktadır (Talas, 2011, s. 391).

Küreselleşme ile birlikte uluslararası alanda eski yapı, kurum ve aktörler zayıflamakta ve siyasetin şekli ve eğilimleri değişmektedir. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme ile güçlenen aktörler ve gelişen yeni politikalar vardır. Küresel düzende küresel siyaseti belirlemeye aday yeni küresel aktörler ortaya çıkmaktadır. Ulus devlet, uluslararası sistemin temel aktörü olmuştur. Ancak küreselleşme sürecinde ulus devlet aktörünün yanında uluslararası kurumlar, çok uluslu şirketler ve sivil toplum örgütlerinin de temel aktörler olarak güçlendikleri görülmektedir. Bu yeni aktörlerin, ulus devletin yanında güçlenmeleri, çeşitli şekillerde ve boyutlarda olmaktadır. Bu nedenle bu aktörler arasında bir eşitlikten bahsetmek mümkün değildir (Yıldız, 2006 , s. 120).

1.11.1. Sivil Toplum ve Devlet

Sivil toplum ve devlet ilişkisini ele alırken şunu belirtmekte yarar vardır. Sivil toplum ve STÖ'ler komünist rejim devletlerinde hiçbir zaman özgür olamamıştır. Sivil

toplumun en önemli özelliklerinden olan devlet otoritesinden bağımsız olma, devlet politikalarını etkileme gibi faaliyetler devlet karşıtı olarak görülüp suç sayılmaktadır. Buna Çin ve Kuzey Kore örneği verilebilir. Bu tip ülkelerin rejimi modern çağımızda sivil toplumun belirleyici güçlerinden olan aydınları uyandırmakta ve rejim karşıtı örgütlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu da birçok zaman STÖ'leri devlet karşıtı olarak düşünenlerin argümanını tasdik etmektedir.

Dünya devletleri ile STK'lar arasındaki ilişkiler konusunda bir başlangıç tarihi vermek gerekirse, ilk ortaklık ilişkilerinin BM'nin 19 Haziran 1972 Stockholm Konferansında kurulduğunu söyleyebiliriz. Bu konferanstan sonra STK'lar Birleşmiş Milletler sisteminde daha etkin olmuşlar ve dolayısıyla artık dünyada siyasetinin aktörleri olarak daha güçlü bir şekilde varlık göstermeye başlamışlardır (Karakuş, 2006, s. 27). Özellikle 1980'lerden sonra sistemdeki dönüşüm hükümet dışı örgütlerin lehine gerçekleşmiştir. Bütün bu gelişmeler sonucunda bugün dünyada, insan hakları, demokrasi, çevre, nükleer güç ve barış hareketi gibi uluslar ötesi STK'lar ortaya çıkmıştır ve devletleri, diğer devletler ve kendi kamuoyunun ötesinde yönlendirir hale gelmişlerdir (Yılmaz, 2003, s. 320).

Genel olarak bakıldığında, Devlet-STK ilişkisinin “Yardımcı” (Supplementary), “Tamamlayıcı” (Complementary), “Daha Az Müdahaleci” (Adversarial) olmak üzere üç temelde şekillendiği söylenebilir. Birinci “Yardımcı” (Supplementary), Birinci kategorideki ilişki devlet tarafından yerine getirilmeyen hizmetlerin STK'lar tarafından gerçekleştirildiği durumlarda ortaya çıkar. Devlet tarafından taleplerin yeterince karşılanamaması, bu alana STK'ların girişine yol açmaktadır. Bu durumda, kamu harcamaları ile STK harcamaları arasında tersine bir ilişki söz konusudur. Yani, devlet daha fazla hizmet ürettikçe ve harcamalarını artırdıkça, STK'lar daha az harcamada bulunacaktır. İkincisi “Tamamlayıcı” (Complementary), devlet-STK ilişkisinde, STK'lar hizmet üretiminde devletin partneridir ve genel olarak görevi, büyük ölçüde devlet tarafından finanse edilen hizmetlerin dağıtımını yerine getirilmesine yardımcı olmaktır. Bu aşamada, STK ile devlet harcamaları arasında direk bir ilişki vardır. Yani, devletin harcamaları arttıkça, STK'ların faaliyetlerine olan yardımları da artacaktır. Üçüncüsü ise “Daha Az Müdahaleci” (Adversarial) ilişki olarak karşımıza çıkmaktadır. Üçüncü ilişkide ise, STK'lar, hizmet üretimi ve bu anlamda kamu sorumluluğunun yerine

getirilmesi amacıyla devleti sürekli teşvik etmekte, bu anlamda diğer ikisine göre daha düşük düzeyde bir müdahale söz konusu olmaktadır (Süleyman vd, 2010, s. 174).

Öte yandan devletin sivil toplum tarafından sınırlandırılması yanında sivil toplumun korunması ve gelişmesi için devlete ihtiyacı olduğu da bir gerçektir. Günümüzde liberal demokrasilerde, devletle sivil toplum arasındaki ilişkinin hayati olduğu söylenmekte, devletle sivil toplum arasında diyalektik bir ilişki olduğu ve sadece demokratik devletin demokratik bir sivil toplum yaratabileceği ve sadece demokratik bir sivil toplumun demokratik bir devleti yaşatabileceği ileri sürülmektedir (Aslan, 2010, s. 367).

Günümüzde sivil toplum ağırlıklı olarak demokrasi ve insan haklarına eğilmektedir. Gelişen ülkeler ya da az gelişen ülkeler bile insan hakları, demokrasi, özgürlük gibi uluslararası kavram yankılamaya başlamıştır. Bunun nedenlerinden biri ulus devletin artık önceki dönemlerdeki gibi itibarının kalmaması ya da sert bir deyişle sınırları içerisindeki siyasal, sosyal ve toplumsal problemleri çözememesinden kaynaklanmaktadır denilebilir. Başka bir nedeni ise halk beklentilerinin karşılığını alamayan ülkelerinden aşır uluslararası örgütlerden yardım istemektedir. Günümüzde sivil toplum ve STÖ'lerin faaliyetleri etkili ve yaygın olarak yansıdığı ülkeler demokratik ülkeler ve gelişen ülkelerdir. Bu ülkeler ABD, AB ülkeleri ve dahi Türkiye'yi kapsamaktadır. Yükselen hak- hukuk arzuları dünyanın siyasal, kültürel ve ekonomik olarak entegre olması sürecinde meydana gelen küreselleşme sürecinde daha çok zirveye ulaşmaktadır.

Küreselleşme sürecinin yansımalarından biri olan göç olayları sonucunda farklı ülkelerde farklı diasporatik sivil toplum örgütlerini de ortaya çıkmaktadır. Bu diasporatik örgütlerin bazıları yaşadıkları ülkedeki milli, dini, tarihi, kültürel bağı olan topluluklara hizmet vermektedir. Örneğin, AB ülkelerindeki Türk STÖ'leri, Türkiye'deki Afganistan göçmenler derneği, Doğu Türkistan vakfı vb. Asıl konumuza dönersek kendi ülkeleri dışında yaşamakta olan göçmenler ya da zorla sürgüne tabi tutulanlar: Tibet, Doğu Türkistan gibi ülkeleri işgal edilen halklar ve ülkemize demokrasi getireceğiz diye Çin komünist iktidarına karşı birleşmiş milletler örgüt (BMÖ), Avrupa Parlamentosu(AP), ABD kongrelerinde Çin komünistlik partisine (ÇKP) karşı yaşadıkları ülkelerin demokratik avantajları ve hukuken uygunluk çerçevesinde bağımsızlık, özgürlük,

demokrasi için hareket etmekte olan STÖ'ler de vardır. Tülay ve İlkay'(2006) Küreselleşmenin dışında, AB tarafından üye ve aday ülkeler üzerinde uygulanan politikalar da sivil toplum kavramının ve sivil toplum örgütlerinin yeniden canlanma sürecini hızlandırmıştır (s. 94), diye konunu daha da açığa çıkarmaktadır.

Diasporatik STÖ'lerin şekillenmesinde küresel siyasi, ekonomi ve kültürel bütünleşmenin yanı sıra totaliter istibdat ülkelerin zulmü ve baskılarının da payı vardır. Nitekim bunların faaliyetleri ağırlıklı olarak siyasi alanla demokrasi ve özgürlük mücadelesi ile yoğundur. Bu tür diasporatik STÖ'ler temsil ettiği halkların insan hakları, demokrasi bağlamında mücadele ettiği için, üstelik bu STÖ'lerin aktif yürütücüleri bulunduğu ülkenin vatandaşı olmasıyla devletin iç ve dış politikalarını etkilemekte, uluslararası ilişkiler ve diplomatik bağları kırmaya kadar uzayabilmektedir.

Genel olarak sivil toplum ve devlet ilişkisi zaman zaman gerilim içerisinde, zaman zaman dayanışma içerisinde, zaman zaman ise tamamlayıcı nitelikte ortaya çıkmıştır. Son olarak, diasporatik sivil toplumların doğuşu devlet ve sivil toplumun ilişkilerini yeniden gözden geçirmeyi gerektirmektedir.

1.11.2. Sivil Toplum ve Demokrasi

Kitaplarda, genel bir tanım olarak demokrasinin, bütün yurttaşların, aynı özgürlük ve siyasal katılım hakkına sahip olması anlamına geldiğini, siyasal denetimin doğrudan doğruya halkın ya da halkın seçimle belirlediği temsilcilerin elinde olduğu, tüm yurttaşların eşit sayıldığı yönetim biçimi olduğu kaydedilmektedir (Karaçay, 2018). Tarihi süreçte siyasi alanda yaşanan farklı değişim ve gelişimler sonucunda demokrasi kavramı da değişmiştir. Demokrasi kavramına ne atıf edilse edilsin değişmeyen tek şey demokrasinin temelinde halk, misyonunda halkın hakkını korumak yatmaktadır.

Demokratik anlayış için sivil toplum kurumları ve hareketleri bizatihi bir değer konumundadır. Bu kurumlar ve seslendirdikleri talepler, katlanılmak zorunda kalınan bir zül veya yönetime yardımcı olacak araçlar değil, başlı başına bir amaç olarak vardılar. Diğer bir ifade ile sivil toplum kurumlarının hayatiyeti demokratlık açısından ahlaki bir tercihtir. Sivil toplum demokrat bir yönetim biçiminin vazgeçilmez bir parçasıdır, çünkü sistemin çalışabilmesi ve meşruiyeti sivil toplumun işlevsel olabilmesine birebir

bağımlıdır (Mahçupyan, 2000, s. 61). Keyman' göre (2006) "Sivil toplumdan konuşmak demek, toplumu demokratikleştirmek demektir" (s.8).

Yaşadığımız yüzyıl demokrasi yaşamında oldukça önemli sayılabilecek bir değişim başlamıştır. Sürekli artan bir şekilde katılımcı demokrasi yayılmaktadır. Temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçilen ortamlarda devlet ile birey arasında yani seçen ile seçilen arasında köprü görevini üstlenen Sivil Toplum Kuruluşları odak noktası haline gelmiştir. Bu yüzyılda devlet yönetiminde olsun özel sektörde olsun yönetim anlayışı da bu değişimlerin etkisi ile yeniden tanımlanmaktadır. Geleneksel ve klasik anlayış ile hiyerarşik düzenler ve tepeden yönetilen organizasyonların egemen olduğu anlayışın giderek yok olduğuna tanık olunmaktadır. Yönetenlerle birlikte yönetilenlerin de katılımını ön plana çıkaran yönetim anlayışının egemen olmaya başladığı gözlemlenebilir. Artık her-kes kendi geleceğinin şekillenmesinde biraz daha aktif rol oynamaya daha çok sorumluluk üstlenmeye başladı. Özellikle kurumsal yaşamda çalışanların bireysel tercihlerinin ön plana çıkması, 3. sektörün büyümesinde ve sivil toplumun güçlenmesinde etkili olmaya başlamıştır. Eş zamanlı olarak özel sektörden STK'lara sponsorluk üstlenme bağış aktar-ma şeklinde kaynak transferine yönelik yaklaşımlarda da önemli boyutta büyümeler göz-lemlemeye başladı (Taşlıyan, 2006, s. 84).

Görüldüğü üzere sivil toplum, toplumun demokratikleşme sürecinde sadece fikir oluşturmakla kalmayıp, standartlar getirmekte, böylelikle bir siyasi bilinçlilik yaratmaktadır. Bilgilendirme süreci, aynı zamanda bir karar oluşturma süreci haline gelmekte ve sivil toplum ortak değerler üzerinde anlaşmaya varabilmektedir. Toplumun yeni ihtiyaçları ve haklarla ilgili gelişmelerin örgütlü sivil toplumun çabası ile gelişmesine imkân tanımaktadır. Baskı gurubu olarak sivil toplum farklı alanlarda vatandaşların hukuk düzeninde yer almalarına zemin hazırlamakta ve vatandaşların haklarını savunmaktadır. Mevcut hukuksal yapının uygulanma sürecinde sivil toplum ve STÖ'ler demokratikleşmenin gelişmesi için denetleyici olarak aktif rol oynamaktadır.

II. SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya kavramını tanımlamadan önce medya nedir sorusunu kısaca tanımlamakta yarar vardır. Türk dil kurumu internet sitesinde medyayı iletişim ortamı ve iletişim araçları (TDK, 2019) olarak tanımlamaktadır. Televizyon, radyo, gazete, dergi ve internet temelli iletişim araçları medyanın birer parçası olarak tanımlanabilir. Sosyal medya kavramına gelince çevrimiçi ortamda ve literatürde birçok tanımlamalar bulunmaktadır.

Sosyal medya sözcüğünün ilk sözcüğü, yani sosyal insanların diğer insanlar ile iletişim içerisinde olma ihtiyacını, diğer bir deyişle iş güdüşünü ifade etmektedir (Pınar, 2011, s. 3). Sosyal medya yeni bir kavram değildir, ilk önce “Sosyal Medya Nedir?” Adlı bir e-kitapta ortaya çıkmıştır. *Antony Mayfield*’(2006) sosyal medyanın kullanıcılara katılmak için büyük alan sağlayan yeni bir tür çevrimiçi medya olduğuna ortaya koymuştur. *Daniel Scocco*’(2009) sosyal medyanın kullanıcıların çevrimiçi olarak iletişim kurmasını ve paylaşmasını sağlayan web siteleri veya uygulamaların yanı sıra, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin çeşitli biçimlerinin bir koleksiyonu olduğuna inanmaktadır. Aynı yıl, *Ron ve Jones* (2009) sosyal medyanın, insanların konuştuğu, katıldığı, paylaştığı, iletişim kurduğu ve işaretlendiği bir çevrimiçi medya analogisi olduğunu öne sürmüştür (Yi, 2018)

Sosyal medya genellikle bireylerin ve toplulukların bir araya gelmesine, karşılıklı iletişim kurmasına, paylaşımında bulunmasına, ortaklaşa oyun oynamasına olanak sunan yazılım yığımını açıklamak üzere kullanılmaktadır (Boyd, 2009). Bu bakımdan sosyal medya, insanlar arasındaki bağlantı yoluyla yaratılan yeni bir medya biçimi anlamına gelmektedir.

Sosyal medya Web 2,0 desteğinden yararlanır ve bu da herkesin kendi için bir medya oluşturabilmesine kolaylık sağlar. Web 2,0 altyapısına dayanan bu iletişim ortamı

geçmişteki tek yönlü bilgi iletim zincirini, iki yönlüye değiştirmiştir. Bu nedenle birçok marka üreticisi sosyal medyayı tüketicilerle daha interaktif tanıtım faaliyetleri yürütmek için kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın bu özelliği sadece marka üreticileri için değil benzeri kurum ve kuruluşlara da kendilerini hedef kitleye tanıtma açısından olağan üstü olanaklar sağlamaktadır.

Erkan'(2010) sosyal medyayı web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan ve yeni medya olarak ifade edilen, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşturmaya ve iş birliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlamaktadır (Erkan, 2010, s. 21)

Bozkurt'e göre (2004) sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insani iletişim şeklidir. Sosyal medya iş dünyasına da damgasını vurmuştur. Markalar, işletme yöneticileri, reklamcılar, gazeteciler vb. gruplar tarafından da yoğun olarak kullanılan bir medya ortamına dönüşmüştür (Bozkurt, 2004, s. 50).

Genel olarak sosyal medya sosyal ağlar ve sosyal işbirliklerinden oluşan karşılıklı bilgi, fikir, görüş alışverişine ve paylaşım adayalı bir interaktif ortamın varlığını hayata geçiren bir geniş tabanlı platform olarak tanımlanabilir (Şapçı, 2015, s. 14).

2.1.1. Web 2,0 ve Sosyal Medya

Web 2,0 ve sosyal medya kavramları genellikle birbirinin yerine kullanılmakta, her ikisi de aynı şeymiş gibi bahsedilmektedir. Aslında, bu iki kavram birbiriyle oldukça ilintili olmakla birlikte birbirlerinden ayrı kavramlardır (Tuncer, 2013, s. 11). Çoğu zaman ve çoğu yerde bir birinin yerine kullanılan bu kavramlar temel noktalarda birbirlerinden farklılık göstermektedirler. Web 2,0 bir uygulamalar platformu iken, sosyal medya ise bu altyapıları kullanan iletişim araçlarının bütününe verilen addır (Yayla, 2010, s. 549).

"Web 2,0" kavramı 2004 yılında yayıncı operatörü *O'Reilly*'nin öncülüğünde devreye sokulmuştur. O'na göre medyanın sosyal olması için gerekli teknolojik altyapıyı temin eden, kullanıcıları hem içerik tüketici hem içerik yaratıcıya dönüştüren Web 2,0 dır. Sosyal medya ile yaratıcı tüketiciler arasındaki temel fark odak noktalarında. Yani sosyal medya içeriğe odaklanırken, yaratıcı tüketiciler bu içeriği yaratıcıları oluşturmaktadır. Bu üç kavram bir takım sonuçlara yol açmaktadır; ilk olarak Web 2,0

ortaya çıkışı kullanıcıların Web'e taşınmasını sağlamıştır, ikinci olarak, Web 2.0 altyapısına dayanan sosyal medya sayesinde güç merkezleri tüketiciyi önemsemeye başlamıştır. Son olarak ise, yaratıcı tüketiciler sayesinde değer üretimi de merkezden merkezsizliğe yani tüketiciye kaymaktadır (Pierre R & Berthon L, 2012, s. 262).

Web 2,0 içinde kullanıcılar artık sadece izleyici değil aynı zamanda aktif birer de kullanıcı halini almışlar, bir başka deyişle “yaratıcı tüketicilere” dönüşmüşlerdir (Tuncer, 2013, s. 9). Geleneksel Webden farklı olarak Web 2,0 kullanıcı etkileşimine daha fazla dikkat eder. Web 2,0 altyapısıyla kullanıcılar hem web sitesi içeriğini izleyen hem de web sitesi içeriğini oluşturan üreticilerdir. Bu internet üzerindeki her kullanıcının artık yalnızca İnternet okuyucusu değil, aynı zamanda İnternet'in yazarı olduğu, artık yalnızca İnternette gezinmediği, aynı zamanda bir dalga oluşturucu olduğu anlamına gelir; “Okumak” ın gelişimi “yazma” ve “ortak inşaatlar” a yöneliktir; pasif İnternet bilgisi almadan aktif olarak İnternet bilgisi yaratmaya kadar daha insancıldır. Kısaca, Web 2.0'ın, internet devriminde bilişim teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan geleceğe yönelik, tüketiciyi esas alan yeni nesil Webin tipik bir düzenlemesi olduğu söylenebilir.

Sosyal medya kavramı hakkında farklı yaklaşımlara çalışmamızın başında yer verilmişti. Web 2,0 ile sosyal medyanın farkını basit bir şekilde açıklamak gerekiyorsa, sosyal medya Web 2,0 teknolojileri ve felsefesi üzerine kurulmuştur. Sosyal medyayı bu kadar ünlü ve etkili kılan unsur ise yaratıcı tüketicilerin katkısıdır denilebilir.

Web 2,0'nın açık ve göze çarpan özellikler olarak şunlar söylenebilir:

Kullanıcı paylaşımı. Web 2,0 modunda, zaman ve coğrafi kısıtlama olmadan çeşitli görünümler paylaşılabilir. Kullanıcılar ihtiyaç duydukları bilgileri alabilir veya görüşlerini yayınlayabilir.

Bilgi toplama. Bilgiler ağda sürekli olarak toplanır ve kaybolmaz.

Çıkarlara dayalı topluluklar. Web 2,0 modunda belirli bir konuya ilgi duyan grupların toplanabileceği ve amaçları doğrultusunda üretim ve paylaşımında bulunabilecekleri söylenebilir.

Açık platform, aktif kullanıcılar. Platform tüm kullanıcılara açıktır ve kullanıcılar da belirli amaç kapsamında aktif olarak bu ortamlarda yer almaya meyillidirler

([https://baike.baidu.com/item/web2.0?fromtitle=web+2.0&fromid=222391#reference-\[1\]-733-wrap](https://baike.baidu.com/item/web2.0?fromtitle=web+2.0&fromid=222391#reference-[1]-733-wrap) Erişim: 24 Kasım 2019).

2.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Günümüzde sosyal medya artık sadece iletişim ortamı olarak nitelenmekten çoktan çıkmıştır. Siyasi sahadan sosyal topluma, kurumdan bireye, kültürden eğitime, spordan sağlık alanına, yeme içmeden eğlenceye kadar her alanda varlığını göstermekte ve bir takım özellikleri üzerinde barındırarak günden güne önemli bir konumda yer almaktadır.

Temel olarak internet teknolojileri ile sanal ağ üzerindeki platformların gelişmesiyle birlikte kendine yaşam alanı bulan sosyal medya geleneksel kitle iletişim araçlarından ayrılarak, kullanıcılarına daha etkin bir biçimde "iletişime geçme", "gündemi takip etme", "gündem belirleme" veyahut da "gündemin bir parçası olma" imkânı sunmaktadır. Bunu yaparken haleflerinden ayrılmasının sebebi, aslında bir araya topladığı ve birey olarak kimlik kazandırdığı kullanıcılarının tek bir çatı altında toplanarak her birine sınırsız ifade alanı ve ifade edebilme özgürlüğü tanınmasından ileri gelmektedir (Seren, 2018, s. 17).

Ayrıca sosyal ağların içeriğini oluşturanda tüketende kendi kullanıcılarıdır. Kullanıcıların her biri haberci, siyasetçi, sanatçı, yazar, şair, aynı zamanda bu habercilerin, siyasetçilerin oluşturduğu içeriği tüketen, okuyucu, dinleyici ve gözlemcileridir. Bu sebeplerle sosyal ortamlar, iletişim kurmak, herhangi bir faaliyette bulunmak, örgütlenmek, kitleleri peşinden sürüklemek, oyun oynamak, etkinlik düzenlemek gibi birçok sosyalleşme imkânını sunduğu için iletişim ve paylaşım devamlı ve süresizdir (Çizmeci, 2014, s. 390).

Farklı yaklaşımlar sosyal medyanın farklı özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Bu özellikleri Mayfield' (2008) beş alanda özetlemektedir:

İlk olarak katılım. Sosyal medya herhangi bir kullanıcıyı görüşlerini ifade etmeye veya geri bildirimde bulunmaya teşvik ederek medya ile izleyici arasındaki sınırı bulanıklaştırır. İkincisi açıklık. Sosyal medyanın büyük çoğunluğu kullanıcıları oy kullanmaya, yorum yapmaya ve bilgi paylaşmaya teşvik ediyor. Kullanıcıların bilgi edinme ve kullanma konusunda neredeyse hiçbir engelleri yoktur. Üçüncüsü iletişim. Geleneksel sosyal medyanın yukarıdan aşağıya iletişim yöntemiyle karşılaştırıldığında,

sosyal medya iki yönlü iletişimi mümkün kılar; bu, medyanın kullanıcılar ile iletişim kurabileceği ve kullanıcılar ile iletişim kurabileceği anlamına gelir. Dördüncüsü topluluk. Sosyal medya, kullanıcıların aynı ilgi alanlarına dayanarak çeşitli topluluklar oluşturmalarına yardımcı olabilir ve aynı topluluk içinde iletişimi daha kolay hale getirebilir. Beşinci bağlana bilirlilik. Çoğu sosyal medya, kullanıcıları diğer web sitelerine veya kaynaklara bağlayan bağlana bilirlilikleriyle popülerdir (Mayfield, 2008, s. 5).

2.3. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı

Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında, sosyal medya, bilginin üretilmesi, yayılması ve alınması konusunda yıkıcı değişikliklere karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medya esas olarak yetkili kuruluşlar veya bireyler tarafından yayımlanmaktadır, bilgiler yukarıdan aşağıya doğru yayılır, alıcılar bilgiyi yalnızca pasif olarak alabilirler, ancak bilgiyi başkalarına tekrar yaymak için bir dağıtıcı olarak davranmalarına rağmen, bilgiler hakkında anında geri bildirim sağlayamazlar. Sosyal medyanın öne çıkan özelliği kullanıcıların yayma için resim ve videolar gibi bilgileri aktif olarak yayınlamalarına olanak sağlayan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriktir ve kullanıcılar bilgi alırken bilgileri yeniden dağıtıcı olarak yaymaya devam edebilir, böylece bilginin yayılmasını tek yönden değiştirebilir “tekten çoğa” dan “çoktan çoğa” değişen iki yönlü dolaşım, böylece kullanıcı katılımını büyük ölçüde artırır ve bilginin yayılmasını hızlandırır (Xiu, 2016, s. 8).

Yapısal olarak sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki bazı farklar şunlardır:

İletişim yapısı: Hem sosyal medya hem de geleneksel medya dünyaya yayılabilir. Ancak, geleneksel medya çoğunlukla merkezi organizasyon yapısına, üretim ve satışa aittir. Sosyal medya genellikle düzdür, hiyerarşik değildir, çoklu üretim veya kullanım gereksinimlerine göre farklı şekillerdedir.

Kullanım: Geleneksel medyayı kullanabilen kişilerin çoğu medyanın hükümeti veya özel sahipleridir, örneğin, büyük bir gazetenin başlığı, gazetenin yayın organı tarafından belirlenir. Sosyal medya halk tarafından ucuz veya ücretsiz olarak kullanılabilir, örneğin, çevrimiçi *bloklara* herkes ücretsiz başvurabilir ve başvuru sahipleri *blog* içeriğini istedikleri zaman düzenleyebilir.

Mesleki gereksinimler: Geleneksel medyaya giriş için profesyonel eşik yüksektir. Örneğin, tam zamanlı gazeteciler, fotoğrafçılar, editörler, finans departmanları ve hukuk departmanları gereklidir. Sosyal medya için profesyonel eşik değeri nispeten düşüktür, genellikle orta düzeyde bilgi okuryazarlığı seviyesi yeterlidir.

Anlık: programın içeriğine göre, geleneksel medya birkaç gün, hafta ve ay üretim süresi harcamaktadır. Sosyal medya ise kısa ve hafif grafiklerin tercih edilmesinden dolayı üretim süresini bir güne, birkaç saate, birkaç dakikaya düşürmüştür. Bazı geleneksel medyalar haberleri istediği zaman yayınlamayı umarak sosyal medyanın eşliğindedir.

Sabitlik: Geleneksel medyanın içeriği yayımlandıktan sonra, haber gazeteleri, radyo, televizyon, filmler, vb. Gibi ortamlarda değişiklik yapmak neredeyse zordur. Cevaplamak veya düzeltmek gerekirse, ertesi gün gazetesi, bir sonraki yayın gibi bir sonraki sürüme kadar beklemek gerekecektir. TV'nin bir sonraki sürümü, filmin yeniden düzenlenmiş hali, daha fazla insan gücü ve zaman harcamayı gerektirir. Sosyal medya genellikle her zaman, her yerde güncellenir (<https://baike.baidu.com/item/社交媒体/1085698?fr=aladdin> Erişim: 4Mart 2019).

2.4. Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medya günümüzde birçok etkinliğe imza atarak meydana gelen toplumsal olayların birçoğunda etkin rol üstlenmektedir. Sosyal medya ismi verilen ortam ve araçlar insanları bir araya getirdiği gibi, belirli amaç doğrultusunda örgütlenmiş toplulukları da bir araya getirmektedir. Belirli birey ve toplum başka bir deyişle kurum ya da örgütler hareketlerini, eylemlerini ve haberlerini yayınlayacakları bir yayın mecrası oluşturmaktadır. Günümüzde örnekleri giderek artış gösteren, dünyanın çeşitli bölgelerinde görülen toplumsal hareketlerin eylem ve iletişim ortamı olması sosyal medyanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini anlamamızı gerekli kılmaktadır.

2.4.1. Sosyal Medyanın Bireyler Üzerindeki Etkisi

Geleneksel medyanın aksine, bireyler sosyal medyanın etkisinde ve etkileşiminde iki taraflı etkileşimlerde. Sosyal medyada bir birey gelen mesajlardan etkilenir ve diğer bireyleri ve toplumu etkileyen süreçlere katılır. Sosyal medya bu yönü ile eğlenceli ve çekici bir etkileşimli spiral yaratılmaktadır (Alav, 2012, s. 5). Kullanıcılar arasında kısa sürede

yeni bir ilişkinin kurulmasını sağlamak ve yine kısa sürede ilişkilerin sonlandırılmasını kolaylaştırmak sosyal medyanın önemli etkilerindedir (Tutgun ÜnaL, 2015, s. 69).

Sosyal medyanın sağladığı açıklık ve katılım özellikleriyle kullanıcılar sosyal medya üzerinden örgütlenebilmekte ve bu örgütlenmeyi gerçek dünyada yansıtmaktadır. Başlangıçta sadece gençlerin vakit geçirdiği ve gereksiz bir uğraş ortamı olarak görülürken, daha sonraları siyasal hareketlerin bu mecraları kullanarak örgütlenmesiyle ve büyük bir insan potansiyeline hitap etmesiyle öneminin farkına varılmıştır (<http://www.dijitalhayatakademisi.com/sosyal-medya-ve-toplum/> Erişim: 12 Mart 2019). Çok farklı politik görüşlere sahip olan ancak tek bir konuda ortak bir fikre sahip olan topluluklar, sosyal medya tarafından yaratılan ortamı seslerini ifade etmek ve ilgili gündem sorunları ile hızlı bir şekilde başa çıkmak için kullanabilirler (<http://www.biakraporu.org/docs/rapor.kisim5.bolum04.pdf> Erişim: 13 Mart 2019).

Sosyal medyanın temeli özgürlüktür. Bireyler sosyal ağlarda hem gerçek hem de sanal bir dünyada yaşadığı hissine kapılır. Gerçektir, çünkü gerçek kişilerle somut olaylar üzerinde iletişim kurabilir, aynı zamanda sanaldır, çünkü kendini kimlik bilgilerini adını, işini değiştirerek aslında hiç olmadığı bir kişiliğe bürünerek hiç tanımadığı ve tanımayacağı insanlarla iletişim kurabilir. Paylaştıkları içeriğin denetimi, kullanımı vb. her şey kullanıcının elindedir. Toplumca doğru ya da yanlış her şeyi istediği biçimde paylaşabilir. Küfür içerikli ve zararlı yayın bile olsa site yönetimi tarafından tespit edilip kaldırılıncaya kadar bireysel hesap sahibi amacına ulaşmış olur (Sepetci, 2017, s. 30).

Bireyler açısından değerlendirmek gerekiyorsa, sosyal medya bilinç ve amaç temelinde kullanılırsa bireylerin ülkesi ve dünya hakkında güncel yenilikleri takip etmesini kolaylaştırır. Ufuk'unu genişletir. Dünyada bireyler arasındaki demokrasi ve özgürlük talebinin yayılmasında ve artmasında güçlü bir iletişim aracı olarak kullanılmakta olan bu araçlar az gelişmiş veya gelişmemiş ülkelerde yaşayan bireylere siteler sayesinde gelişmiş ülkelerdeki refah ve demokrasi seviyesini öğrenme, dünyayla bütünleşme imkânı sağlamaktadır. Bu durum protestoları ve isyanları da beraberinde getirmektedir. Aynı zamanda bu ağlar toplum ve politikacı arasındaki iletişimi de oldukça arttırmaktadır (Engin, 2011, s. 36).

Sosyal medya ve ağlar, kamusal ve yarı kamusal söylemin temel bir alanı haline gelmiştir. Bilgiye erişimi arttırarak ve kamusal tartışmalara katılım engelini büyük ölçüde

azaltarak demokratikleşme potansiyellerini göstermişlerdir, ancak son birkaç yıl sosyal medyada mevcut olan risklerin bir kısmını da göstermiştir. Katılımın önündeki düşük engeller, dezenformasyon yaymak, paydaşları korkutmak ve serbest konuşmayı bastırmak suretiyle seçim bütünlüğünü baltalamaya çalışan çeşitli devlet ve devlet dışı aktörler tarafından kullanılmaktadır (<https://democracy-reporting.org/country/social-media-and-democracy/>Erişim: 10Aralık 2019). Sonuçta bireyler farkında olmadan sosyal medyanın kurbanı konuma düşebilmektedir.

2.4.2. Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi

Sosyal ağlar, insan hayatında önemli bir yer tutarken, aynı anda toplumsal yaşam üzerinde de derin ve etkileyici izler bırakmaya başlamıştır. Ticari, siyasi, kültürel her alanda, sosyal ağlar günlük yaşamın olmazsa olmazı haline gelmiştir. İletişim, tanıtım, reklam, pazarlama faaliyetleri gibi birçok alanda başı çeken sosyal ağlar kişilerin yanı sıra kitleleri de harekete geçirme gücüne sahiptir. Sanal ortamda yapılan protestolar, eylemler ya da bu eylemleri gerçek hayata geçirme konusunda oldukça başarılıdır. Çünkü burada bireyler ne gerçek ne de hayaldir. Yaşadıkları şey, görünmedikleri için hem çok güvenli ve cesaret verici, hem de bir o kadar tehlikeli olabilmektedir. Aslında orada herkes olmak istediği kadar ve olmak istediği şekildedir (Sepetci, 2017, s. 32).

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle sistemdeki dijitalleşmeyle birlikte kültürel anlamda küreselleşme hız kazanarak devam etmektedir. Kültürel bağlamda küreselleşmeye sebep olan bu durum, yeni iletişim sistemlerinin özelliği olan “yakınsama” kavramıyla açıklanmaktadır. Yakınsama, benzer hizmetlerin farklı şebekeler vasıtasıyla taşınması ya da televizyon, telefon veya bilgisayar gibi iletişim araçlarının bir araya getirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Aktaş, 2014).

Toplumsal yapıyı kitle iletişim ve sosyal medya ekseninde değerlendirildiğinde yapı içerisinde yer alan yasal örgütlü en büyük güç olan devletlerin yapılarında yer alan üç büyük güce (yasama, yürütme ve yargı) bir dördüncü güç olarak da sivil toplum gücü olan medya eklenmiştir. Medya, içinde buldukları toplumların ve devletin yapısal, siyasal, ekonomik ve demokratik güç durumlarına göre yer edinirler. Medya, içinde bulunduğu toplum yapılarındaki zayıflıklardan yararlanırlarsa yani üç büyük Erk’i kontrol edebilme ve yönetme gücünü elinde bulundurursa o toplumlarda doğrudan birincil güç haline gelebilmektedirler (Alay, 2012, s. 8). Sosyal medyanın sahip olduğu

temel özellikler sivil toplumun dördüncü olan medya gücünü daha güçlendirmiş ve özgürleştirmiştir. Bunun sonucu olarak toplum üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri de paralel olarak artmaktadır.

2.4.3. Sosyal Medyanın Siyaset Üzerindeki Etkisi

Medya ortaya çıktığından buyana doğal olarak siyaset, ekonomi ve toplum ile yakın bir ilişkisi içerisinde olmuştur. Sosyal toplumdaki malumatları toplama ve toplumu bilgilendirme işlevini üstlenen medya aynı zamanda siyasal hareketlerin de önemli bir unsurudur (McKnight, 2005, s. 11). Sosyal medyanın etkileşimli, taşınabilir özelliklerinin gelişmesiyle halkın bireysel olarak siyasal faaliyetlerde bulunmasına, toplumsal hareketlere katılmasına zemin sağlamasıyla da göze çarpmaktadır.

Sosyal medyanın siyaset alanındaki etkisinin ağırlıklı olarak siyasal iletişime yönelik olduğu söylenebilir. Siyasal iletişim siyasal ve sosyal konular arasında gerçekleşen bilgi aktarımı olup gerekli siyasi bilgileri elde etme sürecidir. Aziz'(2014) Siyasal iletişimi şöyle tanımlamaktadır:

Siyasal iletişim siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmalarıdır (Aziz, 2014, s. 3).

Ming'e göre (2009) ise siyasal iletişim, "siyasal sistemi, medyayı ve kamuoyunu kapsamaktadır" (Ming, 2009, s. 52). Sosyal medyanın önemli bir başarısı, kamuoyunun en önemli meselelerini sıralamak için yayınları kullanması ve politik gündemin bunlardan etkilenmesidir. Sonuç olarak, siyasi liderler, fikir liderleri, baskı grupları ve lobi grupları medyanın konular arasındaki etkinliğini kontrol edemez. Son zamanlarda her alanda önemli okumda yer almaya başlayan sosyal medya olumlu ya da destekleyici bir durumun siyasi karar alma sürecini hızlandırılmakta ve olumsuz, oyalayıcı içeriklerin yayılmasını yavaşlatmakta ya da önünü kesmektedir (Doğan, 2018, s. 428).

Geçmişte siyasal güçlerin yapısı, kaynakların ve statünün maddi özelliklerine dayanırdı. Bu özelliğe sahip olanlar siyasette belirleyici konumda idi. Ancak Web 2,0 teknolojisinin etkisi altında, özellikle sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla, sıradan insanların bilgi edinme kanalı ve fikir alışverişi ortamı oluşmuştur. Bu durum çeşitli

ülkelerdeki siyasal modellerin dengesizliğine neden olmuş, eski siyasi modeli değiştirmiştir.

Sosyal medya ile güç yapısı kontrol tipinden dikey tipe, merkezi olmayan tip ve etkileşim tipine dönüşmüş, kişisel ifade özgürlüğü ve siyasal katılım güçlenmiş ve eski teknokratların kusurları sürekli olarak ortaya çıkmaya başlamıştır. Sosyal medya ortamında sosyal şikâyetler ve memnuniyetsizlikler dolaşmakta, koordine edilmekte ve yayınlanmakta ve daha sonra sokak politikalarına, kare politikalara veya kamuoyu politikalarına dönüşmekte ve nihayetinde eski yönetim düzenini etkileyen büyük bir güç oluşturmaktadır (Fu, 2004, s. 247).

Sosyal medya, dünya çapında vatandaşlar arasında demokrasi ve özgürlük talebinin yayılması ve artırılmasında güçlü bir iletişim aracı olarak hizmet vermektedir. Bu yeni yapıda, kamu politikalarını formüle etme ve uygulama süreci, vatandaşları merkezi yönetim ve tek yönlü yönetim yerine idari birimlerle etkileşime girmeye ve işbirliği yapmaya zorlayabilecek yeni bir yaklaşım gerektirmektedir. Sosyal medya yönetim prosedürlerinin şeffaflık, özgürlük ve demokrasi ilkelerini dikkate almalarını zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, sosyal medya platformları temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişte önemli bir rol oynamaktadır (Aydın, 2014, s. 202).

Seçim kampanyalarında ve siyasi parti propagandasında yeni iletişim teknolojileri aktif olarak kullanılmaktadır. İnternet üzerinden siyasi dünyadaki tüm gelişmeler anında öğrenilebilmekte ve ülkenin gündemini değiştirebilmektedir (Fidan, 2016, s. 117). Siyasi sistem perspektifinden bakıldığında, politik değer ile sosyal sistem (çevre) arasındaki otoriter değer dağılımının konusu olan etkileşim bir “girdi” (istek ve destek) - çıktı (karar ve eylem) -Geri bildirim sürecidir (Eston, 1989, s. 35). Sosyal hareketlerde katılımcılar sosyal medya aracılığıyla siyasi beklentilerini ortaya kayarak girdi (istek ve destek) - çıktı (karar ve eylem) sürecini tamamlamaktadır.

2.5. Sosyal Medyanın Türleri

Günümüzde gün geçtikçe büyüyen, sürekli güncellenen, sosyal medya olarak adlandırılan bu mecralar, herkese açık olması, kullanım kolaylığı, maliyetinin düşük ya da neredeyse ücretsiz hale gelmesi nedeniyle tanılan sosyal etkileşim ortamlarıdır. Açık olan o ki sosyal medya mecraları ne denli çeşitli olursa olsun en büyük özelliği olan

etkileşim niteliğini korumakta ve geliştirmektedir. Ancak sosyal medya mecralarının paylaşım niteliği, içerik türü, kullanım sahalarına göre bazı türlere ayrılmaktadır.

Şapçı' (2015) Sosyal medyayı basit bir şekilde iletişim siteleri (*blog* sayfaları, *Microblog* siteleri, sosyal ağlar), işbirliği siteleri (*Wikipedia*) ve multimedya siteleri (*Flicker* resim paylaşım sitesi, Youtube video paylaşım sitesi) olmak üzere üçe ayırırken (s. 15), Göksu'(2016) Sosyal medyayı sosyal ağlar, bloglar, microbloglar ,wikiler, podcastler, forumlar, içerik paylaşım toplulukları olmak üzere 7'ye ayırır (Göksu, 2016, s. 21-22).

Akar'a göre (2010) ise sosyal medya platformlarını sekiz ana başlık altında toplamak mümkündür bunlar:

- Bloglar
- Microplalar
- İnternet forumları
- İnceleme ve değerlendirme siteleri
- Sosyal haber ve sosyal işaretleme siteleri
- Paylaşım siteleri
- Sanal dünyalar (s.53).

2.6. Sosyal Medya Platformlarından Bazı Örnekler

2.6.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar kullanıcıların sosyalleşmelerini ve karşılıklı iletişim kurmalarını sağlayan web sitelerini veya web servisleri ifade etmektedir (Akarsu, 2016, s. 349).

Sosyal medyanın dikkat çekmesinde büyük öneme sahip olan sosyal ağlar bağlantı listesinin ve diğer kullanıcıların paylaşımını ve kitlelere ulaşmak için gerekli profilleri paylaşmayı sağlayan web tabanlı bir hizmettir(Vural & bat 2010, s. 3355). Kullanıcılar sosyal ağlar vasıtasıyla çoğunlukla herhangi bir ücret ödmeden girdikleri sitede özel profillerini oluşturabilmekte ve diğerleri ile iletişim kurmaktadır. En yaygın olarak kullanılan sosyal ağlar Facebook, Myspace ve LinkedIn siteleridir (Göksu, 2016, s. 21). Aşağıda sosyal ağların örnekleri verilmektedir.

2.6.1.1. Facebook

Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından Şubat 2004'te kurulan Facebook Günümüzde üzerinde en çok konuşulan sosyal ağ platformlarından biri olup 2006'dan buyana yaygın olarak kullanılmaktadır. 2006 yılında, dünyanın her kesiminden belli bir yaşın üzerindeki kişilerin kullanımına açıldığından buyana üye sayısında çok büyük artışlar olmuştur (Kırcova ve Enginkaya, 2015, s. 51). 2018 sosyal medya kullanım istatistiklerine göre Facebook 2,1 milyar kullanıcı ile birinci sırada karşımıza çıkmaktadır (Bayrak, 2019).

Bir Facebook hesabını başarıyla kaydettikten sonra, kullanıcılar kişisel bir ana sayfa oluşturabilir, diğer kullanıcıları arkadaş olarak ekleyebilir, bilgi alışverişinde bulunabilir, kişisel durumlarını ve resimlerini gönderebilir, video paylaşabilir, farklı uygulamalar kullanabilir ve arkadaşlar durumlarını güncellerken bildirim alabilir. Ayrıca, kullanıcılar meslektaşlar veya sınıf arkadaşları tarafından oluşturulan ve ortak tartışmalara katılmak ve içerik paylaşmak için ortak bir ilgi grubuna katılabilirler. Kısacası birey ve kurumlar istediği içeriği paylaşabilir ve hedef kitleleri ile karşılıklı fikir alışverişinde bulunabilirler

Dave Kerpen'e göre (2011) Facebook genel olarak bireysel profiller, gruplar ve sayfalar olmak üzere üç başlık altında hizmet vermektedir;

Bireysel profiller, kişilerin birbirlerinin bilgilerini görüp paylaşabilmeleri için kaydolmaları, ilgili bilgileri girmeleri ve ilgili bilgileri paylaşmaları ve diğer profillerle arkadaş olmaları, karşılıklı birbirlerinin bilgilerini ve paylaşımlarını görebilmeleri söz konusu olmaktadır.

Gruplar, herhangi bir konuya veya ilgi alanına yönelik olarak grup oluşturup başkaları eklemek veya katılma yoluyla diğerlerin gruplarına katılmalarını sağlayan sayfalardır.

Sayfalar "beğenme" ile abone olan sayfalardır. Genellikle "hayran sayfaları" olarak tanımlanabilir. Sayfalar, firma, şirket veya kuruluşların daha fazla kullandığı bir hizmettir (Aktaran: Akkaya, 2013, s. 28).

2.6.1.2. Myspace

Dünya çapında 300 milyondan fazla üyesi ve 110 milyon aktif günlük kullanıcısı olan Myspace ağırlıklı olarak müzik endüstrisine odaklanmaktadır. Bugün Facebook'un yapısına benzer bir içerikle çalışmak üzere kurulan Myspace, istenen seviyelere ulaşamadığı ve araya girme süresi içinde kar elde edemediği için müzik endüstrisini esas olarak hizmet vermeye devam etmektedir. Toplam üyeleri 14,2 milyon müzisyen ve müzik grubu üyesinden oluşmaktadır. Myspace, dünyanın en büyük dijital müzik kütüphanesidir ve günde 53 milyon şarkı, video ve günde 13.000 şarkı yüklenmektedir (<https://Myspace.Com/Pressroom/Aboutmyspace> Erişim: 11 Mart 2019). Myspace'in en önemli özelliklerinden biri herhangi bir kullanıcılara ücretsiz şarkı ve müziklerini paylaşma olanağı sunması ve sanal ortamda kullanıcıların birçok kitleyi kendilerine çekebilmesine imkân tanımasıdır.

2.6.1.3. LinkedIn

LinkedIn 2002 yılında kurulan ve 5 Mayıs 2003 tarihinde herkese açılan iş odaklı bir sosyal ağıdır. Kullanıcıların profesyonel ağlarını kurması ve ağlarıyla bağlantıya geçmesi üzerine kurulu olan LinkedIn, bir iş arama platformu olarak da kullanılmaktadır. LinkedIn, bireylerin yanı sıra şirketler için de kullanıcıların profesyonel çevrelerini genişletmelerine ve bilgi ve görüşlerini geliştirmelerine yardımcı olacak fırsatlar sunar (Çetin, 2017). Basit anlamıyla LinkedIn, profesyonel işyerleri, çalışanları, iş ve staj arayanları bir araya getiren bir kariyer portalıdır (Yalçın, 2016, s. 190).

2.6.1.4. QQ

QQ, Wechat ve Weibo gibi sosyal ağlar dünya üzerinde en çok kullanılan sosyal ağlar arasında gösterilmektedir. Bahsedilen bu ağların Çin menşeli olup, bu mecraların hayli uzun yıllardır kullanımda olduklarını söylemek gerekmektedir.

Örnek vermek gerekirse QQ 1999 yılında Çin'in "hükümet çevrimiçi projesi" kapsamında hayata geçirilmiştir. Her ne kadar kurulduğu ilk yıllarda çok etkin veya çok geniş bir yelpazeye sahip olmasa da zaman içerisinde kayda değer bir büyüme göstermiştir. Batı medyası bu programı Doğu'nun Facebook'u olarak tanımlamaktadır. Ancak, Çinli uzmanların bu tabire çok sıcak bakmadıklarını ve dikkat edilmesi gereken noktanın, QQ ağının Facebook'tan yaklaşık beş yıl önce kurulmuş olduğunu dile

getirdiklerini ifade etmek gerekir. Yine de dünya genelinde çokça tanınan bir ağ olmasa da QQ Çin ve doğu Asya'da oldukça popüler bir sosyal ağ uygulamasıdır.

2.6.1.5. Wechat

Birçok insan için yabancı olan sosyal ağ sitesi olan Wechat Çin ve güney doğu Asya ülkeleri en çok tercih eden platformdur. Wechat akıllı terminaller için anında mesajlaşma hizmetleri sağlamak amacıyla 21 Ocak 2011 tarihinde Tencent teknoloji firması tarafından başlatılan ücretsiz bir uygulama olup Zhang Xiao Long tarafından üretilmiştir(<http://www.chinastor.org/GuoNeiXinWen/8699.html> Erişim: 11Mart 2019)

Wechat, çapraz işlem yapan operatörler ve çapraz işletim sistemi platformları üzerinden ücretsiz SMS'nin (video tüketimi, video, resim ve metin) ağ üzerinden hızlı iletimini destekler. Aynı zamanda, "sallamak", "sürüklenme şişesi", "arkadaş çevresi", "ortak platform", "sesli not defteri" ve benzeri hizmet eklentileri, akış ortamı içeriğini ve konum tabanlı sosyal eklentiyi paylaşma imkânı sunar (Hong, 2014). Gün geçtikçe küçük uygulamaları çoğalan Wechat'ın en dikkat çekici özelliklerinden biri Wechat pay ya da Wechat ödeme uygulamasıdır. Kullanıcılar *online shopping*, bilet, otel rezervasyonu yapmadan küçük alışverişlere, taksi çağırma ve yaptığı alım satımlarda nakit yerine Wechat'ın QR kodlu ödeme uygulamasını kullanmaktadır.

2.6.2. Bloglar

Blog, farklı kişilerin ve takipçilerin bilgilerini, ilgi alanlarını, hobilerini ve uzmanlıklarını paylaşabilecekleri web tabanlı bir sistemdir (<https://www.blogacmak.com/blog-nedir/> Erişim: 3 Ekim 2019).

Sosyal medya ağlarının bir parçası olan Blogların çoğu belirli konular hakkında inceleme veya haber vermeye odaklanır. Blog içeriğinin çoğu metin tabanlıdır, ancak sanat, fotoğrafçılık, video, müzik ve podcasting gibi çeşitli konulara odaklanan bloglar vardır.

Basit bir deyişle blog kullanıcılar tarafından görsel ve işitsel içerikler paylaşılan ve gönderiler hakkında okurların yorum da bulunmasına izin veren sanal ortam günlükleridir denilebilir. Mayfield (2008)'in de bahsettiği gibi belki de en iyi bilinen sosyal medya platformlarıdır (s.8). Örneğin, isteyenler blogger ve WordPress'den kendi

bolgalarını oluşturabilir. Günlüklerini, düşüncelerini sanal ortamda arkadaşlarıyla paylaşabilir, iyi yazılarıyla takipçi edinebilir.

Tam olarak karşılığı olmasa da Türkçe 'ye "ağ günlüğü" olarak geçen blog terimi, "Web" ve "Log" kelimelerinin bileşiminden oluşmuştur. Web yayıncılığı anlamında farklı bir çözüm sunan blog, bilgi paylaşımı alanında işlevsel bir alan da yaratmaktadır. Bilginin yaygınlaşmasına, iletişim ağının genişlemesine, özellikle belli sektör ve ilgi alanlarına dâhil olan insanların bir platformda buluşmasına olanak vermektedir. Bu anlamda kurumsal ya da ticari kimliğe sahip blog sahiplerine, etkili bir halka ilişkiler ve müşteri ilişkileri yönetimi pratiği yapma fırsatı da verebildiğini söyleyebiliriz (https://kobitek.com/blog_nedir_Erişim: 11Mart 2019).

2.6.2.1. WordPress

WordPress erişilebilirlik, performans, güvenlik ve kullanım kolaylığını vurgulayan herkes için tasarlanmış bir yazılımdır. WordPress 2003 yılında Mike Little ve Matt Mullenweg'in b2 / cafelog şubelerini oluşturmasıyla başladı. O zaman bile, zarif, iyi tasarlanmış bir kişisel yayıncılık sistemine ihtiyaç duyuldu. Bugün, WordPress PHP ve MySQL üzerine kuruludur ve GPLv2 altında lisanslıdır. Ayrıca, web sitelerinin% 34'ünden fazlası için tercih edilen platformdur. WordPress açık kaynak projesi, yetenekli ve hevesli geliştiricilerin, tasarımcıların, bilim adamlarının, blog yazarlarının ve daha fazlasının desteğiyle zaman içinde yavaş yavaş gelişti (<https://wordpress.org/about/> Erişim: 29 Ağustos 2019).

Uzun hali ile (Content Management System), yani Türkçe anlamı olarak içerik yönetim sistemi olarak söylenmesi mümkün olan WordPress genel anlamda her ne kadar blog sistemleri üzerinde, bir makale yazma ile birlikte düzenlemede kullanılıyor olsa da yine de akla gelebilecek tüm içeriklerin de düzenlenmesi yapılabilmektedir. Özellikle de sayfa açılışları ve indexlenişi çok hızlı gerçekleşir. Dünya üzerinde en fazla kullanımı olan ve özellikle de blog alt yapılarını düzenlemek amacı güden WordPress için herhangi bir ücret ödenmez, o açık kaynak kodlu bir sistemdir (İnanç, 2018).

Wordpress kendi içerisinde wordpress.com ve wordpress.org olarak ikiye ayrılır (Oran, 2018). WordPress.com tamamen ücretsizdir. WordPress.org için farklı site tasarım ve örnek için yıllık 200 TL civarında bir donanım maliyeti gerekmektedir.

2.6.2.2. Blogger

Blogger Google'a ait büyük bir blog hizmeti ağıdır. O Ağustos 1999'da San Francisco'da Pyra Labs adında küçük bir şirket tarafından kurulan ilk büyük ölçekli blog hizmetleri sağlayıcısıdır (http://control.blog.sina.com.cn/myblog/htmlsource/blog_notopen.php?uid=5458222419&version=7&x Erişim: 8 Aralık 2019).

Blog Türkçe 'de "ağ günlüğü" anlamına gelir ve Blogger ise blogu yazan kişidir. Genellikle Google tarafından sağlanan ücretsiz çevrimiçi blog yayınlama platformunu ifade eder. Günümüzde Google firmasının sistem içerisinde ücretsiz olarak sunduğu tema seçeneklerini anlık olarak tercih edip görsellik anlamında tam kafamızdaki gibi bir web sitesi oluşturmak artık çok daha kolay bir hale gelmiş durumdadır.

2.6.3. Mikro Bloglar

Mikro Bloglar bloglardan farklı olarak sosyal ağa gönderilen iletinin karakter sayısının sınırlı tutulduğu web siteleridir (Göksu, 2016, s. 22). Bir blog yayın biçimi olarak sınıflandırılabilir. Fakat microblog, bildiğimiz blog'dan içerik ve dosya boyutu bakımından farklılık gösterir. Microbloglar kullanıcılara kısa cümleler, anlık fotoğraflar veya video linkleri gibi küçük içerik parçalarını paylaşmak için ortam sağlar (Neslihan, 2013).

Microbloglar bloglama şeklinde nitelendirilen bir yayın ortamıdır. Microbloglarda, toplam dosya boyutu oldukça küçük mesajlar paylaşıldığı için diğer geleneksel bloglardan ayrılmaktadır. Kısa ve öz metinlerin paylaşıldığı microblog platformları kullanıcı ve takipçi algoritması ile çalışmaktadır. Microbloglar üzerinden yapılan etkileşim 140 karakterle sınırlı olduğundan kullanıcılar arasında yeni bir iletişim dili ortaya çıkmıştır. Kısa cümleler, kelimeler, fotoğraf ve video içeriklerinin bağlantıların bu sınırlar içinde paylaşılabilir Microblogların en popülerleri, hiç kuşkusuz Twitter'dır (Kırocova ve Enginkaya, 2015, s. 48). Örnek olarak dünya çapında bilinen Twitter ve Çin menşeli uygulama olan Weibo verilebilir.

2.6.3.1. Twitter

Twitter Mart 2006'da Jack Dorsey, Ivan William Muss tarafından oluşturulmuştur. Halka açıldığından beri hızla popülerler hale gelmiştir. Twitter, kullanıcılarına bir mini

blog hizmeti sunar ve kullanıcılar "tweet" olarak da bilinen 140 kelimeyle sınırlanan bilgileri gönderebilir. 2013 yılında Twitter en popüler 10 web sitesinden biri olmuş ve “İnternet Kısa Mesaj Servis Sistemi” olarak adlandırılmıştır (<https://baike.baidu.com/item/Twitter> Erişim: 25 Ekim 2019) .

Twitter sosyal medya paylaşımları açısından reklam bütçesi ayırmadan da faaliyetlerini aktarabileceğiniz, rakiplerinizi ve çalıştığınız markaları izleyebileceğiniz, yeni potansiyel müşterilere ulaşabileceğiniz bir mecradır (Yalçın, 2016, s. 5). En yaygın kullanılmakta olan Twitter kullanım kolaylığı, hızı, içeriklerin kısa tutulması gibi nitelikleriyle büyük devlet adamlarından sıradan bir vatandaşa kadar severek kullandığı sosyal medya ortamı haline gelmiştir.

2.6.3.2. Weibo

En yaygın kullanılan sosyal medya platformları içinde yer alan Weibo Çin merkezli olup kullanıcı ilişkileri bilgi paylaşımı, yayma ve dikkat mekanizmaları aracılığıyla kısa ve gerçek zamanlı bilgileri paylaşmaya dayanan, kullanıcıların Web, Wap, Mail, App, IM, SMS'ye erişmesine izin veren bir yayın türü sosyal medya ve ağ platformunu ifade eder (<https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%AE%E5%8D%9A/79614> Erişim: 11 Ocak 2020). Kullanıcılar, anlık bilgi paylaşımı, yayma ve etkileşim elde etmek için PC'ler, cep telefonları gibi çeşitli mobil terminaller aracılığıyla metin, resim, video ve diğer multimedya formlarında erişebilirler. QQ doğunun Facebook'u olarak görülürse Weibo'yu da aynı şekilde doğunun Twitteri olarak görmek mümkündür.

2.6.4. İçerik Paylaşım Siteleri: Flickr ve Youtube

En çok kullanılan ve ünlü olan içerik paylaşım siteleri fotoğraf paylaşım sitesi Flickr ve video paylaşım sitesi YouTube'dır.

2.6.4.1. Flickr

Flickr bir fotoğraf paylaşım sitesidir. Videolar için YouTube ne ise fotoğraflar için de Flickr odur. Flickr, Şubat 2004'te Ludicorp tarafından geliştirilmiş ve Mart 2005'te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınmıştır (<https://www.konsept360.com/webtasarim/flickr-nedir> Erişim:11 Mart 2019). Hemen her videoya erişebilme imkânı olan Youtube, 15 Şubat 2005 tarihinde kurulmuş bir video

barındırma web sitesi olarak tasarlanmıştır. 3 Pay PAL çalışanı tarafından kurulmuş olan bu site daha sonra Ekim 2006 tarihinde Google tarafından satın alınmıştır (Ateş, 2015).

2.6.4.2. Youtube

Youtube kullanıcılar tarafından üretilen videoların kolaylıkla yüklenebildiği ve paylaşabildiği bir video paylaşım sitesidir. Amerika Birleşik Devletleri’ndeki San Bruno, Kaliforniya şehrinde merkezi bulunmaktadır.

YouTube’un kurucuları *C. Hurley, S. Chen ve J. Karim* adlı ABD’li üç gençtir. Bu platform on beş Şubat 2005’te bu üç eski *PayPal* çalışanı tarafından kuruldu ve ilk video; 23 Nisan 2005’te siteye yüklenmiştir. Video YouTube’un oluşturucularından J. Karim’in hayvanat bahçesini ziyareti hakkında idi. Site ilk aylarda ilgi çekmedi ama Eylül ayında bir video bir milyon kez izlenince, YouTube’un adı tüm dünyada duyuldu. YouTube’un önünü açan bu video, Brezilyalı futbolcu Ronaldinho’nun oynadığı, Nike firmasının reklam filmiydi. YouTube’un bir yılda hızla büyümesini yakından izleyen Google, YouTube’u 9 Ekim 2006’da 1,65 milyar dolara satın aldı. Küçük bir bebeğin kardeşinin parmağını ısırıldığı “Charlie Bit Me” adlı video, 2007’de YouTube’da yayınlanınca hızla yayıldı ve 830 milyon kez izlendi. “Justin Bieber, YouTube sayesinde menajeri Scooter Braun’un dikkatini çekti ve birkaç yıl içinde tüm dünyanın tanıdığı milyoner bir sanatçı oldu. Güney Koreli “şarkıcı Psy (Park Jae-Sang) 2012’de YouTube’da yayınladığı Gangnam Style adlı şarkısının videosuyla meşhur oldu ve o video, YouTube’da 2,5 milyar kez izlenerek dünya rekorunu kırdı (Akbulut, 2016, s. 2)

Şu anda Youtube kurumların, organların, şirketlerin ve bireylerin sahalarını tanıtmaya ve hedef kitle oluşturmanın görsel ve işitsel ortamı haline gelmiştir. Bazı kişiler Youtube aracılığıyla kendi ürünlerini tanıtmaya çakışırken kimiler ise kendi amaçları doğrultusunda kullanılmaktadır. Günümüzde Youtube Google’ın yerine tercih edilen arama motoru olarak kullanılmaktadır. Youtube ta diğer sosyal medya ortamları gibi etkileşim özelliğine sahiptir.

2.7. Türkiye’de Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı Hakkında Yapılan Çalışmalar

İkinci bölümün bu başlığı altında Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımını ile ilgili alınyazın taraması yapılmıştır.

“Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya kullanımı üzerine karşılaştırmalı bir inceleme” başlıklı çalışmada ortak amacı çevrenin korunması olan *Sierra Club, Friends of the Earth UK ve TEMA*’nın sosyal medya araçlarından Twitter, Facebook ve Instagram’ı nasıl kullandıkları sorusuna cevap aranmıştır. Bu soruyu cevaplandırmak için araştırma deseni olarak çoklu durum deseni kullanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak ise içerik analizi uygulanmıştır (Karaoğlu, 2016).

“Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden halkla ilişkiler çalışmaları” başlıklı çalışmada halkla ilişkiler pratikleri ekseninde STK’ların geleneksel ve yeni iletişim araçlarını kullanma biçimleri irdelenmiştir. Çalışmanın son örneklem kapsamına dâhil edilen STK’ların sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri halkla ilişkiler faaliyetleri içerik analizi yöntemi temele alınarak incelenmiş olup; sosyal medya üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmalarının tür, nitelik, sayısal dağılım gibi değişkenler üzerinden çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır (Dondurucu, 2014).

“Sivil toplum kuruluşlarında sosyal sorumluluk kampanyalarının duyurumunda sosyal medya kullanımının stratejik önemi” başlıklı çalışmada İstanbul’daki toplam 18 sivil toplum kuruluşu yöneticisiyle yüz yüze ve derinlemesine görüşmeler yapılarak STK’ların sosyal medya kullanımları analiz edilmiş ve sosyal medya kullanımının STK’ların kamusal alandaki varoluşları bağlamındaki stratejik önemi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre STK’ların sosyal sorumluluk çalışmalarını duyurmada sosyal medyanın ucuz maliyet, kolay erişim, hızlı yayılım, görsel iletişim, hedef kitle seçebilme, hızlı geri bildirim alabilme gibi özelliklerinden dolayı STK’ların PR faaliyetlerinde önemli bir rolü olduğu saptanmıştır (Biter, 2014).

“Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanım analizi: HIV/AIDS konusunda bir durum çalışması” başlıklı çalışmada sivil toplum örgütleri için önem arz eden ve yeni fırsatlar sunan sosyal medyanın, sivil toplum örgütleri tarafından ne kadar kullanıldığı konusu ele alınmıştır. Çalışmada Türkiye’de HIV/AIDS konusunda faaliyet gösteren Sivil

Toplum Örgütlerinin sosyal medyayı nasıl kullandığına ilişkin bir nitel durum araştırması yapılmıştır (Aksu, 2013).

“Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin yeni faaliyet alanı olarak sosyal medya” başlıklı çalışmada sosyal medyanın etkileşim konusunda yeni boyutlar sunarak yayıldığı alanlar ve ulaştığı kitleler bağlamında sosyal medyanın, sivil toplum kuruluşları için ideal bir iletişim aracı olduğu savunulmuştur (Sezen, 2013).

“Katılımcı demokrasi bağlamında sivil toplum kuruluşlarının internet/ sosyal medya üzerinden halkla ilişkiler faaliyetleri "Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformunun twitter paylaşımlarının bir örnek olay üzerinden analizi” başlıklı çalışmada yeni bir kamusal alan olarak tanımlanan sosyal medya mecrasının geleneksel medyayı kullanamayan hak savunucusu sivil örgütlenmelerin halkla ilişkiler faaliyetleri için alternatif bir iletişim kanalı yaratıp yaratmadığını, diğer yandan da hak savunuculuğu yapan sivil toplum kuruluşları için uygun bir iletişim mecrası olup olmadığına dair geçerli ve güvenilir verilere ulaşmayı amaçlamaktadır. Amaç doğrultusunda ele alınan örneklem üzerinde içerik analizi tekniği kullanılarak probleme cevap olabilecek veriler toplanmış ve yorumlanmıştır (Terzioğlu, 2018).

“Sivil toplum kuruluşlarının pazarlama iletişiminde sosyal medyanın rolü: Kızılay ve Yeşilay üzerine bir araştırma” başlıklı çalışmada bahsi geçen iki STK’nın sosyal medya kullanımı ele alınmış, iki STK’nın kamusal iletişim sorumlularıyla yapılan mülakatlara yer verilmiş ve yorumlanmıştır (Ağaçcı, 2017).

“Sosyal medyada kurumsal kimlik: Türkiye’deki vakıf ve derneklerin Twitter kullanımının değerlendirilmesi” başlıklı çalışmada STK’nın kendilerini sosyal medya ortamlarında kurumsal kimlik temelinde nasıl yansıttıkları incelenmesi amaçlanmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren vakıf ve dernekleri ele almış ve sosyal medya ortamlarından Twitter hesapları değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Çalışmada STK’ların kendileri için birçok önemli avantaj sunan sosyal medyayı kullanırken kurumsal kimliklerini ne ölçüde yansıtmaya çalıştıkları irdelenmiştir. STK’ların sosyal medyadaki paylaşımları kurumsal kimlik unsurları ve etkileşimde olduğu alanlar çerçevesinde ele alınmıştır. Elde edilen veriler STK’ların sosyal medyada sadece içerik paylaşma değil kurumsal kimliklerini de hedef kitlelerine doğru şekilde aktarırken dikkat etmesi gereken konular açısından yönlendirici nitelikte olacağı kanaatine varılmıştır (Şedağı, 2017).

“Sivil toplum kuruluşları ve sosyal medya bağlamında renkli devrimler ve Arap baharı süreçlerinin karşılaştırmalı analizi” başlıklı bir çalışmada Arap baharının süreci daha çok kontrol edilemeyen halk hareketleri şeklinde cereyan ettiği, bu sürecin temel enstrümanı ise mobil cihazlar ve sosyal medya olduğun vurgulamaktadır (Toprak, 2014).

“Sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımları: Greenpeace Türkiye Facebook sayfası örneği” başlıklı çalışmada. Sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımı Facebook özelinde ele alınmıştır. Çalışma sivil toplum örgütlerinin stratejik iletişim çerçevesinde sosyal medya kullanımını belirlemeyi amaç edinmiştir. Bu amaç ile Greenpeace Türkiye Facebook sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınmış ve bu sayfada yer alan içerikler, nicel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Çalışmada Greenpeace Türkiye Facebook sayfasında sosyal medyanın katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve bağlana bilirlilik özelliklerinden yararlanıldığı sonucu elde edilmiş, örgütün sosyal medyayı özellikle Facebook’u Stratejik iletişim kapsamında kullandığı varsayımı doğrulanmıştır (Ezgi, 2017).

“Kadın Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı: Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı Twitter Sayfası Örneği” başlıklı çalışmada sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımını belirlemek amacıyla “Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı”nın Twitter sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınmış, yöntem olarak ise; nitel ve nicel araştırma yöntemlerinde kullanılan içerik analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda Mor Çatı Vakfı’nın Twitteri yüksek düzeyde bir etkileşim içeri sinde kullanmadığı, daha çok takipçilerini bilgilendirmek amaçlı paylaşımlar çerçevesinde kullandığı ortaya çıkmıştır (Günaydın, 2018).

“Sivil toplum ve sosyal medya perspektifinde Arap baharı ve Wall Street’i işgal Et Eylemleri” başlıklı çalışmada öncelikle geçmişten günümüze sivil toplum kavramı ve geçirdiği evrim ele alınmış ardından sosyal medya ile ortaya çıkmaya başlayan yeni sivil toplum modeli ile mevcut sivil toplum yapıları karşılaştırılarak 2011 yılında meydana gelen “Arap Baharı” ve “Wall Street’i işgal Et” eylemleri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada sivil toplum kuruluşlarının yeni teknolojik gelişmeler ile yaşanan değişimlerle uyarlanamazsa bir bina ’da faaliyet gösteren STK’ların yerini, sosyal medya üzerinden faaliyet yapan, varlığını sürdüren sivil organizasyonların alabileceği vurgulanmıştır (Öztürk ve Akbıyık, 2016).

“Kurumsal kimlik aracı olarak Facebook: Türkiye’deki sivil toplum kuruluşları (STK) üzerine bir değerlendirme” başlıklı çalışmada sivil toplum kuruluşlarının (STK) kurumsal kimliğin hangi unsurlarını Facebook’ta daha fazla yansıttığını ortaya koymayı amaç edinmiştir. Bu amaçla Türkiye’de faaliyet gösteren 178 vakıf ve derneğin resmi Facebook hesapları kurumsal kimlik unsurları açısından incelenmiştir. Kurum kimliğinin unsurları kurumsal davranış, iletişim, tasarım ve felsefe olmak üzere dört boyutta ele alınmıştır. Kurumsal kimliğin etkileşim alanları olan kurum kültürü ve imaj unsurları, kurumsal kimliğin bütünsel bir perspektiften ortaya çıkarılması için çalışmaya dâhil edilmiştir. Betimleyici araştırma tasarımı kullanılan bu çalışmada verilere ulaşabilmek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, STK’ların kurumsal iletişim ve tasarım unsurlarını Facebook’ta daha fazla yansıttığı belirlenmişti (Öztürk vd, 2018).

Görüldüğü üzere Türkiye’de yapılan sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımı ile ilgili çalışmalarda genellikle içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmalar ağırlıklı olarak sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını belirlemeye odaklanmaktadır. Bazı çalışmalarda STK’ların sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri halkla ilişkiler faaliyetleri içerik analizi yöntemi temele alınarak incelenmiştir. Bazı çalışmalarda ise sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımının stratejik önemi ele alınmıştır.

III. SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI: WORLD UYGHUR CONGRESS FACEBOOK SAYFASI ÖRNEĞİNİN İÇERİKSEL ANALİZİ

3.1. Sosyal Medya ve STÖ'ler

Büyük ve geniş kitlelere ulaşan bir iletişim aracı olarak internet ve sosyal ağlar, hem baskın kültürün yayılmasını sağlamakta hem de demokratikleşmeye hizmet etmektedir. Sivil toplum kuruluşları da bu aracı kullanarak dünya çapında kendilerini duyurmaya çalışmaktadır. Yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, sivil toplum kuruluşları zaman zaman internetteki siyasi idarelere anti-politik stratejileri duyurmakta, ulusal ve uluslararası medya şirketlerinin sansür ettiği faaliyetleri dünyaya duyurup üyeliğini ve farkındalıklarını arttırmaktadır (Türk, 2013, s. 56). Sosyal medya bireyleri, grupları ya da kamuoyunu belli bir algı, tutum ve davranış konusunda kolayca ikna edebilmek için benzersiz avantajlara sahip olan iletişim platformuna dönüşmektedir. Bu sivil toplum örgütlerinin sosyal medyaya yönelmesine ışık tutmaktadır.

Sosyal medya ticari kurumlar açısından önemli olduğu kadar varlığı bağışlara dayanan STK'lar için daha fazla kişiye ulaşma, bağış toplayabilme, gönüllü katılımı sağlama gibi konularda fırsatlar sunan önemli bir ortamdır. Özellikle geleneksel medya ile ulaşmakta zorluk çektiği hedef kitlelere etkileşimin yoğun olduğu, hızlı ve daha düşük maliyetlere dayanan bu ortamlar aracılığıyla sesini duyurabilmesi mümkündür. Bu ortamlarda kim olduğunu, ne yaptığını ve nasıl yaptığını göstermek STK'ların geniş bir kitleye kendisini anlatabilmesine, kullanıcıları faaliyetleri hakkında bilgilendirmesine, düşüncelerinin daha fazla kişi tarafından paylaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Öztürk vd, 2018, s. 118).

Demokratikleşmede hayati önem taşıyan sivil toplumun örgütlenmesi ve sesini duyurması açısından yeni medya teknolojileri ve sosyal ağlar sivil toplumun gözeneklerine girerek farklı yurttaş toplulukları arasında anlam ağları inşa etmektedir.

Modern yaşamın atomlaştırıcı etkisine karşı toplumun daha güçsüz kesimleri arasında sarsılanların dayanışmasını sağlamakta, merkezciğe son verilmiş iletişim ağları sayesinde birçok yurttaş çeşitli örgütler aracılığıyla sivil toplum içinde yer alabilmektedir (Keane, 2010, s. 133-141).

Söz konusu sosyal medya platformları insanları belirli bir sebepten dolayı bir araya getirmeye yardımcı olmuş, son zamanlarda meydana gelen toplumsal hareketlere ve siyasi çalkantılara ilham vermiştir (Ta, 2013). İnsanların demokratik haklarından biri olan protesto hakkını kullanma da sosyal medya fonksiyonel bir araç olarak kendini göstermiştir. Sivil toplum örgütleri protesto ve gösteriş faaliyetlerini düzenlerken sosyal medya hesaplarıyla üyelerini ve temsil ettiği halkı kolayca harekete geçirip bir araya toplayabilmektedir. Bunun sonucu olarak toplumsal hareketler ya da eylemler çoğalmaktadır. Sosyal medya olayların duyurulması ve yayılmasında önemli bir rol oynamakta ve insanların örgütlenmeleri ve hak arayışında bulunmaları için uygun ortamı sağlamaktadır. Sivil toplum örgütleri de sosyal medya aracılığıyla amaçları doğrultusunda daha geniş kitleye kendilerini tanıta bilmektedir.

İletişim teknolojileri geliştikçe farklı yeni kavramlar da ortaya çıkmaktadır. Son zamanlarda sıkça telaffuz edilen kavram ise dijital eylemcilik kavramıdır. Yegen' (2014) dijital eylemciliği "fiziki dünyadaki eylemciliğin sanal dünyaya taşınmış hali" olarak tanımlamaktadır (Yegen, 2014, s. 122).

Bir başka tanımda gerçek dünyada bireylerin ya da örgütlerin insan hakları(feminizm, çocuk hakları, göçmenler hakları, azınlıklar hakları), hayvan hakları, çevre hakları, demokrasiyi geliştirmek gibi çeşitli konular ile ilgili duygu ve düşüncelerini, faaliyetlerini dijital ortamda eylemleştirmeleri olarak tanımlanmaktadır. Slaktivizm de bu anlamda bir dijital aktivizm biçimi olarak ortaya çıkmıştır ve bireylerin oturdukları yerden sosyal medya aracılığıyla iletişimsel eylemlere destek vermesini ifade etmektedir. Bireyler ve örgütler gerçekleştirecekleri bir protesto yürüyüşünü Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları üzerinden örgütleyebilmektedirler. Bu şekilde yapılan bir çağrı dijital aktivizmi başlatabilmektedir. Dijital aktivizmin bir biçimi olan slaktivizm de masa başından pasif bir desteği ifade etse de, örgütsel ve kitlesel bir dijital aktivizme iştirak edildiğinden bireye haz verir ve aktivizm sokakta olmasa da sosyal medyada gerçekleştirilmiş olur. Dijital aktivizm tüm bu pratiklerden farklı olarak ayrıca,

interneti sansürlemek ya da internet üzerinde baskı kurmak amaçlı olduğu düşünülen bir yasal düzenlemeyi protesto etmek adına, bloglar ve internet sitelerinin kendilerini yayınladıkları bir mesaj ile kısa bir süre de olsa karartabilmeleri ile yani bu şekilde bir tepki göstermeleri ile de gerçekleşebilmektedir. Sivil toplum örgütleri sosyal medyayı stratejik iletişim çerçevesinde kullanmakta ve hedef kitleyle etkileşim içerisinde olmaktadır. Kar amaçlı kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri; ürün veya hizmetlerin tanıtımını yapmak, bir konu üzerinden hak arayışı içine girmek, hedef kitleye ulaşmak amaçlarını kitlelere duyurmak, paydaşlarıyla etkileşim içerisinde olmak, güven ilişkisi oluşturmak gibi amaçlarla iletişim stratejileri geliştirmektedirler. Sivil toplum örgütlerinin hedef kitleleriyle aralarında iletişim kurmakta önemli paydaşa sahip medya ile toplantılar, basın açıklamaları bu stratejik iletişimin önemli parçasıdır. Sivil toplum örgütleri için sosyal medya iletişim stratejilerini uygulama imkânı ve geniş ortamı sunmakla birlikte hedef kitleyle etkileşime geçmek için yeni yollar sağlamaktadır. Stratejik iletişim ise “Bir örgüt tarafından amacının gerçekleştirilmesi için enformasyonel, ikna edici, söylemsel ve ilişkisel iletişimin bir amaca uygun olarak kullanılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Hallahan vd, 2007, s. 16). Bu bağlamda sosyal medya, sivil toplum örgütleri tarafından stratejik iletişim çerçevesinde kullanılmakta ve örgütün çalışmalarına yönelik destek kazanmak amaçlı olarak değerlendirilebilmektedir (Günaydın vd, 2018, s. 1172).

Sosyal medyanın yaygınlaşması, kullanıcı sayısının günden güne katlanarak artması, sosyal medya araçlarının çeşitlenmesi, geleneksel iletişim stratejilerinin değişimini gerektirmektedir. Bu zorunlulukların başında siyasi kurum, parti ve kamusal alanda faaliyet gösteren kişi ve kurumlar sosyal medyanın etkisini/gücünü kendi lehlerine çevirme gayreti içindedirler. Çünkü yeni medyada düzen şeffaf ve her durumda erişilebilir olduğundan, bu ortamın ciddiye alınması ve oluşan bu yeni ortamda yürütülen faaliyetlerin, belli bir stratejik iletişim planı doğrultusunda olması gerektiğini ortaya çıkarmıştır (Doğan, 2018, s. 425).

Mayfield'nin (2008) bahsettiği sosyal medyanın temel özellikleri olan katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve bağlana bilirlilik sivil toplum örgütlerinin etkileşim amaçlı stratejik iletişim süreçlerinde önemli bir rol üstlenmektedir. “Katılım” özelliği ile STÖ'ler ilgili olan herkesten gelen katkıları, destekleri, yorumları değerlendirebilecek, hedef kitle ile olan sınırı ortadan kaldırabilecektir. “Açıklık” özelliği sayesinde STÖ'ler sosyal

medya platformlarının oylama, yorum yapma ve bilgi paylaşımına verdiği desteklerden yararlanabilecek, bağlantı kurdukları kitlelerden maddi ve manevi gönüllü destek isteyebilmektedir. “karşılıklı iletişim” özelliği ise STÖ’lerin hedef kitle ile çift yönlü iletişim kurabilecekleri anlamına gelmektedir. “Topluluk” ise sosyal medyanın STÖ’lere hızlıca oluşum sağlamalarına, toplum şekillendirebilmelerine destek sağlayabilecek bir başka özelliğidir. “Bağlana bilirlilik” özelliği ise farklı sitelerin, kaynakların ve bireylerin birbirlerine erişim sağlamalarına olanak tanımaktadır. STÖ’ler için ise düşük maliyet ve kısa yol ile hedef kitleye bilgi kaynağı aktarmalarını sağlayan olanak olarak görülmektedir.

Genel olarak sosyal medya sayesinde STÖ’ler ile hedef kitle arasında kurulan bağ örgütün faaliyetlerini daha geniş ve etkin yürütmesine olanak sunmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının kullanım kolaylığı, erişim hızı, dağılım genişliği STÖ’lerin siyasal, kültürel ve dini faaliyetlerinin düşük maliyetle yayılmasına olanak tanımaktadır. Diğer yandan STÖ’ler örgütün kuruluş amacı ve misyonları bazında sosyal medya aracılığıyla kendi tanıtımını ve propagandalarını yapabilmektedir. Son olarak seslerini duyurulmayan, ana akım medyalar görmezden gelen olay ve eylemleri STÖ’ler kendi hesaplarıyla duyurmaktadır. Kurumlar internet ve sosyal medyanın özelliklerinden faydalanıp kendine özgün kimlik oluşturmaktadır. Bu kimlikler kurum ve örgütün kimliklerini sanal ortamda sergilemektedir.

3.2. Sosyal Medya ve Kurumsal İletişim

Küreselleşen dünyada örgütler örgüt yapısına özgü sağlam bir iletişim modeli kurmadığında, aksamaları olacağı ve bu durumun da örgütün başarılarını etkilemeleri âşıklardır. Bu durumda doğal olarak kurumsal/örgütsel iletişime ihtiyaç duyulur.

Kurumsal iletişim (organizasyonel communication), bir kurum ya da kuruluşun kuruluş amacını gerçekleştirmek için kullanıldığı iletişim tipi ya da iletişim ağıdır (Aziz, 2016, s. 170). Kurumsal iletişim, organizasyonun amaç ve hedeflerine ulaşmak için oluşturulan bir iletişim etkinliğidir. Kuruluşun bağlı olduğu gruplarla ilişkileri düzenlemek için iç ve dış iletişim yöntemlerini etkin bir şekilde kullanabilen yönetim araçlarından biridir (<https://www.bariscanunal.com.tr/kategori/yazilar/kurumsal-iletisim/> Erişim: 15 Mart 2019).

Sosyal medya, kurumların ilişki inşa etme ve bu ortamdaki kişilerle iletişim kurma yöntemini değiştirmiş ve değiştirmeye devam etmektedir. Kurumlar itibarlarını korurken ve itibarlarına olumlu katkı yapacak her tür fırsatı değerlendirirken, yeni paydaşları da asla göz ardı etmemelidir. Kurumlar çevrimiçi ortamlarda var olan milyonlarla etkili iletişimi sürdürerek itibarlarını korumak ve yükseltmek fırsatını yakalayabilirler (Alikılıç, 2011, s. 19). Kurumsal iletişimin verdiği sonucu ya da yansıması diyebileceğimiz kurumsal kimlik ise kurumların iletişim süreci ve kalkınmaları açısından olmazsa olmaz etkidir.

Kurumsal kimlik bir kuruma veya örgüte ait olan madde kaynaklarının şekil, ebat, tasarım gibi fiziki özellikleri ile insan kaynaklarının düşünce, motivasyon, ortak hedef iletişim gibi sosyal yönlerinden oluşan bir bütündür. Özetle kurumun sahip olduğu binaların renginden dış cephe kaplamasına, logosundaki renklerden, ismine, iç paydaşların motivasyonundan, dış paydaşların kurumla ilgili tavır ve davranışların tamamı kurumsal kimlik kavramını oluşturur (Ince, 2010, s. 2). Sosyal medya platformları ise kurumların gerçek kimliklerini yansıtan isim, renk, logo, slogan, sembol, imza ve markaların fotoğraflarını kurumun sosyal medya hesapları üzerinde hedef kitleye aktarmaktadır.

Kurumlar internet ve sosyal medyanın özelliklerinden faydalanıp kendine özgün kimlik oluşturmaktadır. Bu kimlikler kurum ve örgütün kimliklerini sanal ortamda sergilemekte ve kurumsal itibarının oluşturulması ve yükseltilmesi açısından önem taşımaktadır.

Kurumsal kimlik ve kurumsal tasarım gibi kavramlar da kurumsal itibar kazanmada etkilidir. Kurumlar, tüm çalışmalarında dürüstlük sağlamak için kurumsal renklerini, logolarını ve benzeri tasarım öğelerini kullanırlar ve hedef kitleleri tarafından hızlı ve kolay bir şekilde ayırt edilebilirler. Ayrıca bu tasarım öğelerini sosyal medyada kullanmaya devam etmeli ve kurumsal kimliklerini sosyal medya hesaplarına yansıtmalıdırlar. Bu sayede hem geleneksel hem de sosyal medyada bütünlüğü olan bir kurum olarak hedef kitle algısına dâhil edilecek ve kurumsal itibar sosyal medya aracılığıyla kimlik olarak aktarılacaktır (Tokalı vd, 2017, s. 42).

Genel olarak sosyal medyanın özellikleri kurumsal iletişim için her türlü desteği sağlamakla birlikte, kurumların kimliği ve itibarını oluşturma konusunda da önemli yere

sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Kurumlar ya da örgütler kendine ait olan isim, renk, logo, slogan, sembol, imza, şekil vb kimlik unsurlarını kullandıkları sosyal medya platformlarında sergileyerek hedef kitle ile daha yakınlaşmakta, kitlenin hafızasına kurumun görsel kimliklerini sokmaya çalışmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının merak ettiği konu ve kurumlarla ilgili malumatları sosyal medyanın arama motoru üzerinden edinebiliyor olması ise kurumları sosyal medyaya itmekte ve daha etkin ve stratejik iletişim çerçevesinde verimli kullanmalarını zorunlu hale getirmektedir.

Bu bölümde sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını belirlemek amacıyla World Uyghur Congress (WUC) (*Türkçesi: Dünya Uyghur Kurultayı DUK*) Facebook sayfası analiz edilecektir. WUC Şu an Çin işgalinde olan Doğu Türkistan'daki ve yurt dışındaki tüm Uygurların hak ve hukuklarını savunmak üzere kurulmuştur.

WUC kuruluş amacını şöyle tanımlamaktadır:

Dünya Uyghur Kurultayı demokratik ilkeler temelinde barışçıl yöntemlerle Doğu Türkistan halkının demokratik hakları, kişilik ve insan hakları, kendi kaderini tayin etme hakkı (self-determination) nı elde etmek için mücadele eder. Dünya Uyghur Kurultayı, Çin hâkimiyetinin Doğu Türkistan¹ işgaline karşı yürüteceği tüm mücadelesinde Dünya İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'nin tüm maddeleri ve prensiplerine bağlı kalacak, şiddet ve terörizmden uzak duracaktır (<https://www.uyghurcongress.org/tr/?cat=38> Erişim: 20 Nisan 2019).

WUC Doğu Türkistan halkının uluslararasıdaki tam yetkili tek yönetim organıdır. WUC “Doğu Türkistan (Uyguristan) Millî Kurultayı” ile “Dünya Uyghur Gençleri Kurultayı'nın” 16–19 Nisan 2004 tarihlerinde Almanya'nın Münih şehrinde birlikte düzenlediği toplantıda her iki kurultay temsilcilerinin ortak iradesi ve diasporadaki tüm Doğu Türkistan teşkilatlarının katılımı ve oybirliğiyle onaylaması sonucunda

¹ Resmi kayıtlarda XİNJIANG Uygur Özerk Bölgesi olarak geçmektedir. 1933 ve 1944 tarihinde iki defa Doğu Türkistan cumhuriyeti kurulmuştur. Her iki defasında Çinli güçler tarafından yıkılmıştır. Son olarak 1949 Çin Komünist Partisinin iktidar gelmesiyle Doğu Türkistan tamamen Çin yönetimi altına girmiş ve 1955'te Özerk Bölge ilan edilmiştir. Yer ölçüsü 1.828.418 Km2dir. Bölgede Uygurlar başta olmak üzere Kazak, Kırgız, Özbek, Tatar, Nogay vb. Türki milletlerin yanı sıra az sayıda Moğol ve Çinli Müslümanlar vardır. 1949'dan buyana bölgeye şiddetle Çinli göçmenler yerleşmiştir ilmektedir. Resmi rakamlara göre Göçmen Çinliler harç Doğu Türkistan'ın nüfusu 25 Milyon olarak bilinmektedir.

oluşturulmuştur. Şuana kadar demokratik ilkeler temelinde barışçıl yollarla Uygur halkının özgürlüğü, demokratik hakları, insan hakları ve Doğu Türkistan'ın bağımsız siyasi geleceği için mücadele etmektedir. Bu bağlamda WUC Çin hükümetin Uygurlar başta olmak üzere kazak, Kırgız, Özbek vb. Türki milletlere uygulamakta olduğu baskıcı politikalarını, insan hakları ihlallerini, din, dil, ifade özgürlüklerini kısıtlanmalarını, seyahat özgürlüğünün engellenmesini, keyfi tutuklamalar ve asılsız iddialarla yargısız uzun süre hapisanelere mahkûm etmelerini uluslararası siyasi arenaya taşıyarak BM, AB, ABD, Japonya, Kanada ve dahi Türkiye'de kurulan ulusal ve uluslararası STÖ'ler ile siyasi faaliyetlerde bulunmakta, lobicilik çalışmalarını yürütmekte, basın aracılığıyla Doğu Türkistan halkının sesini duyurmaya çalışmaktadır. Şu an da 20 ülkede 35 teşkilat WUC'e bağlı olarak çalışmaktadır (<https://www.uyghurcongress.org/tr/category/2-0/2-4/> Erişim: 20 Ekim 2019)

3.3. Araştırmanın Amacı

Tezin inceleme konusu bakımından bu çalışma sivil toplum örgütlerinin genel olarak sosyal medyayı özel olarak da Facebook'u nasıl kullandıkları konusunu ele almaktadır. Çalışmanın amacı sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımını belirlemektir. Bu bağlamda WUC'nin örneklem kapsamına dâhil edilen sosyal medya sitesi (Facebook) biçimsel ve içeriksel bir biçimde analiz edilerek STÖ'lerin stratejik iletişim çerçevesinde sosyal medya araçlarından nasıl yararlandıklarının tespit etmeyi hedef edinmektedir. Bu kapsamda 2004 senesinde Almanya'da kurulan uluslararası STÖ olan WUC Facebook sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınacaktır. WUC kar amacı gütmeyen siyasi kuruluştur.

3.4. Araştırmanın Önemi

Yapılan literatür taramasında Türkiye'deki sivil toplum örgütleri ve sosyal medya Kullanımı hakkında yapılan çalışmalar bulunmasına rağmen yabancı ülkelerde kurulan sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımı ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Türkiye'de yapılan bir ilk niteliği taşıması bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır. *World Uyghur Congress'in* misyon'unda örgütü demokratik ilkeler temelinde barışçıl yöntemlerle Doğu Türkistan halkının demokratik hakları, kişilik ve insan hakları, kendi kaderini tayin etme hakkını (self-determination) nı elde etmek için

mücadele etmekte olan uluslararası sivil toplum örgütüdür diye tanıtmaktadır. İnsan haklarına yönelik bir sivil toplum örgütünün Facebook sayfasının incelenmesi de bir başka öneme sahip olmaktadır. WUC'nin diasporatik örgüt olması da çalışmanın önemini arttırmaktadır.

3.5. Araştırmanın Varsayımları

- WUC hedef kitleleri ile etkileşim kurmak için sosyal medyayı stratejik iletişim çerçevesinde kullanmıştır.
- WUC Facebook sayfası ile kurumsal kimlik oluşturmaya özen göstermektedir.
- WUC Facebook paylaşımlarında insan haklarına yönelik içeriklere öncelik vermektedir.
- WUC Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmaktadır.

Bahsi geçen varsayımlardan yola çıkarak çalışma sırasında aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- WUC'nin Facebook sayfasında hangi içeriksel ve biçimsel bilgilere yer verilmiştir?
- WUC'nin Facebook sayfasında yer alan konuların dağılımı nasıldır?
- WUC'nin Facebook sayfasında yapılan gönderilerin gündemle ilişkisi nasıldır?
- WUC'nin Facebook sayfasında bulunduğu konular ile resmi internet sitesinde yer alan konu başlıkları uyumlu mudur?

3.6. Araştırmanın Kapsamı

WUC'e ait Uygurca ve İngilizce Facebook sayfası bulunmakta olup, bu çalışma İngilizce sayfası üzerinde yürütülecektir. *WUC'in* Facebook sayfası 2011'de açılmış olup 25 Mayıs 2019'a kadar içerikler araştırma kapsamında yer alacaktır.

3.7. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın amacına uygunluğu düşünülerek WUC'nin Facebook sayfası örnek olay incelemesi ile ele alınacaktır. Yöntem olarak nitel ve nicel içerik analizine başvurulacaktır. İçerik analizi, bir metnin (basılı medya, bilgisayar aracılı içerikler, radyo

veya televizyon programları, reklam metinleri, konuşmalar gibi pek çok iletişim kaynağı ile iletişim sürecinin hedeflediği kitle belirlenen kodlar aracılığı ile incelenmesine olanak tanımaktadır (Erdoğan, 2012, ss. 117-118). Bilgin'e göre (2006) içerik analizi yöntemi, özünde bir tasnif işlevi barındırmaktadır. Aynı zamanda yapılandırılması basit bir bölümlene ve sınıflandırmadan ayrılmaktadır (Bilgin, 2006, s. 2). Araştırmada ele alınacak analiz birimi WUC'nin Facebook sayfası, kodlama birimi ise WUC'nin sayfasında yer alan içeriklerdir (fotoğraf, video, link, ileti, beğeni, yorum, paylaşım). WUC tarafından gerçekleştirilen paylaşımların içinde birden çok içerik türü yer alabileceği düşünülerek her paylaşım bir "gönderi" olarak kabul edilmekle birlikte gönderilerin içinde yer alabilecek olan fotoğraf, video, link, ileti ise "içerik türü" olarak adlandırılacaktır. Kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen beğeni, paylaşım, yorum etkinlikleri ise "etkileşim türleri" olarak tanımlanacaktır.

Kodlama tablosunun birinci kısmı örgütün kimliği öğeleri ve örgütsel imajını içerisinde bulunduran biçimsel tasarım unsurlarından oluşmaktadır. Bu bağlamda örgütüm kimlik öğeleri sayfa yapısına yönelik içeriksel bilgiler başlığı altında; tınımla ilgili bilgiler ve iletişim bilgileri olarak kategorize edilerek incelenecektir. Örgütün imajına yönelik veriler ise sayfa yapısına yönelik temel biçimsel bilgiler ve sayfanın ana görünümünü esas alacaktır. Aynı kısımda STÖ hakkında detaylı bilgi edinilmesi konusunda önemli bir unsur olan kurum hakkında genel bilgiler, tarihçe, vizyon, misyon, değerler, hedefler, çalışma alanları yer alacaktır. Kodlama tablosunun ikinci kısmında STÖ'lerin sosyal medya üzerinden paylaştıkları iletilerin konu, içerik ve etkileşim gibi değişkenler ekseninde incelenmesini sağlayan iletilerin incelendiği kısım yer alacaktır.

3.8. Bulgular ve Değerlendirme

WUC 2004 senesinde kurulmasına rağmen WUC'nin Facebook sayfası ancak 27 Nisan 2011'de oluşturulmuştur. Veri toplama sırasında 2 Ocak 2019'den başlayan gönderilere ulaşılmıştır. Yapılan inceleme sırasında 27 Nisan 2011'den başlayan gönderilerin fotoğraflar bölümünde yer aldığı ve o gönderilerin çoğunluğunun resim içerikli olduğu sonuca varılmıştır. Bunun detaylıları içerik türünün dağılımını ele alırken ortaya konulacaktır.

3.8.1. WUC'nin Facebook Sayfasında Yer Alan İçeriksel ve Biçimsel Bilgiler

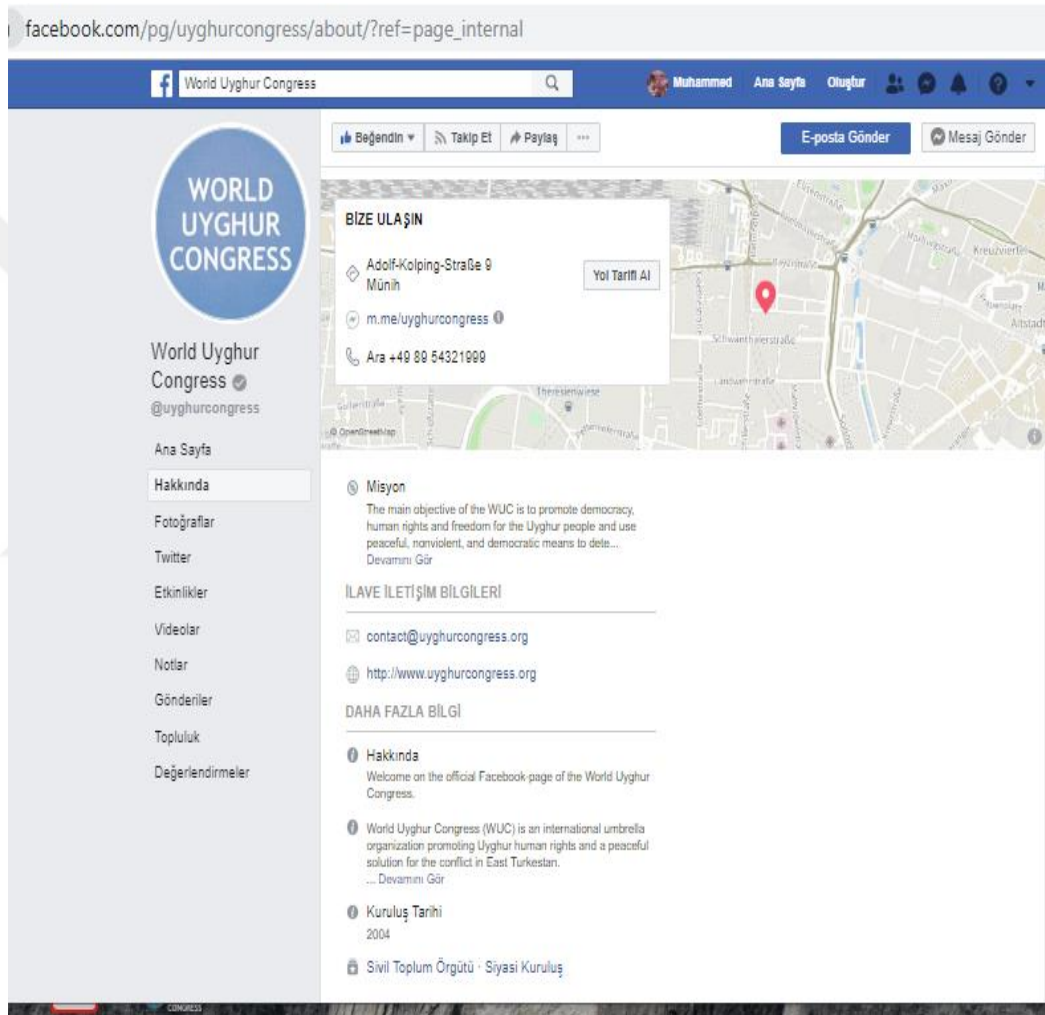
Araştırma kapsamında WUC'nin Facebook sayfasında hangi içeriksel bilgilere yer verildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. WUC'nin resmi web sitesinde de belirtildiği gibi Facebook sayfasında da WUC'nin misyonunun insan hakları ve demokrasi savunuculuğu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla WUC sosyal medya üzerinde kimlik bilgilerini ve biçimsel özelliklerini net bir şekilde belirtmeleri kurumun tanınması ve takipçilerin kolayca fark edip katıla bilmeleri açısından önemlidir.

Tablo 1 WUC'nin Facebook Sayfasının İçeriksel Bilgileri

Örgütün Kimlik Öğeleri	
Tanımla ilgili bilgiler	İletişim bilgileri
Resmi Facebook sayfası olduğu belirtilmiştir.	WUC'nin adresine yer verilmiştir.
WUC'nin misyonuna yer verilmiştir.	WUC'nin telefon numarası verilmiştir.
WUC'nin değerlerine yer verilmiştir.	Mesaj panosuna yer verilmiştir.
WUC'nin hedeflerine yer verilmiştir.	Resmi e-mail adresine yer verilmiştir
WUC'nin çalışma alanlarına yer verilmiştir.	Resmi web sitesine erişim linki verilmiştir.
WUC'nin tarihçesine yer verilmiştir	

Tablo1'de görüldüğü üzere WUC'nin Facebook sayfasında yer alan içeriksel öğeler incelendiğinde sayfanın WUC'nin resmi Facebook sayfası olduğu "hakkında" başlığı altında belirtilmiştir. Görüldüğü üzere WUC'nin Facebook sayfasındaki içeriksel bilgiler kimlik öğelerinin tümünü içermekte ve örgütün kimlik bilgileri ve iletişim bilgilerini yansıtmaktadır. Genel bilgiler tanımla ilgili bilgiler ve iletişim bilgileri olarak ele alınırken tanımla ilgili öğelerden örgütün tanımı, misyonu, değerleri, hedefi, çalışma alanı ve örgütün kuruluş tarihine yer verildiği, iletişim bilgilerinde ise örgütün Almanya'daki ofisinin adresi, telefon numarası, E-mail adresi, WUC'nin resmi web sitesi gibi iletişim bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir. Bu durum ilgili paydaş grupları ile

sürekli ve etkileşimli iletişim kurabilme açısından çok önemlidir. Diğer yandan WUC’i takip etmek isteyen ya da bilgi almak amacıyla sayfayı ziyaret edecek kimselere kolaylıkla ulaşabilme imkânı sunacaktır. Sayfasında verilen iletişim bilgileri ise örgütün güvenilirliğini arttırırken, aynı zamanda ilgilenen kimselerin istediği iletişim türüyle örgütle iletişime geçmesini kolaylaştıracaktır. Şekil 1 de örgütün kimlik öğeleri yer alan sayfa verilmektedir.



Şekil 1 Örgütüm Kimlik Öğeleri

Kaynak: https://www.facebook.com/pg/uyghurcongress/about/?ref=page_internal

Erişim: 25 Ağustos 2019).

WUC’nin Facebook sayfasının sayfa yapısına yönelik biçimsel bilgileri ele alındığında edinen sonuçlar Tablo’ 2de yer almaktadır.

Tablo 2 WUC'in Facebook Sayfasının Biçimsel Bilgileri

Sayfa Yapısına Yönelik Temel Biçimsel Bilgiler	
Sayfanın hakkında bölümü yer almaktadır	Sayfanın "beğenen sayısı" görülmektedir.
Sayfanın fotoğraflar bölümü yer almaktadır	Sayfanın Toplam Beğenen sayısı 11022
Twitter başlığı verilmiştir	Sayfanın takip edilen kişi sayısı yer almaktadır Takip edilen kişi sayısı (12467)
Sayfanın etkinlikler bölümü yer almaktadır	Sayfanın katılım tarihine ana sayfada ulaşılabilir
Sayfanın videolar bölümü yer almaktadır	Katılım tarihi 27 Nisan 2011
Sayfanın notlar bölümü yer almaktadır	Sayfada kullanılabilir bir biçimde "Beğen" butonu yer almaktadır
Sayfanın gönderiler bölümü yer almaktadır	Sayfada aktif olarak kullanılabilir "Mesaj gönder" butonunu yer almaktadır
Sayfanın topluluk bölümü yer almaktadır	Sayfada aktif olarak kullanılabilir tavsiyeler ve değerlendirme butonu yer almaktadır
Sayfanın değerlendirmeler bölümü yer almaktadır	Sayfa yapısı Facebook sayfasının kullanıcıların zaman tüneline sayfa linkinin paylaşılmasına izin verecek şekilde düzenlenmiştir

Tablo 2'de görüldüğü üzere WUC 'in Facebook sayfasında yer alan bilgiler örgütün örgütsel kimliğini yansıtmaktadır. Temel biçimsel bilgiler incelendiğinde diğer Facebook sayfalarında yer alabilecek öğelerin birçoğunun yer aldığı görülmektedir. Ancak WUC'in Facebook sayfasında örgütün başka sosyal medya hesaplarına ulaşabilecek linklerden sadece Twitter linki verilmiştir. Sosyal medya ağlarının bağlanabilirlik özelliği göz önüne alındığında farklı sosyal medya bileşenlerinin linklerine yer verilmemesi bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Az olsa da bazı STÖ'lerin kendi örgütsel sosyal medya hesaplarında kullandığı Facebook puanlama butonu da kullanılmamaktadır. Örgüte doğrudan katılma ya da bağış yapma olanağı da sayfada

gözükmemektedir. Facebook sayfasında karşımıza çıkan en büyük eksikliklerden biri kişiyi doğrudan eyleme geçirebilecek “gönüllü ol”, “üye ol” veya “bağış yap” gibi STÖ’lerin ciddi anlamda sıkıntı yaşadıkları zaman fon ve insan kaynağına katkıda bulunabilecek uygulamaların yer almamasıdır. Bu durum sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan katılım özelliğinin WUC tarafından yararlanılmadığını göstermektedir. Öte yandan sayfada topluluk butonu yer almasına rağmen herhangi bir grup oluşturulmamıştır. Bu da örgütün hedef kitleleri ve gönül dostlarıyla kolayca fikir alışverişinde bulunabileceği, grup katılımcılarının farklı fikir ve önerilerinden yararlanabileceği, özellikle de sabit kitle yaratma husunu ihmal ettiği anlamına gelmektedir. Bu durum WUC’nın sosyal medyanın topluluk özelliğinden yararlanmadığını göstermektedir. Özet olarak denilebilir ki; WUC Facebook sayfasının biçimsel bilgileri incelendiğinde sosyal medyanın temel özelliklerinden bağlana bilirlik, katılım, topluluk özellikleri WUC tarafından kullanılmamıştır.

Tablo 3 Facebook Ana Sayfasının Genel Görünümü

Ana sayfanın Genel görünümü	
Ana sayfada örgütsel renklere yer verilmiştir	Ana sayfada sık hayranların listesi yer almaktadır
Profil logosu örgüt logosu ile farklıdır	Örgütle ilgili temel iletişim bilgileri yer almaktadır
Kapak kısmında örgütsel kimlikle bağlantılı bir görsel yer almaktadır.	Örgüt tarafından yüklenen fotoğraflar sekmesi yer almaktadır
Sayfa arka planında örgütle ilgili bir tasarım yer almaktadır.	Örgüt tarafından yüklenen videolar sekmesi yer almaktadır

Tablo’3 da görüldüğü üzere ana sayfanın genel görünümüne bakıldığında sayfada örgütsel renklere önem verildiği göze çarpmaktadır. Ancak Facebook profili ile örgütün resmi web sitesindeki örgüt logosu karşılaştırıldığında farklılık görülmektedir. Kapakta bir resim yer almakta ve tamamen WUC’nin örgütsel kimliğini yansıtmaktadır. Ana sayfada kolayca erişilecek şekilde fotoğraflar ve videolar sekmeleri verilmektedir. Ana sayfanın genel görünümü örgütün renkleri ile aynıdır. Üstelik sayfa tasarımı estetik ve çekici şekilde olduğu görülmektedir. Sayfanın genel görünümünde dikkat çeken en büyük eksiklik sayfa profilinin örgüt logosu ile farklı olmasıdır. Bu durum örgütün örgütsel

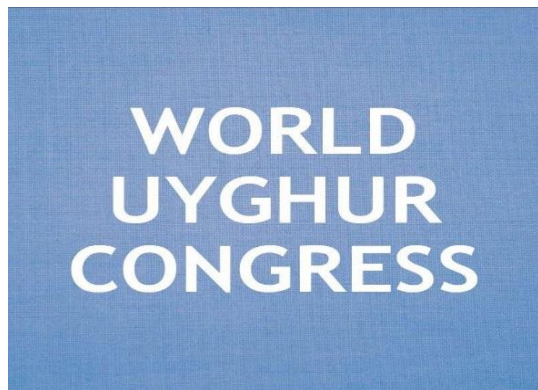
kimlik ve imaj oluşturması ekseninde değerlendirildiğinde WUC'nin örgütsel kimlik ve imaj oluşturma konusunda yeterince hassas olamadığını göstermektedir.

Şekil 2 de WUC Facebook sayfasının genel görünümü yer almaktadır.



Şekil 2 WUC Facebook Ana Sayfasının Genel Görünümü

Kaynak: (<https://www.facebook.com/uyghurcongress/> Erişim: 26 Ağustos 2019).



Şekil 3. WUC'nin Facebook Profili

Kaynak : (<https://www.facebook.com/uyghurcongress/> Erişim: 26 Ağustos 2019)

Şekil 4 WUC'nin Kurumsal Logosu

Kaynak: (<https://www.uyghurcongress.org/en/> Erişim: 26 Ağustos 2019)

Şekil 2 de örgütün ana sayfasının genel görünümü de yansıtıyor olduğu üzere şekil 3'te verilen örgüt Facebook sayfası profili ile şekil 4'teki örgütün kurumsal logosuna bakıldığında farklılık görülmektedir. WUC Facebook sayfasının profili hafif gök renkli kapak ve *World Uyghur Congress* yazısından oluşurken, WUC'in resmi web sitesinden erişilen kurumsal logo ise gök renkli iki tane ay yıldızlı bayrak ve amblemden oluşmaktadır. Ana sayfanın genel görünümü kurumsal kimliği yansıtmakla birlikte Facebook profili ve örgüt logosunun farklılık göstermesi büyük bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak profilde kullanılan resim üzerine büyük harflerle yazılan "*World Uyghur Congress*" bu eksikliği kapatacak tarzdadır.

3.8.2. WUC'nin Facebook Sayfasında Yer Alan Konuların Dağılımı

Araştırma kapsamında WUC'nin Facebook sayfasında yer alan konuların dağılımı üzerinde durulmuştur. Öncelikle WUC Facebook sayfasında bulunan veriler toplanmıştır. Sonrasında WUC'nin Facebook sayfasında hangi konularda paylaşım gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda toplanan veriler temel konular ve diğer konular olmak üzere iki kategoriye ayrılarak incelemeye çalışılmıştır. Toplanan verilere dayanarak temel konular başlığı altında WUC örgütünün ilgilendiği Uygurların insan hakları meseleleri ve örgüt çalışanların yürüttüğü faaliyetleri, dünya basınında çıkan Uygurlarla ilgili haber konuları yer almaktadır. Bu konular "Uygurlar", "Doğu Türkistan Xin Jiang", "Çin", "Kazak", "Tibet", "İslamic World", "İnsan hakları", "Toplama kampı", "WUC"dir. Diğer konular başlığı altında ise WUC'nin örgütle alakalı paylaşımları ve güncel haberlere yer verilmiştir. Diğer konular "Dini özgürlük", "Adil Mijit", "İlham Tohti", "Organ kaçakçılığı", "Bendeuygurum", "Pakistan", "Tehdit edilen kişiler", "New Zelanda", "diğerleri" içermektedir. WUC'nin Facebook sayfasında yer alan bilgilerde sayfanın 27 Nisan 2011'de açılmış olduğu belirtilmiştir. Ancak veri toplama sırasında 2 Ocak 2019'dan başlayan gönderilere ulaşılmıştır. Yapılan inceleme sırasında 27 Nisan 2011'den başlayan gönderilerin fotoğraflar bölümünde yer aldığı ve o gönderilerin çoğunluğunun resim içerikli olduğu sonuca varılmıştır. Bunun detaylıları içerik türünün dağılımını ele alırken ortaya konulacaktır.

Tablo 4 Gönderilerin Konulara Göre Dağılımı

Temel konular	Gönderi sayısı	Diğer konular	Gönderi sayısı
Uygurlar	43	Dini özgürlük	1
Doğu Türkistan(xinjiang)	34	Adil Mijit	4
Çin	26	İlham Tohti	3
Tibet	10	Organ kaçakçılığı	1
WUC	20	Metooouyghur	4
Kazak	5	Pakistan	2
Toplama Kamplar kapatılsın	64	Tehdit edilen kişiler	6
İnsan hakları(HRW)	30	New Zelanda	3
		Diğerleri	7
Toplam	240	Toplam	31

Tablo.4’de görüldüğü üzere 2 Ocak 2019’den buyana WUC Facebook sayfasında en çok “Toplama kampları kapatılsın” konusunda gönderi yapıldığı, ikinci olarak “Uygurlar” konusunda gönderi yapıldığı, “İnsan hakları İzleme HRW”, “ WUC”, “Doğu Türkistan” konularının takip ettiği görülmektedir. En az gönderinin “İslamic World”, “kazak”, “Tibet” konularında yapıldığı görülmektedir. *World Uyghur Congress* insan haklarının korunmasını, özellikle Uygur halkının insan haklarının korunması, Çin hükümetinin Uygurlar, Kazaklar ve Tibetler üzerindeki baskıcı politikalarının duyurulmasını sağlamaya çalıştığı tespit edilmiştir. Gerçi gönderiler “Uygurlar”, “Çin”, “Toplama kampları ” gibi konular altında toplansa bile genel olarak bakıldığında ihtiva edilen içerikler Uygurların insan hakları meselesi ve Çin’inin insan hakları ihlalleri suçlarını kamuoyunun dikkatine sunmak olduğu kanaatine varılmıştır.

WUC tarafından Facebook sayfasında yapılan gönderilerde kullanılan içerik türlerinin dağılımı nasıldır?” sorusu incelendiğinde tablo 7’deki gibi sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 5 Gönderilerin içerik türüne göre Dağılımı

İçerik türü	Sayısı
Fotoğraf	549
Video	195
Link	206
Diğerleri	64
Toplam	1014

Tablo 5’de görüldüğü üzere WUC tarafından yapılan gönderilerde fotoğraf, video, link, diğerleri olmak üzere sayılabilecek toplam 1014 içerik bulunmaktadır. Gönderilerde birden fazla içerik türü yer almakta, bazen bir gönderi içersin de birkaç fotoğraf, video yer alırken bazen sadece link ve birkaç cümle metin yer almaktadır. Ancak yapılan gönderiler link, ya da fotoğraf veyahut video olsun hepsinde metin eklendiği, eklenen metinlerin ise yapılan gönderinin özeti niteliğini taşımakta olduğu görülmektedir. Yukarda bahsedildiği gibi WUC’nin Facebook sayfası 27 Nisan 2011’de açılmış olmasına rağmen içeriler toplanırken ana sayfadan ancak 2 Ocak 2019’dan başlayan gönderilere ulaşılmıştır. Fotoğraf ve video içerikleri ismi geçen bölümlerden erişilmiş ve sayılmıştır. Tablo.5’de görüldüğü üzere gönderi yapılan içerik türlerin içinde en çok fotoğraf yer almaktadır. Paylaşılan fotoğraf sayısı 549’dur. Sırayla link, video ve diğerleri takip etmektedir. Diğerlerinde yer alan içerikler duyuru, başka arkadaşların gönderilerini tekrar paylaşım yapan içerik türüdür.

Tablo 6 Paylaşılan Gönderilerinin Etkileşim Bazında Dağılımı

Etkileşim türü	Sayısı
Gönderilerin Paylaşım Sayısı	11605
Gönderilerin yorum sayısı	3286
Gönderilerin beğen sayısı	11100
Sayfayı Tavsiye eden kişiler	187

Sayfanın diğer kullanıcıların iletilerini paylaşması	17
---	----

Tablo 6’de görüldüğü üzere WUC’nin Facebook sayfasında gerçekleşen etkileşimler kullanıcıların WUC’nin gönderilerini paylaşması, gönderilere yorum yapması, gönderileri beğenmesi, sayfayı arkadaşlarına tavsiye etmesi ve WUC’nin başka kullanıcıların gönderilerini paylaşımı olarak kategoriye ayrıldığında en çok etkileşimin WUC’nin gönderilerinin kullanıcılar tarafından paylaşılması olduğu görülmektedir. WUC’nin gönderileri 11605 defa paylaşılmıştır. İkinci olarak kullanıcıların WUC’nin gönderilerini beğenme türü olduğu görülmektedir. Toplam beğenme sayısı 11100 dür. Tavsiye eden kişiler ve sayfanın diğer kullanıcıların iletilerini paylaşmasını ise düşük seviye olduğu görülmektedir. Bu bağlamda STÖ’nün kendi paylaşımlarını aktif bir şekilde yaptığı ve hedef kitleyi bilgilendirmeyi ön planda tutarak paylaşım yaptığı, Facebook sayfasının etkileşim bazında kullanıcılar ile iletişim kurmaya pek önem vermediği sonucuna varılmaktadır. Dikkat çeken diğer bir konu ise WUC Facebook sayfasındaki gönderilere yapılan 3286 tane yorum bulunmasına rağmen WUC ‘nin herhangi bir yorumda bulunmaması ve kullanıcıların sorularına yanıt vermemiş olmasıdır. Bu durum STÖ ağını genişletecek şekilde paydaş gruplarla etkili bir iletişim biçimi inşa edemediğini yansıtmaktadır. Üstelik takipçilerin sorularına cevap verilmemesi STÖ’lerin sosyal medya kullanım amaçlarından bir olan hedef kitle ile karşılıklı iletişim kurmaya önem vermemiş olması anlamına gelmektedir.

3.8.3. WUC’nin Facebook Sayfasında Yapılan Gönderilerin Gündemle İlişkisi

Araştırma kapsamında WUC tarafından Facebook sayfasında yapılan gönderiler WUC’nin Facebook sayfasında yapılan gönderiler gündemle ilişkisi nasıldır?” sorusu incelenmiştir. WUC insan hakları odaklı bir sivil toplum örgütü olması ve bir siyasi kuruluş olması nedeniyle hâlihazırda gündemdeki konularla ilgilendiği yaptığı paylaşımlarında yansımaktadır. Bu durum özellikle insan hakları söz konusu olduğunda daha belirgin bir biçimde görülebilmektedir. Örneğin: 3-4 Nisan 2019’da yapılan paylaşımlarda Çin Avrupa zirvesi toplantısının olacağı ve bu günde Uygur ve Tibetlerden insan hakları savunucularının AB merkezi binası önünde Çine karşı protesto

gerçekleştirileceği, katılmak isteyen takipçilerden destek beklediği duyurusunda bulunmuştur. 9 Nisan'da yapılan bir paylaşımda ise 21.AB-Çin zirvesi toplantısı gerçekleştirildiğinde WUC bu konuya ilişkin olarak AB merkezi binası önünde protesto yapmakta ve AB rehberlerine yönelik insan haklarının korunması hakkında çağırıda bulunmaktadır. WUC Facebook sayfasında da bu doğrultuda gönderiler yapılarak takipçileri başta olmak üzere Uygur meselesi ile ilgilenen toplum ve kişiler arasında bir kamuoyu yaratmaya çalışmıştır.

WUC yalnızca Uygurların insan hakları meselesi ile kalmamıştır. Örgütün kuruluş amacına uygun olarak başka kişilerin kişilik hakları meselelerine de yakından ilgilenmektedir. WUC 'nin Facebook sayfasında Kazakların ve Tibetlerin insan hakları mücadelesine de yer verdiği, onlarla ilgili paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Tibetlerle ilgili yapılan paylaşımlarda Tibetlerin uğradığı insan hakları ihlalleri ve sürgündeki Tibetlerin yaptığı eylemlerinin yer aldığı görülmektedir. Benzer örnekler çerçevesinde bakıldığında WUC Facebook sayfasında yer alan gönderilerde dünya gündeminde olan veya örgüt tarafından gündeme getirilmek istenen konular öne çıkmaktadır.

Sivil toplum örgütleri, baskı gücü yaratmak yoluyla üyelerinin ve örgüt temsil ettiği toplumun çıkarlarını, haklarını korumayı, daha geniş bir siyasal platformda savunma gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca sivil toplum örgütleri, bağımsız bir aracı niteliği taşımaktadırlar. Örgütlü dernek, girişim, ajans ve sivil toplum kuruluşunu temsil eden sivil toplum kavramı, demokrasi, insan hakları ve hukuk devleti kavramlarının öne çıkmasıyla birlikte başta Avrupa Birliği olmak üzere tüm sanayileşmiş toplumların ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Akçadağ, 2010). Bu bağlamda WUC çatısı altında bulunan dernek, vakıf ve örgütlerle gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerinde kimi zaman dünya çapında hak hukuk savunuculuğu yapan örgüt ve teşkilatlar, kimi zaman ise devletler üzerinde kamuoyu oluşturarak toplumun baskısını ortaya koymaya çalışmakta oldukları tespit edilmiştir. Örgüt bu baskı yoluyla Uygurların ve Doğu Türkistan halkının insani ve demokratik haklarını korumayı hedeflemektedir. Kamuoyunun oluşturulmasında sosyal medya da özellikle Facebook'ta gerçekleştirilen paylaşımlar önem taşımaktadır. WUC Facebook sayfasında kendine bağlı olan çeşitli ülkelerde bulunan dernek ve cemiyetlerin faaliyetlerini de paylaşmakta, yürütülecek olan protesto, konferans, toplantılara ilişkin WUC Facebook sayfasında duyuru ve çağırılar yapılmaktadır. Paylaşımlarda fotoğrafların renkleri, estetikliği örgüt kimliği unsurlarıyla

ilişkili olmaktadır. Böyle yapılması WUC'nin hem örgüt kimliğinin oluşturulması hem örgüt itibarının artmasında önemli yer tutmaktadır. Genel olarak Takipçilerinin güvenini kazanmak, takipçilerinin desteğini, katılımını sağlamak açısından WUC'nin kamuoyu oluşturmayı hedefleyen gönderileri gündemle ilişkilidir ve başarılı olmuştur.

3.8.4. WUC'nin Facebook Sayfasında Değindiği Konular ile Resmi İnternet Sitesinde Yer Alan Konu Başlıkları Uyumlu Mudur?

Araştırma kapsamında WUC'nin Facebook sayfasında değindiği konular ile resmi internet sitesinde yer alan konu başlıkları uyumlu mudur? Konusu ele alınmıştır. WUC'nin resmi internet sitesine bakıldığında Uygurca, Çince, Japonca, Arapça, Türkçe, Fransızca, Rusça, İngilizce, Almanca olmak üzere 9 dilde hizmet vermekte olduğu görülmektedir. Bu çalışma İngilizce sitesi üzerinden yürütülmüştür. WUC İngilizce web sitesinin kapak resmi örgütün logosu ve örgüt renklerini yansıtmaktadır. Kapak resminin hemen altında sekmeler yer almaktadır. Bu sekmeler “Ana sayfa”, “ Haberler”, “Faaliyetler”, “ Sorunlar”, “Basın açıklamaları”, “Raporlar”, “ Doğu Türkistan”, “Hakkımızda”, “ Bağış yap” sekmelerinden oluşmaktadır. “Haberler” sekmesi altında “Uygurlar hakkındaki haberler” ve ”etkinlikler” alt başlığı yer almaktadır. “Faaliyetler” sekmesi altında sosyal faaliyetler, “AB”, “ BM”, “ Alman hükümeti”, “ Protestolar”, “Kapasite artışı” alt başlıkları yer almaktadır. “Sorunlar” sekmesi altında “Siyasi mahpuslar”, “Sığınmacılar”, “Zorluklar”, “Kayıp kişiler”, “Profesör İlham Tohti” alt başlıkları yer almaktadır. “Medya” sekmesi altında “Basın açıklamaları”, “Haftalık raporlar”, “Bülten” alt başlıkları yer almaktadır. “Raporlar” sekmesi altında “WUC raporları” , “UAA ve UHRP raporları”, “Diğer raporlar” alt başlıkları yer almaktadır. “Doğu Türkistan” sekmesi altında “Hakkında” küçük başlığı içerisinde Doğu Türkistan coğrafyası, Doğu Türkistan’ın kısaca tarihi, Doğu Türkistan’ın bayrağı ve amblemi, Doğu Türkistan’ın milli marşı, Uygur medeniyeti başlıkları yer almaktadır. “Hakkımızda” sekmesi altında “Biz kim “, “Yönetim kadrosu”, “Genel kurul”, “Bağlı teşkilatlar”, “ İletişim” alt başlıkları yer almaktadır. İlgili sekmelere ve altındaki konu başlıklarına tıkladığı zaman ilgili haberlere, içeriklere, fotoğraflara, videolara ve raporlara ulaşılabilir. WUC'nin resmi internet sitesinde yer alan konulara ilişkin kategori isimleri ile içerik analizi kapsamında belirlenen WUC Facebook sayfasındaki kategori isimleri arasında farklılık bulunmaktadır. Bununla birlikte içerik açısından bakıldığında

internet sitesi ve Facebook sayfası arasında bir tutarlılık olduğu, genel olarak insan hakları konusu özel olarak da Uygurların insan hakları konusunun ağırlıklı olarak yer aldığı görölmektedir.

Genel olarak WUC'nin Facebook sayfasında değinilen konular ile resmi web sitesinin konu başlıkları arasında bir tutarlılık olduğu söylenebilir. Ancak resmi internet sitesi daha kapsamlı ve ayrıntılı içeriklere önem verirken Facebook sayfasında kısa, öz içerikler ön plana alınmıştır.



SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada STÖ'lerin hedef kitleleri ile etkileşim kurmak için sosyal medyayı stratejik iletişim çerçevesinde kullandığı, Facebook sayfası ile kurumsal kimlik oluşturmaya özen gösterdiği, yaptığı paylaşımlarında insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği ve Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmakta olduğu varsayımından hareketle *World Uyghur Congress* Facebook sayfası ele alınarak içerik analizi tekniği ile incelenmiştir.

World Uyghur Congress'in Facebook sayfası biçimsel olarak incelendiğinde sayfada topluluk bölümü yer almasına rağmen örgüt her hangi bir grup oluşturma girişiminde bulunmamıştır. Örgütün diğer sosyal medya araçlarına ulaşılacak linklerden sadece Twitter'e yer verilmiştir. Bu durum örgütün sosyal medyanın topluluk ve bağlana bilirlilik özelliklerinden yararlanmadığını göstermektedir. Facebook sayfasında karşımıza çıkan en büyük eksikliklerden biri kişiyi doğrudan eyleme geçirebilecek “gönüllü ol”, “üye ol” veya “bağış yap” gibi STÖ'lerin ciddi anlamda sıkıntı yaşadıkları zaman fon ve insan kaynağına katkıda bulunabilecek uygulamaların yer almamasıdır. Bu durum sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan katılım özelliğinin WUC tarafından yararlanılmadığını göstermektedir. Dikkat çeken diğer bir konu ise WUC Facebook sayfasındaki gönderilere yapılan 3286 tane yorum bulunmasına rağmen WUC'nin herhangi bir yorumda bulunmaması ve kullanıcıların sorularına yanıt vermemiş olmasıdır. Bu durum STÖ ağını genişletecek şekilde paydaş gruplarla etkili bir iletişim biçimi inşa edemediğini yansıtmaktadır. Yapılan gönderilerin etkileşim düzeyine bakıldığında da WUC'nin hedef kitle ile etkileşim içerisinde olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu çalışmayı ele alan araştırmacı da sayfada yer alan “mesaj gönder” butonundaki iletişim yoluyla örgütle iletişim kurmaya çalışmasına rağmen örgüt görevlileri ya da hesap yöneticileri tarafından herhangi bir yanıt erişememiştir. Bu durum örgütün sosyal medyanın temel özelliklerinde biri olan karşılıklı iletişim özelliğini benimsemediğini göstermektedir. Literatürde yer alan sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımları üzerinde örgütün stratejileri, kapasitesi ve yönetim özelliklerinin

etkili olduğu bilgisi, WUC Facebook sayfasında yansımamaktadır. Bu durum WUC Facebook’u stratejik iletişim çerçevesinde kullanmıştır varsayımını geçersiz kılmaktadır.

Facebook sayfasının temel biçimsel bilgileri ve sayfanın genel görünümü incelendiğinde sayfa tasarımı ve renkler kurumsal kimliği yansıtmaktadır. Üstelik sayfada örgüt hakkında detaylı bilgi olmakla birlikte, iletişim bilgilerine de yer verilmiştir. Ancak en büyük eksiklik kurumsal logo ile Facebook profilinin farklı olması olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçi Facebook profili örgütün logosundan farklı olsa da profile büyük harflerle yazılan “WORLD UYGHUR CONGRESS” ismi bu eksikliği kapatacak tarzdadır. Ana sayfadaki genel görünüm, temel biçimsel bilgiler, içerik başlıkları örgütün resmi web sitesi ile tutarlılık göstermektedir. Dolayısıyla diğer bir varsayım olan örgüt Facebook sayfası ile kurumsal kimliği yansıtmaya özen göstermiştir varsayımını geçerlilik taşımaktadır.

WUC’nin Facebook sayfasında paylaştığı içeriklere bakıldığında örgütün kuruluş amacı ve misyonuna uygun olarak Uygur halkının insan hakları meselesine odaklandığı görülmektedir. WUC’in insan hakları yaklaşımı bir iletişimi önemseydiği, yapmış olduğu gönderilerinde insan haklarının korunması, eşitlik, demokrasi, adalet, şiddetsizlik değerlerine riayet ettiği tespit edilmiştir. WUC’nin Facebook sayfasında yer alan içerikler insan haklarının korunması üzerinde etkili olmaktadır. Toplanan veriler içeriksel olarak değerlendirildiğinde elde edilen 271 gönderinin 250’inin insan hakları içerikli olduğu tespit edilmiştir. Hatta güncel konularla ilgili yapılan gönderilerde bile insan hakları söz konusudur. Bu durum örgütün yaptığı paylaşımlarda insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği varsayımını doğrulamaktadır.

WUC’nin Facebook sayfasında değinen konu başlıkları ile resmi internet sitesindeki başlıklar arasında farklılık olmakla beraber içerik olarak tutarlılık göstermektedir. WUC Facebook sayfasında WUC çalışanların faaliyetleri, katıldığı toplantıları, gerçekleştirdiği protesto ve kültürel etkinliklerine “Uygurlar”, “Doğu Türkistan”, “İnsan hakları”, “Toplama kampları kapatılsın”, “MeTooUyghur” konu başlıkları altında sıklıkça yer verilmiştir. WUC’nin Facebook sayfasının ana sayfasında yer alan gönderilerin bir kısmı New York Times, Washington post, BBC, CCN, Bitterwinter, Aljazeera gibi küresel medyalarda yayınlanan Uygurlar hakkındaki haberlerden oluşmaktadır. WUC Paylaştığı haber linkleri, resim ve videolar da şiddetten

uzak kalmış, yönlendirici içerikler yapmamıştır. Ağırlıklı olarak hedef kitleyi bilgilendirmeyi, Uygurların durumunu ilmi siyaset yollarıyla duyurmayı amaç edindiği görülmektedir. Literatürde yer alan sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı insan hakları savunuculuğu çerçevesinde kullandıkları bilgisi toplanan verilerden edinen sonuçlara göre geçerlilik taşımaktadır. Bu durum son varsayım olan WUC Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmaktadır varsayımının da geçerli olduğunu göstermektedir.

Özetle söylemek gerekiyorsa WUC'nin Facebook'u aktif bir şekilde kullandığı söylenemez. Çünkü neredeyse yedi senedir Facebook hesabı olan bir örgütün gönderi sayısı oldukça azdır. Genel olarak Sivil toplum örgütlerinin sosyal medyanın özellikleri ve avantajlarının farkına vardığını söylemek mümkündür. Ancak WUC'nin sosyal medyayı amaçları doğrultusunda stratejik iletişim çerçevesinde kullanmaya özen göstermediği yapılan veri analizi sonucunda yansımaktadır. Öneri olarak vermek gerekiyorsa WUC başta olmak üzere benzeri STÖ'lere şu öneriler verilebilir:

- Sosyal medya sivil toplum örgütleri için stratejik önem taşıdığı için örgütler bu mecraları kullanırken stratejik iletişim planıyla hareket etmeli, geliştirmeli ve etkin olarak kullanılmalıdır.
- Sosyal medyanın en büyük özelliği olan etkileşim STÖ'ler tarafından küçümsenmemeli, göz ardı edilmemelidir. STÖ'ler yapılan paylaşım ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmalı, paylaşım ile alakalı sorulara cevap vermeye önem vermelidir.
- STÖ'lerin resmi internet sitesi ile resmi sosyal medya hesapları arasında içeriksel ve biçimsel olarak tutarlılık olmalıdır.
- STÖ'ler sosyal medya hesaplarında örgütün yapısal ve kurumsal özelliğine göre başlıklar, alt başlıklar geliştirmeli, kitle ile en kolay, en hızlı bir şekilde iletişim kurula bileceği butonlar tasarlamalıdır.
- STÖ'ler sosyal medyanın kurumsal kimlik ve kurumsal itibar oluşturmadaki rolüne önem vermeli, kurumsal renk, kurumsal logo, kurumsal slogan ve kurumsal profillerin tasarlanmasına önem vermelidir.
- Sosyal medyanın gücü ve etkisini göz önünde bulundurarak STÖ'ler özel olarak sosyal medya çalışanlarını işe almalı, gerekirse mahsus personel yetiştirmelidir.

- STÖ'ler özellikle uluslararası STÖ'lerin sosyal medya hesapları sadece bir ya da birkaç dilde hizmet vermekle yetinmemeli, STÖ'ler paylaştıkları içeriklerin ulaşması gerektiğini düşünen kitle ve toplulukların dilinde de aynı isim ve amaçla hesap açmalıdır. Böylece örgütlerinin uluslararası arenada popülerliğini, tanınırlığını, etkinliğini artırabilirler

Araştırmacılara aşağıdaki öneriler verilebilir:

- STÖ'lerin sosyal medya aracılığıyla elde ettiği sonuçlar doğrultusunda çalışma yapılabilir.
- STÖ'lerin sosyal medyada içerik üretimi ve içerik yönetiminin niteliksel özellikleri araştırılabilir.
- STÖ'lerin paylaşım sıklıkları ve gönderilerin gündem ile olan ilişkisi, gündeme olan etkileri araştırılabilir.
- STÖ'lerin sosyal medya hesaplarındaki etkileşim türleri ve onların sayısı ele alınarak hangi içerik türünün daha çok etkileşimsel olduğu, hangi zamanlarda yapılan paylaşımın daha çok etkili olduğu araştırılabilir.
- STÖ'lerin farklı sosyal medya platformları (Facebook, Twitter, İnstgram, Youtube vd) ele alınarak STÖ'lerin hangi platforma daha çok odaklandığı, hangi platformun STÖ'ler için daha etkili ve yararlı olduğu sorusu bazında inceleme yapılabilir.
- Farklı yapıdaki STÖ'lerin sosyal medya kullanımı arasındaki farklılıklar ve iletişim stratejileri üzerindeki farklılıkları karşılaştırılabilir.

Son olarak sosyal medya platformların türü ve özelliklerinin giderek artması sivil toplum örgütleri için hem avantaj sağlamakta hem gelişen teknolojiler karşısında nasıl davranması gerektiği yönünde pratik bir soru bırakmaktadır. Bu nokta da hem STÖ'lerin hem de araştırmacıların odaklanması gereken değişim süreçleridir.

KAYNAKÇA

- Adalı, A. S. (2004). "Türkiye'de Yoksullukla Mücadelede STK'ların Roller ve Önemleri (Deniz Feneri örneği). *Küresel Demokrasinin Gelişmesi ve Katılım Sağlanması Açısından Sivil Toplum Kuruluşları Bildiriler Kitabı*. Çanakkale: I. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi.
- Ağaçcı, L. (2017). Sivil toplum kuruluşlarının pazarlama iletişimde sosyal medyanın rolü: Kızılay ve Yeşilay üzerine bir araştırma. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Akarsu, A. (2016). Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 10(19), 347-366.
- Akbıyık, N. Ö. (2016). *Sivil Toplum ve Sosyal Medya Perspektifinde "Arap Baharı" ve "Wall Street"i İşgal Et" Eylemleri*. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/1424373479.PDF> adresinden alındı
- Akbulut, U. (2016). *Youtube: Değeri 3,5 Milyon Dolardan 80 Milyara Çıktı*. [file:///C:/Users/ikbal/Downloads/Tez_Bilge%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ikbal/Downloads/Tez_Bilge%20(1).pdf) adresinden alındı
- Akçadağ, E. (2010). *Avrupa Birliği Sürecinde Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü*. Nisan 16, 2019 tarihinde alındı
- Akkaya, D. T. (2013). Sosyal Medya Reklamcılarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış Ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi,. *Yayımlanmış Doktora Tezi*. Edirne: trakya üniersitesi sosyal bilimler enstştüsü işletme anabilim dalı.
- Aksu, O. (2013). Türkiye'de sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanım analizi: HIV/AIDS konusunda bir durum çalışması. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Anabilim Dalı.
- Aktaş, C. (2014). *QR Kodlar Ve İletişim Teknolojilerinin Hibritleşmesi*. İstanbul: Kalkeden Yayınları.

- Alav, O. (2012). Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri. *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 1-22.
- Al-Hussein, Z. R. (2014). Sivil Toplum için Pratik Bir Rehber. *Sivil Toplum Alanı Ve Birleşmiş Milletler İnsan hakları sistemi*. <http://www.un.org.tr/humanrights/images/pdf/Civil-Society-Space-Turkish.pdf> .
- Alikılıç, Ö. A. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Aslan, S. (2010). Sivil Toplum Ve Demokrasi Civil Society And Democracy. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 357-374.
- Ateş, S. (2015). *bilgihanem*. Nisan 3, 2019 tarihinde <https://bilgihanem.com/youtube-nedir-nasil-kullanilir/> adresinden alındı
- Aydın, V. E. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(özel sayı1), 197-205,.
- Aziz, A. (2014). *Siyasal İletişim 5.Baskı*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aziz, A. (2016). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hibertürk Yayınları.
- Banger, G. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Yönetişim Rehberi*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.
- Bayhan, V. (2002, Mayıs). Demokrasi ve sivil toplum örgütlerinin engelleri: patronaj ve nepotizm. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 1-13.
- Bayrak, H. (2019, Ağustos 19). *En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları*. <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-vesosyal-medya-istatistikleri/> adresinden alındı
- Beckman, B. (1998). Demokratikleşmeyi Açıklamak: Sivil Toplum Kavramı Üzerine Notlar. *Sivil Toplum, Demokrasi ve İslam Dünyası* (s. 1). içinde İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analiz, Teknikler ve Örnek Çalışmalar*,. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Biter, G. (2014). Sivil toplum kuruluşlarında sosyal sorumluluk kampanyalarının duyurumunda sosyal medya kullanımının stratejik önemi. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Halkla İlişkiler Anabilim Dalı.

- Boyd, D. (2009). "Social Media is Here to Stay... Now What?". Mart 3, 2019 tarihinde <https://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html> adresinden alındı
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim Odaklı Pazarlama*. İstanbul: Mediacat yayınevi.
- Charles Taylor. (1994). "Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition", *Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition*, ed. New Jersey Princeton: Princeton University Press.
- Cristina Castronovo, L. H. (2012). Social media in an alternative marketing communication model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(1), 117-131.
- Çalış, Ş. (2006). Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları: İhmal Edilmiş Bir Gerçeklik. *III. International Ngo'S Conference*. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi. <http://web.hitit.edu.tr> adresinden alındı
- Çetin, Ö. (2017). *LinkedIn üyelerini mentorlarla buluşturacak bir sistem test ediyor*. Mart 11, 2019 tarihinde <https://sosyalmedya.co/linkedin/> adresinden alındı
- Çiftçi, C. (2012). Sivil toplum: kökenler, örgütlenme ve çalışma yaklaşımları Türkiye'nin Az Gelişmiş Bölgelerindeki (Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgeleri). Kadın ve Kadın STK'larının Güçlendirilmesi Projesi .
- Çizmeci, E. (2014). "Danah Boyd' da Sosyal Ağlar ve Gençlik". Ed. Mukadder Çakır *Yeni Medyaya eleştirel yaklaşımlar*. İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Doğan, Ş. (2018). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmada Kullanımı: 16 Nisan 2017 AnayasaDeğişikliği Referandumu Sürecinde Siyasi Aktörlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerik Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 423-442.
- Dondurucu, Z. B. (2014). Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya üzerinden halkla ilişkiler çalışmaları. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Engin, B. (2011). *Yeni Medya ve Sosyal Hareketler*", *Cesur Yeni Medya*. <http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/cesur-yeni-medya.pdf> adresinden alındı
- Enginkaya, İ. K. (2015). *Sosyal Medya Pazarlaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdem, D. (2008). Sivil Toplum Kuruluşlarında EtkİnlİK Ölçümü:Türkiye Örneği. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. T.C.Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi*. Ankara: Erk Yayınları.

- Erkan, A. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Erözden, O. (1998). “*STK’lar ve Hukuki Çerçeve de Yenilik Talepleri Üzerine Notlar*”, *Merhaba Sivil Toplum*. İstanbul: Helsinki Yurttaşlar Derneği Yayını.
- Ersöz, H. Y. (2000). “*Sosyal Politika Açısından Yerel Yönetimler: İngiltere, İsveç ve Türkiye örneği*. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Es, M. (2016). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Yerel Yönetişimlere Etkisi Sivil Toplum Ve Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel Ve Kavramsal Bakış. III.Uluslararası " NGO" kongresi*. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Eston, D. (1989). *Siyasal Yaşamın Sistemik Analizi (çinceye çeviren Wang Pu zhen)*. Pekin: Huaxia Yayınevi.
- Ezgi, S. (2017). SİVİL toplum örgütlerinin sosyal medya: greenpeace türkiye facebook sayfası. *Selçuk İletişim Dergisi*, 10(1), 158-187.
- Fidan, Z. (2016). *Teknoloji ve Siyasal İletişim: Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim*. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Fu, L. W. (2004). *Ağ Politikaları: Ağ Toplumu ve Ulusal Yönetişim*. Pekin: Ticari Yayınları.
- Göksu, V. (2016). *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Gönel, A. (1998). *Önde gelen STK’lar araştırma raporu*. İstanbul: TARİH Vakfı Yurt Yayınları.
- Gönenç, A. A. (2011). *Sivil Toplumun Düşünsel Temelleri Ve Türkiye Perspektifi*. İstanbul: Altıkitap Yayınevi.
- Görün, M. (2006). “*Demokratik Siyasal Kültürün Gelişmesinde Sivil Toplumun Rolü*”. *III.Uluslararası " NGO" kongresi*. Çanakkale.
- Gu, J. (2003). *Sivil Toplum Örgütlerinin Yükselişi ve İşlevleri*. *Şangay Jiaotong Üniversitesi Dergisi*, 2(7), 12-33. Şangay Jiaotong Üniversitesi Dergisi: [https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%9E%E6%94%BF%E5%BA%9C%E7%BB%84%E7%BB%87#reference-\[10\]-78357-wrap](https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%9E%E6%94%BF%E5%BA%9C%E7%BB%84%E7%BB%87#reference-[10]-78357-wrap) adresinden alındı
- Güloğlu, T. (1998). “*Genel Olarak ve Türkiye’de Yaşlı Nüfusun Sosyal Güvenliği*”, *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Günaydın, C. Y. (2018). Kadın Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı: Mor Çati Kadın Siginağı Vakfı Twitter Sayfası Örneği. Nevşehir: International Conference On Social Sciences-Cappadocia.
- Habermas, J. (2014). *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Mart 4, 2019 tarihinde <https://plato.stanford.edu/entries/habermas/#Aca> adresinden alındı
- Haenlein, A. M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Hong, W. G. (2014, Şubat 28). *wechat nasıl üretildi 微信怎样诞生: 张小龙给马化腾的一封信*. <http://tech.163.com/14/0228/14/9M67OQ9100094ODU.html> adresinden alındı
- İnan, S. (2017, Nisan 24). *Sendika, Vakıf Ve Derneklerdeki Üye İlişkisi*. Mart 7, 2019 tarihinde <https://www.airlinehaber.com/sendika-vakif-ve-derneklerdeki-uye-iliskisi/> adresinden alındı
- İnanç, G. (2018). *wordpress nedir?* Ağustos 29, 2018 tarihinde <https://www.mediatick.com.tr/blog/wordpress-nedir#> adresinden alındı
- Ince, M. E. (2010). KURUMSAL KİMLİK. *Etüd-Araştırma Servisi*. Konya: Konya Ticaret Odası^<http://www.kto.org.tr/d/file/kurumsal-kimlik.pdf>.
- Kaleağası, B. (2019). *Devlet Sivil Toplum İlişkisi*. <http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/d/e/devletsiviltoplum.pdf> adresinden alındı
- Kaleağası, B. (2019). *Devlet Sivil Toplum İlişkisi*. <http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/d/e/devletsiviltoplum.pdf> adresinden alındı
- Karaçay, B. (2018, Mayıs 15). *Demokrasinin Anlamı Nedir? Demokratik Toplumlar Demokrasiyi Nasıl Anlıyor?* Mart 15, 2019 tarihinde <https://bakikaracay.com/demokrasi-anlami-nedir> adresinden alındı
- Karagül, S. (2006). Küresel Bir Aktör Olarak Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları:Uluslararası Politikadaki Rol Ve Etkinlikleri. *III. International "NGO'S" Conference*. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Karakuş, O. (2006). Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye'Deki Sivil Toplum Kuruluşları. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İSPARTA: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı .

- Karaoğlu, Y. (2016). Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya kullanımı üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Kaya, M. (2014). Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerini Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 150-169.
- Kaypak, Ş. (2012). Yerel Yönetimlerde Katılımcı/Müzakereci Demokrasi Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(17), 171-196.
- Keane, J. (2010). *Medya ve Demokrasi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keyman, F. (2006). *Türkiye'de ve Avrupa'da Sivil Toplum*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi.
- Kirk Hallahan, D. H. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
- Levent Şahin, M. Ö. (2010). *Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'Deki Durumu*. Mart 9, 2019 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/9300> adresinden alındı
- M.BAT, Z. B. (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.
- Mahçupyan, E. (2000). *İdeolojiler ve Modernite*. İstanbul: Patika Yayıncılık.
- Mayfield, A. (2008, Ağustos 8). www.icrossing.com/. Mart 3, 2019 tarihinde https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden alındı
- McKnight, B. (2005). *Siyasal İletişime Giriş (Çinceye çeviren Yin qi)*. Pekin: Xinhua Yayınevi.
- Mehmet Tokatlı, İ. Ö. (2017). Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(34-57). <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/285983> adresinden alındı
- Ming, Y. G. (2009). *Medya Ekonomisi Eğitimi*. Pekin: Çin Renmin Üniversitesi Basını.

- Neslihan, E. (2013). *Sosyal Medyada İletişim Mikroblog Nedir ?* Mart 11, 2019 tarihinde <http://iletisimnotlarim.blogspot.com/2013/05/mikroblog-nedir-bir-blog-yayn-bicimi.html> adresinden alındı
- Onbaşı, F. (2005). *Sivil toplum*. İstanbul: Timaş Yayın Grubu.
- Oran, B. (2018). Ağustos 29, 2019 tarihinde WordPress Nedir? Ne İşe Yarar? Neler Yapılır? (Canlı Örnekler): <https://wpmavi.com/wordpressbaslangic/wordpress-nedir.html> adresinden alındı
- Osman, A. (2001). *Kuramsal ve Tarihsel Asamalarıyla Sivil Toplum*. İstanbul: Bayrak Yayıncılık.
- Ömer Çaha, A. Ç. (2013). TRA3 Bölgesi Sivil Toplum Kuruluşları Profili. Ankara: Serka Kalkınma Ajansı.
- Özbek, N. (2002, Bahar). *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Sosyal Devlet*”, *Toplum ve Bilim*, Mart 9, 2019 tarihinde http://www.academia.edu/31530313/%C3%96zbek_Nadir._Osmanl%C4%B1dan_G%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCze_T%C3%BCrkiyede_Sosyal_Devlet._Toplum_ve_Bilim_no_92_2002_7-33 adresinden alındı
- Özer, K. (2008). *Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kalkınma. (Yeterlilik Tezi)*. Ankara: T.C İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/sivil_toplum_kuruluslari_ve_kalkinma.pdf.
- Özkan, A. (2016). *21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları*. İstanbul: TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü.
- Öztürk, C. M. (2018). Kurumsal Kimlik Aracı Olarak Facebook:Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 28, 115-141.
- Öztürk, L. Ş. (2008). *Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'deki Durumu*. İstanbul: İÜ İktisat Fakültesi Yayınları.
- Pierre R. Berthon, L. F. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 261—271. Mart 11, 2019 tarihinde <http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/191.pdf> adresinden alındı

- Pınar, A. (2011). Halkla İlişkilerde Yeni Eğitimde Sosyal Medya. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Halkla İlişkiler Bilim Dalı.
- Sepetci, N. (2017). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısının Çöküşü: Instagram Örneği. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Serdar Öge, M. K. (2006). Küresel Ekonomi Yönetiminde Sivil Toplum Kuruluşlarının Yeri Ve Önemi. *Sivil Toplum / Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel Ve Kavramsal Bakış: III. International "NGO's" Conference*. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi,.
- Seren, M. (2018). *Sosyal Medya El Kitabı*. Ankara: Orion Kitapevi.
- Sezen, E. (2013). Türkiye’de Sivil Toplum Örgütlerinin Yeni Faaliyet Alanı Olarak Sosyal Medya. yayımlanmış yüksek lisan tezi.
- Süleyman Özdemir, H. B. (2010). *Sivil Toplum Kuruluşları (Stk)’Nın Artan Önemi Ve Üsküdar’da Faaliyet Gösteren Bazı Stk’lar Üzerine Bir Araştırma*. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/9069> adresinden alındı
- Şapçı, A. A. (2015). *Sosyal Medyadaki Arayüzler*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Şardağı, C. Ö. (2018). Kurumsal Kimlik Aracı Olarak Facebook Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 115-141.
- Şedağı, E. (2017). Sosyal medya ve kurumsal kimlik: Türkiye'deki vakıf ve derneklerin Twitter kullanımının değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 337-362.
- Ta, J. Q. (2013). *What Impact Has Social Media Truly Had On Society*. Mart 14, 2019 tarihinde <https://www.business2community.com/social-media/impact-social-media-truly-society-0974685#i0qHWwDLCU2yFvXF.97> adresinden alındı
- Talas, M. (2011). Sivil Toplum Kuruluşları Ve Türkiye Perspektifi. *TÜBAR-XXIX-*, 387-401.
- Taş, S. K. (2015). Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel Ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler Ve Fırsatlar. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 199-214.
- Taşliyan, M. (2006). Sivil Toplum Kuruluşlarında (Stk) Örgütlenme Ve İnsan Kaynakları:Toplum Gönüllüleri Vakfı (Tog). *Sivil Toplum / Sivil Toplum Kuruluşlarına*

Tarihsel bakış, III. International "NGO's" Conference. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi,.

- TDK. (2019). *Türk dil kurumu.* Şubat 29, 2019 tarihinde http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c76a330473728.28995939 adresinden alındı
- Tekeli, İ. (2004). *katilimci demokrasi ve sivil toplum kuruluşları.* Ankara: Sosyal Demokrasi Yayınları.
- Terzioğlu, D. (2018). Katılımcı demokrasi bağlamında sivil toplum kuruluşlarının internet/ sosyal medya üzerinden halkla ilişkiler faaliyetleri "Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu" nun twitter paylaşımlarının bir örnek olay üzerinden analizi. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.* Giresun: Giresun Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Toprak, S. T. (2014, ARALIK). Sivil toplum kuruluşları ve sosyal medya bağlamında" Renkli devrimler ve Arap baharı süreçlerinin karşılaştırılması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(3), 233-254.
- Tosun, G. E. (2001). *Demokratikleşme Perspektifinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi.* İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Tuncay Güloğlu, M. E. (2006). Sivil Toplum Kuruluşlarının Yerel Yönetimlere Etkisi Sivil Toplum / Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel Ve Kavramsal Bakış. *III. International "NGO's" Conference.* Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Tuncer, S. (2013). Sosyal Medyanın gelişimi. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Tunçay, M. (2003). Sivil Toplum Kuruluşları ile İlgili Kavramlar. *Sivil Toplum Dergisi*(1), 9-13.
- Tutgun Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yayımlanmış Doktora Tezi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tülay Demiralay, I. D. (2006). Küreselleşme Bağlamında Stk'Larin Güçlendirilmesinde Yönetim Bilişim Sistemlerinin Uygulanabilirliği. *Sivil Toplum / Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel Ve Kavramsal Bakış: III. International "NGO's" Conference.* Çanakkale : Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.

- Türk, G. D. (2013, Aralık 9-11). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. *İnter-Tr13*XVIII. Türkiyede internet konferansı*. İstanbul: İstanbul Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
https://www.academia.edu/9727840/Demokrasinin_D%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BC_Kuvveti_Yeni_Medya_Teknolojileri adresşnden indirilmiştir.
- Uslu, İ. (1999). Bir Sosyal Siyaset Vasıtası Olarak Kâr Gütmeyen Kuruluşlar: ABD örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: iÜ Sosyal bilimler enstitüsü.
- Verçiç, K. H. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication, 1*(1), 3-35.
- Xiu, L. X. (2016). Avrupa ve Amerika ülkeleri perspektifinden Sosyal Medyada Terörizm Araştırması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Şanghai, Çin: East China University of Political Science and Law.
- Yalçın, F. G. (2016). *Küçük İşletmenler İçin Sosyal Medya*. İstanbul: Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.
- Yayla, K. (2010). Çevrim İçi Sosyal Ağların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Manisa: CBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Yegen, C. (2014). Dİjİtal AktİvİzmİN BİR Türü Olarak Hacktİvİzm Ve “Redhack”. *E-Journal of intermedia, 1*(1), 118-132.
- Yi, H. (2018). Sosyal medya kullanımının kişisel kullanım psikolojisine etkisi: <https://wenku.baidu.com/view/029bf295fbd6195f312b3169a45177232f60e4a6.html> adresinden alındı
- Yıldız, O. (2006). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Dünya Politikasında Artan Rolü: Uluslararası Kuruluşlar Açısından Bir Değerlendirme . *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Yılmaz, A. (2003). *Çağdaş Siyasal Akımlar, Modern Demokraside Yeni Arayışlar*. Ankara: Vadi Yayınları, 2. Basım.
- Ziya, A. (2001). *Sosyoloji*. Urumçi: Xinjiang Halk Neşriyatı.

İNTERNET KAYNAKLARI

1. <https://baike.baidu.com/item/%E5%85%A8%E7%90%83%E5%8C%96/489841?fr=aladdin>
Erişim: 6 Mart 2019
2. [https://baike.baidu.com/item/web2.0?fromtitle=web+2.0&fromid=222391#reference-\[1\]-733-wrap](https://baike.baidu.com/item/web2.0?fromtitle=web+2.0&fromid=222391#reference-[1]-733-wrap) Erişim: 24 Kasım 2019
3. <https://baike.baidu.com/item/Twitter> Erişim: 25 Ekim 2019
4. <http://www.chinastor.org/GuoNeiXinWen/8699.html> Erişim: 11 Mart 2019
5. <https://democracy-reporting.org/country/social-media-and-democracy/> Erişim: 10 Aralık 2019
6. http://news.ifeng.com/mainland/special/2010lianghui/redianjiedu/shiyedanweigaige/detail_2010_03/13/825149_0.shtml Erişim: 2 Aralık 2019
7. http://control.blog.sina.com.cn/myblog/htmlsource/blog_notopen.php?uid=5458222419&version=7&x Erişim: 8 Aralık 2019
8. <http://www.dijitalhayatakademisi.com/sosyal-medya-ve-toplum/> Erişim: 12 Mart 2019
9. <https://www.konsept360.com/webtasarim/flickr-nedir> Erişim: 11 Mart 2019
10. https://kobitek.com/blog_nedir Erişim: 11 Mart 2019
11. <https://baike.baidu.com/item/社交媒体/1085698?fr=aladdin> Erişim: 4 Mart 2019
12. https://www.facebook.com/pg/uyghurcongress/about/?ref=page_internal Erişim: 26 Ağustos 2019
13. <https://www.facebook.com/uyghurcongress/> Erişim: 26 Ağustos 2019
14. <https://www.uyghurcongress.org/en/> Erişim: 26 Ağustos 2019
15. <https://www.bariscanunal.com.tr/kategori/yazilar/kurumsal-iletisim/> Erişim: 15 Mart 2019
16. <https://www.blogacmak.com/blog-nedir/> Erişim: 3 Ekim 2019
17. <https://wordpress.org/about/> Erişim: 29 Ağustos 2019.
18. <http://www.bilisimcafe.net/blogger-nedir-ne-ise-yarar/> Erişim: 3 Ekim 2019
19. <https://www.uyghurcongress.org/tr/category/2-0/2-4/> Erişim: 20 Ekim 2019
20. <https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%AE%E5%8D%9A/79614> Erişim: 11 Ocak 2020

