

**PANDEMİ DÖNEMİNDE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDA İLETİŞİM VE HALKLA
İLİŞKİLER; TTB'NİN TWITTER HESABINA YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ**

Çağatay DEMİREL¹

ÖZ

Araştırma Makalesi

Research Article

¹ Öğr. Gör., Gümüşhane
Üniversitesi İletişim Fakültesi,
Gümüşhane, Türkiye

E-Posta
ccagataydemirel@gmail.com,
ORCID
0000-0001-5147-4634

Başvuru Tarihi / Received

21.10.2021

Kabul Tarihi / Accepted

04.03.2022

Günümüzün modern toplumsal yapısı içerisinde iletişim ve halkla ilişkiler, sivil toplum kuruluşları açısından oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Özellikle sivil toplum kuruluşlarının ortak hedef ve amaçlara ulaşabilmesi, var olan mevcut durumlarını koruyabilmesi, yaşanan problemlere bağlı olarak kamuoyu oluşturabilmesi ve kamuoyunun desteğini sağlayabilmesi, ancak iletişim ve halkla ilişkiler ile mümkün olmaktadır. Corona Virüsü (Covid-19) salgınından dolayı Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün tüm dünyada pandemi ilan etmesiyle sivil toplum kuruluşlarındaki iletişim ve halkla ilişkiler daha da önem kazanmıştır. Böylelikle sivil toplum kuruluşları hedef kitleleriyle çevrim içi ortamlar aracılığıyla daha verimli ve kesintisiz şekilde iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu düşünceden hareketle de bu çalışmanın konusu, pandemi döneminde sivil toplum kuruluşlarında iletişim ve halkla ilişkiler olarak belirlenmiştir. Araştırma, sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının Covid-19 salgınında oynadığı rolü belirlemeyi amaçlamaktadır. Nitel olarak gerçekleştirilen bu çalışmada sivil toplum kavramı etrafıca ele alınmış ve TTB'nin resmi Twitter hesabı içerik analizi yöntemi ile iletişim ve halkla ilişkiler açısından irdelenmiştir. Sonuç olarak iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı bu dönemde Türk Tabipler Birliği'nin kamularıyla verimli/etkin iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetinde bulunabilmesi için "iki yönlü iletişim" anlayışını daha fazla benimsemesi gerektiğine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Halkla İlişkiler, İletişim, Pandemi, Sivil Toplum.

COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS IN CIVIL SOCIETY ORGANIZATIONS IN THE PERIOD OF PANDEMIC; A CONTENT ANALYSIS FOR TTB'S TWITTER ACCOUNT

ABSTRACT

In today's modern social structure, communication and public relations are of great importance from the point of view of non-governmental organizations. In particular, it is possible for non-governmental organizations to achieve common goals and objectives, to maintain their existing status, to create public opinion depending on experienced problems and to provide public support, but only through communication and public relations. Because of the outbreak of the Corona virus (Covid-19), communication and public relations in non-governmental organizations became even more important when the World Health Organization (who) declared a pandemic around the world. In this way, non-governmental organizations are trying to carry out communication and public relations activities with their target groups more efficiently and without interruption through online environments. From this in mind, the subject of this study has been determined as communication and public relations in non-governmental organizations during the pandemic period. The research aims to determine the role played by non-governmental organizations operating in the field of health in the Covid-19 outbreak. In this qualitative study, the concept of civil society has been discussed in detail and examined in terms of communication and public relations with the Turkish Medical Association's official Twitter account through content analysis method. As a result, in this period when communication technologies are used extensively, it has been reached that the Turkish Medical Association should adopt the "two-way communication" approach more in order to engage in efficient/effective communication and public relations activities with their public.

Key Words: Covid-19, Public Relations, Communication, Pandemic, Civil Society.

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar uzanan tarihsel perspektif içerisinde sivil toplum, kendi içerisinde barındırmış olduğu tarihsel miras ile birçok düşünür ve yazarın ilgisini çekmiş ve bulunduğu konumu itibarıyla da büyük bir öneme sahip olmuştur. Sivil toplum, bu tarihsel mirasa bağlı olarak da antik çağdan günümüze kadar uzanan bir tarihsellik içerisinde birçok gelişim ve değişim sürecinin de odak noktasında yer almaktadır.

Sivil toplum kuruluşları kendi çalışma alanlarına ilişkin olan konularda veya yaşanan problemlerde kamuoyunu oluşturmanın yanı sıra kuruluşa karşı ortak ilgisi olan bireylerin, kuruluşa dâhil olmalarını sağlamaktadır. Diğer yandan ise hedef kitlenin desteğinin sağlanması konularında da aktif rol üstlendikleri görülmektedir. Ancak özellikle hedef kitlenin desteğinin sağlanabilmesi elbette iletişim ve halkla ilişkiler olmadan pek mümkün görülmemektedir (Boztepe, 2013: 90). Öyle ki, Covid-19 olarak adlandırılan ve dünyayı etkisi altına alan kriz döneminde sivil

toplum kuruluşları, söz konusu problem karşısında kamuoyunun bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi, ayrıca kendi stratejik hedeflerini de yönetebilmesi hususunda etkili iletişim ve halkla ilişkiler çalışmalarına ihtiyaç duymaktadır.

Gelişen ve değişen iletişim teknolojileri ile beraber, sosyal ağların, internet ve mobil araçların kullanımında yaşanan artış, sivil toplum kuruluşlarının geniş halk kitlelerine ulaşabilmesine ve onlara seslenebilmesine olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları, sosyal medya aracılığıyla kendi hedef kitleleriyle çevrim içi iletişim kurarak etkili ve verimli halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirebilmektedir. Bütün bu ifadelerden hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada özellikle salgın hastalık süresinde sağlık alanında faaliyet gösteren bir sivil toplum kuruluşu olan Türk Tabipler Birliği (TTB)'nin Twitter kullanımını nasıl gerçekleştirdiklerini, toplumsal anlamda adeta bir krize neden olan Covid-19 sürecinde hangi mesaj stratejilerinin izlendiği ve böylesi riskli bir ortamda durumu kendileri açısından avantaja dönüştürüp dönüştüremedikleri üzerinde durulmaktadır. Ayrıca bu çalışmada, kuramsal çerçeve sivil toplum kavramı, Türkiye'de sivil toplum ve sivil toplum örgütleri, sivil toplum kuruluşlarında iletişim ve sivil toplum kuruluşlarında halkla ilişkiler etrafında oluşturulmuştur.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Sivil Toplum Kavramına Bakış

Sivil toplum kavramı, tarihsel süreç içerisinde yeni bir kavram olmamakla beraber özellikle siyaset bilimi açısından önemli bir inceleme ve araştırma konusu olarak varlığını devam ettirmektedir. Antik Yunan'dan Roma Dönemi'ne oradan da günümüze kadar uzanan derin bir tarihsel mirası içerisinde barındırmaktadır (Taşkıran, 2015: 13; Yılmaz, 2018: 251). Kavram, Aristoteles'in *Politika* isimli eserinde *Siyasal Toplum* (Politike Koinomia) olarak kullanılmış ve bu siyasal toplum, tamamen özgür ve eşit yurttaşlar tarafından şekillendirilmekte ve de kamusal bir topluluk olarak ele alınmaktadır (Anjum, 2010: 148; Gönenç: 2001: 12; Aslan, 2010: 189). Ancak zaman içerisinde Latinceye *Civilis Societas* olarak aktarılan kavramın daha sonra İngilizceye *Civil Society* olarak aktarıldığı görülmektedir (Biber, 2006: 11).

Sivil toplum terimi Çiçero'nun *Societas Civilis* anlayışından geçerek klasik felsefeye ulaşmış (Taşkiran, 2015: 17) ve ona göre sivil toplum, bireylerin ortak yaşam anlayışlarına bağlı olarak birbirleri ile kurdukları ilişkilerin toplamıdır (Zoeram, Jawan ve Fee, 2010: 44-45). Ayrıca yine *Societas Civilis*, yasalar ve kurumlar aracılığıyla ortak bir payda doğrultusunda bir araya getirilmiş insanları da ifade etmektedir (Anjum, 2010: 149). Fakat tarihsel bir bakış açısında sivil toplum kavramının, ancak ve ancak Orta Çağ'ın sonlarına doğru giderek daha belirgin bir hale geldiği görülmektedir. Öyle ki sivil toplum, bu dönemde devlet otoritesinden daha bağımsız ve daha özerk bir ortamda gelişme gösteren toplumsal alanı yansıtmaktadır (Edwards, 2004: 6).

Diğer yandan tarihsel evrim sürecinde sivil toplum kavramının Antik ve Orta Çağ'daki gelişim sürecine bakıldığında Aristoteles, Platon ve Çiçero gibi düşünürlerin çalışmaları ile gündeme gelmiş (Taşkiran, 2015: 17) daha sonraki dönemde ise Thomas Hobbes, John Locke ve Jean Jacques Rousseau gibi toplum sözleşmecisi felsefecilerin düşünceleri etrafında şekillenmiştir (Biber, 2006: 11). Ancak günümüzdeki sivil toplum anlayışının temellerinin/alt yapısının Adam Ferguson, Thomas Paine, Friedrich Hegel ve Alexis Tocqueville gibi düşünürler tarafından atıldığı ifade edilmektedir (Taşkiran: 2015: 24).

Bütün bu tarihsel süreçten sonra modern demokratik toplumların ayrılmaz parçası konumunda bulunan sivil toplum, kendi ilke ve kurallarına göre faaliyet gösteren devlet ve devlet otoritesinin dışında kalan sosyo-ekonomik alanı ifade eden özerk bir alan olarak gösterilmektedir (Yıldırım, 2004: 50; Biber, 2006: 15). Larry Diamond (1994: 5) ise sivil toplumu, “*kendi kendini üreten, kendi kendini destekleyen, devletten bağımsız sosyal yaşam alanı*” olarak tanımlamaktadır.

1.2. Türkiye’de Sivil Toplum ve Sivil Toplum Örgütleri

Tarihsel gelişim seyri incelendiğinde sivil toplum kavramı, Türkiye açısından oldukça yeni bir kavramdır (Biber, 2006: 22). Özellikle 1980’li yıllar Türk sivil toplumu açısından bir dönüm noktası olarak ele alınmaktadır (Kotan ve Ünür: 2015: 131). Bu yıllardan sonra gerçekleştirilen siyasal ve ekonomik koşulların sonucu ile birlikte Türkiye’de sivil toplum, devlet-toplum ilişkisine bağlı olarak belirli bir

mesafe kaydetmenin yanında (Uluç, 2013: 416) toplumun gelişmesine de ciddi katkılar sağlamıştır. Ancak, ülkemizde sivil toplum kuruluşlarının gelişim seyrine bakıldığında Batı'dan farklı bir gelişim seyri gösterdiği görülmektedir (Şahin ve Öztürk, 2008: 21). Sivil toplum, Batı'da özellikle burjuvazi ile beraber “*aydın*” bir kitle ortaya çıkarmış ve bu kitle sayesinde de sivil toplumun faaliyet alanı giderek artmıştır (Taşkiran: 2015: 16) Buna karşın Cumhuriyet'in ilanından sonra Türkiye'de sivil toplum ancak Cumhuriyet'in kendi aydınları ile sağlanmaya çalışılmıştır. Elbette Batı'daki ve Türkiye'deki bu farklılık sivil topluma yönelik sürecin tersten işlenmesine yol açmaktadır. Yani Batı'da sivil toplum, daha iyi örgütlenen ve daha iyi görünen ayrıca toplumun taleplerini devlete iletmeye çalışan bir anlayışla varlığını devam ettirirken Türkiye'de ise devletin talepleri, sivil toplum üzerinden topluma aktarılmaya çalışılmaktadır (Biber, 2006: 27).

Türkiye'nin sivil toplum deneyimine baktığımızda özellikle 1983 yılındaki seçimlerden sonra iktidara gelen Anavatan Partisi ile yeni bir sürecin kapılarının aralandığı ifade edilmektedir. Bu dönemde devletin toplum hayatında oynadığı role odaklanılmış ve bunun sonucunda da sivil toplumun güçlendirilmesi gereği ortaya çıkmıştır (Kotan ve Ünür: 2015: 131, Biber, 2006: 22). Bu gerekliliğe bağlı olarak bireyler zaman içerisinde sivil toplum kavramına sıkı sıkıya sarılmış ve kavramı demokrasinin kapılarını aralayan Bauman'ın (2016: 7) ifadesiyle “*sihirli bir sözcük*” olarak görmüştür. Bu bağlamda da ülkemizde sivil toplum alanında faaliyet gösteren İngilizce'de “*non-governmental organization*” olarak adlandırılan hükümetten ve iş dünyasından bağımsız hayır kurumu, dernek vb. (<https://oxfordlearnersdictionaries.com>) gibi birçok kuruma bu gözle (*sihirli*) bakılmaktadır. Ancak şu bir gerçek ki, sivil toplum örgütleri demokrasinin gelişip yerleşmesine ve işlerlik kazanmasına ve de içerisinde yaşanılan ekonomik ve siyasal yapıda meydana gelen sorunlara karşı farklı çözüm yolları üreten bir konumda yer almaktadır.

Günümüzde geniş anlamda Türkiye'de faaliyet gösteren birçok sivil toplum kuruluşu/örgütü bulunmaktadır. 2000'li yıllarda Türkiye'nin Avrupa Birliği adaylık süreci ile beraber sivil toplum kuruluşlarının gerek sayısal etkinliklerini gerekse faaliyet alanlarını giderek arttırdıkları görülmektedir (Uluç, 2013: 412). Bugün,

temelde bir amaç etrafında örgütlenmeye çalışan, gönüllük esasına göre devletten bağımsız fakat devlet politikalarını değiştirmeye ve etkilemeye çalışan (Biber, 2006: 28-29), özel sektör girişimlerinden birliklere, odalara, derneklere, vakıflara, siyasi grup ve partilere kadar pek çok kuruluş ülkemizde sivil toplum kapsamına girmektedir (Taşkiran, 2015: 57). Ayrıca yapılan araştırmalar Türkiye’de yüz binin üzerinde sivil toplum kuruluşunun/örgütünün olduğunu göstermektedir (<https://www.siviltoplum.gov.tr>).

Sonuç olarak şunu ifade edebiliriz ki, ülkemizde birçok alanda faaliyet gösteren birçok sivil toplum kuruluşu/örgütü bulunmaktadır. Özellikle içerisinde bulunduğumuz Covid-19 sürecinde sağlık alanında faaliyet gösteren Türk Tabipler Birliği, *pandemi* döneminde sosyal medya aracılığıyla iletişim ve halkla ilişkiler kanallarını kullanarak ortak bir amaç doğrultusunda hedef kitlelerine ulaşmak, seslerini duyurabilmek ve belirli bir konu etrafında örgütlenip kamuoyu oluşturmaya çalışmaktadır.

1.3. Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim

“İletişim, aynı zamanda, belli örgütlü yer ve zamanda egemenlik ve mücadeledeki insanın davasını ve uğraşını sürdürmesinin zorunlu koşulu olur.”¹

Yaşamın her alanında var olan iletişim, insanın var olduğu günden itibaren başlamış ve kimi zaman anlam, içerik ve boyut değiştirerek günümüze kadar ulaşabilmiş bir kavramdır (Soydaş, 2018: 67). Ancak kavramın sahip olduğu tarihsel miras kimi durumlarda ona farklı anlamların yüklenmesine yol açsa da TDK (2021)’ya göre iletişim, “*duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim*” şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca yine iletişim, bütün canlılar dünyasında gözlenebilen, her zaman ve her yerde var olan duygu, düşünce, anlam ve bilgilerin, bireyler/insanlar arasında karşılıklı olarak paylaşılması/aktarılması şeklinde ifade edilmektedir (Zillioğlu, 2014: 33). Şayet başka bir tanımlamaya göre iletişim, yaşamın her alanında var olan, yüz yüze konuşmadır, saç biçimidir veyahut bir enformasyonun yayılabilmesidir (Fiske, 1996: 15).

¹ Erdoğan, İrfan (2011). İletişimi Anlamak (4. Baskı), Ankara: Erk Yayınları, s. 57.

Bütün bu yargılardan hareketle sivil toplum kuruluşları da özellikle kendi bünyesinde yer alan ve ortak amaçlar doğrultusunda bir araya gelmiş insanlarla etkililik ve verimlilik esasına dayanarak iletişim eyleminde bulunmalıdır (Biber, 2006: 66). Çünkü gerçekleştirilecek etkili bir iletişimle sivil toplum kuruluşlarının doğru kararlar alması, alınacak kararlarda bilginin elde edilmesi, alınan kararların bireyler nezdinde net bir şekilde anlaşılması, olası hataların en aza indirgenmesi ve karşılaşılabilecek krizlerin aşılması sağlanabilecektir (Bakan ve Büyükbeşe, 2004: 3-4). Bunun yanı sıra sivil toplum kuruluşları iletişim ve iletişim kanallarının gücünden faydalanarak gerçekleştirecekleri kurum içi/dışı iletişim faaliyetleriyle bireylerin düşünce, öneri ve eleştirilerinin serbestçe dolaşımını sağlayabileceği demokratik bir ortamı inşa edebilmektedir (Kaldor, 2003: 7; Biber, 2006: 67).

“*Küçülen dünya*” metaforlarıyla dolu olan dünyamız (Tomlinson, 2013: 14), teknolojik gelişim ve değişimlere bağlı olarak özellikle iletişim alanında çok katmanlı bir dönüşüm sürecinin yaşanmasını sağlamaktadır (Güzel, 2016: 85). Böylesi bir dönüşüm süreci, küresel çapta ve ağ örgütlenmesine dayalı olan teknolojik paradigmanın da etkisiyle insani faaliyet alanlarının tümünde etkisini hissettirmektedir (Castells, 2008: 99-100). Özellikle internet ve çevrim içi sosyal ağlar aracılığıyla bireyler, kendi fikir ve düşüncelerini belirgin bir şekilde ifade edebilme, seslerini yüksek sesle duyurabilme ve kendi yaratıcı potansiyellerini daha fazla ortaya çıkarabilmektedirler (Jenkins, 2006: 137). İşte böylesi bir gücün varlığı da sivil toplum kuruluşlarının dikkatini çekmektedir. Nitekim sivil toplum kuruluşları her an ve her dakika popülaritesi/önemi artan sosyal ağlar aracılığıyla faaliyet yürüttükleri alanlarda seslerini duyurabilmek, hedef kitlesi ile anlık ve kesintisiz çift (iki) yönlü bir iletişim kurabilmek ve belli bir konu etrafında örgütlenip kamuoyu oluşturabilmektedir (Biber, 2006: 30). Sonuç olarak sivil toplum kuruluşları için iletişim ve yeni iletişim araçları, adeta içerisi hazinelerle dolu olan bir mağaranın anahtarı niteliğindedir.

1.4. Sivil Toplum Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

Bireyler hangi çağda ve hangi koşullar altında yaşarsa yaşasınlar, düşüncelerini, inançlarını ve duygularını bütüncül bir yaklaşım içerisinde örgütlenme eğilimindedir (Erdoğan, 2011: 336). Elbette bu örgütleniş bireylerin ortak bir bakış,

ortak bir talep ve ortak bir duyarlılık temelinde bir araya gelmelerini sağlarken diğer yandan bu durum sivil toplumu oluşturan parçaların inşasına neden olmaktadır (Biber, 2006: 28). Dolayısıyla bu “*ortak*” bilinç hareketi etrafında bir araya gelen bireylerin, ortak amaca nasıl ulaşacağı, hangi politikaları ve stratejileri belirleyeceği ve uygulanacak olan yöntem ve tekniklerin nasıl kullanılacağı gibi konularda yerinde ve isabetli kararlar alabilmek için sivil toplum kuruluşları içerisinde iletişim kanallarına ihtiyaç duyulmaktadır. Şüphesiz bu kanallardan biri *halkla ilişkilerdir*.

Edward L. Bernays (1961), “*Crystallizing Public Opinion*” kitabında halkla ilişkileri, kamu ile organizasyonu arasındaki uyum ve anlayışın sağlaması olarak tanımlamaktadır. Ayrıca “*The Nature Of Public Relations*” isimli çalışmasında Marston (1963: 3) halkla ilişkileri, “*hedef kitleyi etkilemek için planlanmış iknaya yönelik iletişim*” olarak ifade etmektedir. Fakat daha kapsamlı bir tanımla ifade edecek olursak halkla ilişkiler, bir kurumun/kuruluşun amaçları üzerine inşa edilen, önem sırası değişkenlik gösteren ve hedef kitlelerle gerçekleştirilen stratejik bir iletişim yönetimidir (Peltekoğlu, 2009: 7). Diğer yandan kavrama yönelik tanımlamaların çokluğu, onun derin bir tarihsel mirası kendi içerisinde barındırdığını da göstermektedir.

Bireyler, varoluşlarını şekillendiren güçleri genellikle kendi dışında arama eğilimindedir (Hoffer, 2019: 20). Böylesi bir eğilimle beraber bireyler elbette, kendi inançları, değerleri, düşünceleri ve ortak amaçları doğrultusunda örgütlenebilecekleri sivil toplum kuruluşlarına ihtiyaç duymaktadır (Biber, 2006: 67). Bu ihtiyaç, şüphesiz sivil toplum kuruluşlarının dikkatinden kaçmamakla beraber onları etkin bir halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmaları konusunda daha fazla yönlendirmektedir. Bu yönlendirmeye bağlı olarak sivil toplum kuruluşları, gerçekleştirdikleri/gerçekleştirecekleri halkla ilişkiler çalışmalarıyla kurumun/kuruluşun bireylere anlatılmasını, amaç, politika ve stratejilerini hedef kitlelerine duyurma konusunda daha aktif rol üstlenmektedir (Harrison, 1995: 6). Sonuç olarak bireylerin sivil toplum kuruluşlarına karşı daha fazla ikna olup inanç gösterebilmeleri olanaklı hale getirilmiş olacaktır.

Günümüzde devasa ve amorf bir biçimde büyüyüp gelişen internet, web teknolojileri ve çevrim içi sosyal ağlar bir “*kamusal alan*” inşa etmektedir. Elbette bu

kamusal alan içerisinde gerek bireylerin gerekse sivil toplum örgütlerinin savundukları konuların tartışılması, müzakere edilmesi ve mesajların yayınlanarak destekçilerinin harekete geçirilmesi mümkün olmaktadır (Onat, 2010: 108). Özellikle Corona Virüsü (Covid-19) salgınından dolayı dijitalin, giderek hayatımızdaki rolünün üst seviyelere çıkması bireylerin çevrim içinde daha fazla zaman harcaması (<https://wearesocial.com>) sivil toplum kuruluşlarının kamularıyla, iki yönlü ve etkileşimli, simetrik ve daha stratejik halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunmalarına imkân sağlamaktadır (Köseoğlu, 2012: 455). Sonuç olarak Anık'ın (2020: 156) ifadesiyle, “*dijital medyanın emrimize amade*” olduğu ayrıca kültürümüz başta olmak üzere yaşam biçimlerimizin ve dilimizin giderek sayısallaşmaya başladığı bir ortamda sivil toplum kuruluşlarının hedef kitleye yönelik gerçekleştireceği halkla ilişkiler faaliyetleri daha da önemli hale gelmektedir.

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler, özellikle web 2.0 teknolojilerinin bireylerin yaşamına dâhil olmasıyla toplumsal etkileşimler başta olmak üzere hemen her şey etki altına alınmıştır. Global anlamda bir etkiye ve ayrıca çevrim içi sosyal ağ niteliğine sahip olan Twitter, insanların bilgi alma, etkileşim kurma gibi ihtiyaçlarını karşılamakla beraber gerektiğinde de insanların bir konu etrafında kolektif bilinçle hareket edebilmelerine imkân tanımaktadır (Kocabaş, 2016: 76-77). Özellikle içerisinde yaşadığımız pandemi sürecinde bireylerin bilgi almak, iletişime geçmek, bilinçlenmek gibi ihtiyaçlarından hareketle sivil toplum kuruluşlarının Twitter'ı verimli ve etkin kullanma noktasında çaba göstermesi gerekmektedir.

Gerçekleştirilen araştırma, salgın hastalık süresinde sivil toplum kuruluşlarının Twitter kullanımını nasıl gerçekleştirdiklerine, toplumsal anlamda adeta bir krize neden olan Covid-19 sürecinde hangi mesaj stratejilerinin izlendiğine ve böylesi riskli bir ortamda durumu kendileri açısından avantaja dönüştürüp dönüştüremediklerine odaklanmaktadır. Ayrıca gerçekleştirilen bu araştırma, sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının Covid-19 salgınında Twitter'ı

iletişim ve halkla ilişkiler açısından nasıl kullandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Günümüzde sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının hedef kitleleri ile kuracakları iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri oldukça önem arz etmektedir. Özellikle gelişen ve değişen web teknolojileri, çevrim içi sosyal ağlar ve mobil araçların kullanımında yaşanan artış, sivil toplum kuruluşlarının geniş halk kitlelerine ulaşabilmesine ve onlara seslenebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu araştırma, özellikle literatüre katkı sağlayacağı kanısı taşıması ve pandemi sürecinde sağlık alanındaki sivil toplum kuruluşlarının iletişim ve halkla ilişkiler açısından Twitter'da nasıl faaliyet gösterdiklerini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

2.2. Araştırma Soruları

Ana amaç etrafında gerçekleştirilen bu çalışmaya rehberlik eden araştırma soruları şunlardır:

AS 1: Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının pandemi dönemindeki paylaşımlarında Covid-19 salgını ile ilgili olan ve olmayan paylaşımların dağılımı nedir?

AS 2: Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının Twitter hesaplarından atılan Tweet'lerin türü nelerdir?

AS 3: Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının Twitter hesaplarından Covid-19 salgınına ilişkin paylaşımda buldukları içeriklerin türleri nelerdir?

AS 4: Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının pandemi döneminde yapmış oldukları paylaşımlardaki iletişim anlayışı nasıldır?

2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'de sağlık alanında faaliyet gösteren ve Twitter'da resmi sayfası bulunan sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada sağlık alanında temsil kabiliyeti yüksek olan Türk Tabipler Birliği (TTB)'nin Twitter hesabı örneklem olarak ele alınmıştır.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, elde edilen bulguları kavramsal açıdan açıklayıp ve ilişkilendirebilen (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227) iletişim içeriğini belirli sistematik sınıflamalar çerçevesinde açıklanmasını sağlayabilen ve toplum bilim araştırma teknikleri arasında iletişim araçlarındaki içeriği anlamaya yönelik olarak kullanılan bir tekniktir (Geray, 2017: 145-146). Bu bağlamda gerçekleştirilen içerik analizi tekniği ile pandemi döneminde Türk Tabipler Birliği'nin Twitter hesabı iletişim ve halkla ilişkiler açısından irdelenmiştir.

Pandemi döneminde bir sivil toplum kuruluşu olan Türk Tabipler Birliği'nin Twitter kullanımına odaklanan bu araştırma 1-31 Mayıs 2020 arasındaki dönemleri kapsamaktadır. Özellikle vaka sayılarındaki sayısal artışın giderek daha belirgin hale gelmesinden dolayı Türk Tabipler Birliği'nin Twitter hesabı Mayıs ayı süresince analiz edilmiştir.

Diğer yandan gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında, çalışmanın bulguları ortaya koyulmadan önce We Are Social (2021) tarafından ortaya koyulan Türkiye'nin dijital raporunda yer alan bireylerin internet ve sosyal medya kullanımları ile ilgili verilere yer verilmesi, araştırmanın daha sağlıklı sonuçlara ulaşabilmesi adına önem arz etmektedir.

Araştırma kapsamında “*Digital 2021: Türkiye*” raporuna bakıldığında toplam nüfusun 2021 Ocak ayında 84.69 milyon, mobil bağlantı sağlayanların toplam nüfusa oranının ise %90,8 (76.89 milyon) olduğu görülmektedir. Ayrıca toplam nüfusun %77,7'sini (65.80 milyon) internet kullanıcıları oluştururken ve yine toplam nüfus içerisinde %70,8 (60.00 milyon)'i aktif sosyal medya kullanıcısı oluşturmaktadır (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>).

Yaş gurupları açısından nüfusun dağılımına bakıldığında 13 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfusa oranı %79,4 (67.4 milyon), 18 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfusa oranı %71,4 (60.5 milyon) ve 16-64 yaş arasındaki nüfusun toplam nüfusa oranı ise %65,5 (55.5 milyon)'tir (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>).

“*Digital 2021: Türkiye*” raporuna göre medyaya günlük harcama sürenin (interneti tüm cihazları kullanarak harcanan süre) 7 saat 57 dakika olduğu, buna ek olarak özellikle pandemi sürecinde bireylerin internet kullanımının geçen yıla oranla toplam 28 dakika artış gösterdiği görülmektedir.²

We Are Social (2021) tarafından hazırlanan rapora göre bireylerin pandemi döneminde internet kullanımlarını artırdıkları ve sosyal medyada uzun süre vakit geçirdikleri ifade edilebilmektedir. Dolayısıyla gerçekleştirilen çalışmada bu durum göz önünde bulundurularak sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının, iletişim ve halkla ilişkiler açısından sosyal medyayı (Twitter) etkili kullanıp kullanmadıkları ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Covid-19 süresinde tüm dünyada pandemi sürecinin ilan edilmesiyle sağlık alanındaki sivil toplum kuruluşlarının nasıl bir davranış sergilediklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, bulgular ile ulaşılabilecek sonuçlar pandemi sürecinde sivil toplum kuruluşlarında iletişim ve halkla ilişkiler denklemine yeni bir pencere açacak niteliktedir.

2.5. Bulgular

Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının Covid-19 salgınında Twitter’ı iletişim ve halkla ilişkiler açısından nasıl kullandığını ortaya koymayı amaçlayan çalışmanın bulguları tablolar halinde aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Türk Tabipler Birliği’nin Twitter Hesabı

Sivil Toplum Kuruluşu	Twitter Adresi
Türk Tabipler Birliği	https://twitter.com/ttborgtr

Tablo 2. Türk Tabipler Birliği’nin Twitter Hesabına İlişkin Genel Görünüm

Sivil Toplum Kuruluşu	Takipçileri	Takip Ettikleri
Türk Tabipler Birliği	848.089	64

Gerçekleştirilen araştırma çerçevesinde Twitter hesabı incelenen Türk Tabipler Birliği’nin toplam takipçi sayısının 848.089 olduğu görülürken, takip ettikleri sayının ise toplamda 64 olduğu görülmektedir.

² <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>

Tablo 3. Türk Tabipler Birliği'nin Mayıs Ayı İçerisindeki Twitter Paylaşımları

Sivil Toplum Kuruluşu	Tweet Sayısı	Retweet Sayısı	Alıntılanmış Tweet Sayısı	Tweetlere Verilen Yanıt	Toplam
Türk Tabipler Birliği	70	-	13	-	83

Pandemi sürecinde Türk Tabipler Birliği'nin Twitter hesabı incelendiğinde atılan Tweet sayısının 70, alıntılanmış Tweet sayısının ise 13 olduğu, toplamda ise 83 adet paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Diğer yandan Tweet'lere ise herhangi bir yanıt verilmediği görülmektedir. Ancak gelişen internet teknolojileri ve çevrim içi sosyal medya araçları, sivil toplum kuruluşları ve hedef kitlesi arasında karşılıklı etkileşimi/diyaloğu sağlama konusunda oldukça önemli rol oynamaktadır (Özdemir ve Yamanoglu, 2010: 27). Buna bağlı olarak sivil toplum kuruluşların hedef kitleden gelen yorum, görüş ve düşüncelere karşı atılan Tweet'lere yanıt vermesi, sürdürülebilir bir iletişim ve halkla ilişkiler stratejisi için ön koşul olarak değerlendirilebilmektedir.

Tablo 4. Twitter Paylaşımlarında Covid-19 ile ilgili Olanlar ve Olmayanlar

	Türk Tabipler Birliği	Yüzde
Covid-19 İle İlgili Olanlar	26	31,33
Covid-19 İle İlgili Olmayanlar	57	68,67
TOPLAM	83	100

Türk Tabipler Birliği'nin 1-31 Mayıs 2020 tarihleri arasında yapmış olduğu paylaşımlar incelendiğinde yapılan paylaşımların %31,33'ünün Covid-19 ile ilgili olduğu (26), Covid-19 ile ilgili olmayanların (57) oranının ise %68,67 olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuçlar *araştırmanın birinci sorusunun* cevaplandığını göstermektedir.

Tablo 5. Tweet'lerin Türüne İlişkin Bulgular

	Türk Tabipler Birliği	Yüzde
Link	34	40,96
Fotoğraf	22	26,51
Metin	18	21,69
Video	9	10,84
TOPLAM	83	100

Paylaşımların (Tweet-Alıntılanmış Tweet) türüne ilişkin bulgulara bakıldığında en fazla paylaşımın toplamda 34 kez olmak üzere *link* kategorinde (%40,96) gerçekleştirildiği görülmektedir. Diğer kategorilerde yapılan paylaşımlar ise *fotoğraf* 22 (%26,51), *metin* 18 (%21,69) ve *video* 9 (%10,84) şeklindedir. Bu sonuçlara göre *araştırmanın ikinci sorusu* da yanıt bulmuştur.

Tablo 6. Tweet'lerdeki Mesajların İçeriklerine Göre Dağılımı

İçerik	Türk Tabipler Birliği	Yüzde
Haber	34	40,96
Bilgi verme/duyuru	29	34,94
Tebrik/Kutlama	11	13,26
Öneri	9	10,84
Tanıtım	-	0
TOPLAM	83	100

Türk Tabipler Birliği'nin Twitter paylaşımları mesajların içeriklerine göre analiz edildiğinde Tweet'lerdeki mesaj içeriklerinin en fazla *haber* (34) kategorisinde %40,96 oranında olduğu görülmektedir. Diğer yandan mesajların içeriklerine göre dağılım sırasıyla %34,94 oranında *bilgi verme/dururu* (29), %13,26 oranında *tebrik/kutlama* (11) ve %10,84 oranında *öneri* (9) kategorisindedir. Diğer yandan *tanıtım* kategorisinde ise herhangi bir paylaşım yapılmamıştır (Tablo 6). Buna göre *araştırmanın üçüncü sorusu* cevaplanmıştır.

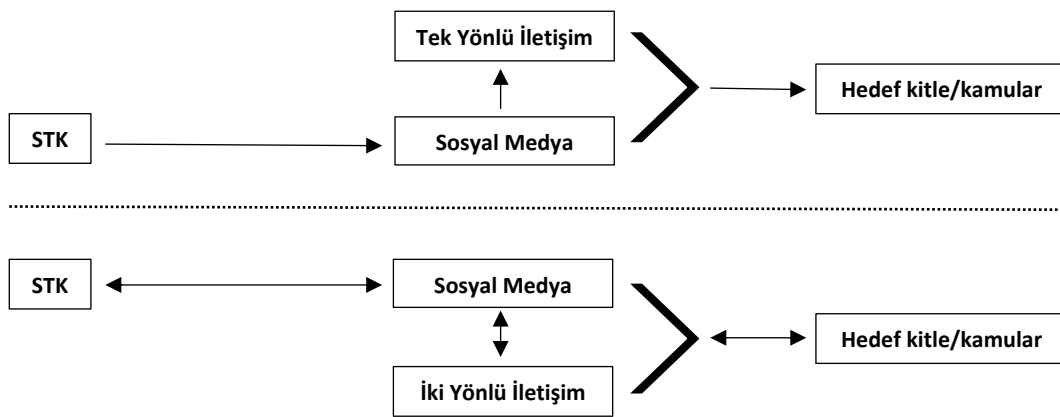
Tablo 7. Paylaşımların İletişim Anlayışına Göre Dağılımı

	Türk Tabipler Birliği	Yüzde
Tek yönlü iletişim	83	100
İki yönlü iletişim	-	-
TOPLAM	83	100

Tablo 7 incelendiğinde TTB pandemi döneminde yapmış olduğu paylaşımlarda daha çok *tek yönlü iletişim* anlayışını benimsemiştir. Buna karşın ise *iki yönlü iletişim* anlayışına yer vermediği görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre *araştırmanın dördüncü sorusu* da yanıt bulmuştur. Özellikle, salgınla mücadele kapsamında bilgilendirme çalışmalarının salgınla mücadele adına büyük önem taşıdığı, salgının seyrini bildirmesi ve toplumsal yapı içerisindeki bireylere düşen görevlerin anlatılması adına büyük bir öneme sahip olduğu ifade edilmektedir (Türkal, 2021: 122-123). Ancak özellikle TTB'nin yapmış olduğu Twitter

paylaşımları (haber, bilgi verme/duyuru, tebrik kutlama, öneri) incelendiğinde *tek yönlü* iletişim ve halkla ilişkiler anlayışının benimsediği görülmektedir (Arslan, 2021: 9). Oysa, sivil toplum kuruluşlarının hedef kitlesiyle daha etkili bir iletişim kurabilmesi ve bu iletişimin sürdürülebilirliği açısından, sosyal medya araçlarındaki potansiyeli fark edip halkla ilişkilerin *iki yönlü iletişim* stratejisini göz önünde bulundurarak hareket etmesi daha faydalı olacaktır (Seo, Kim ve Yang, 2009: 126).

Şekil 1. İletişim Anlayışı Modeli



Bulgulardan hareketle şu ifade edilebilir ki, özellikle Covid-19 sürecinde bireyler, sosyal medya ve internet kullanımına her zamankinden daha fazla ilgi göstermektedirler. Global anlamda bütün dünyanın içerisinde bulunduğu toplumsal krize bağlı olarak çevrim içi sosyal medya, böylesi durumlarda sivil toplum kuruluşlarının hedef kitlesi ile olan iletişimi, bağlılığı ve etkileşimi sağlayabilmesi açısından oldukça önemli bir konumdadır (Saroj ve Pal, 2020: 1). Ancak, özellikle Tablo 7 analiz edildiğinde TTB'nin halkla ilişkilerin *iki yönlü iletişim* boyutuna gereken önemi göstermediği ve bu yönüyle de Ali Yıldırım'ın (2014) "*Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter: T.C. Sağlık Bakanlığı Örnek İncelemesi*" isimli çalışması ve Aziz Arslan'ın (2021) "*Halkla İlişkiler Modelleri Temelinde Sağlık İletişimi: Yeni Medya Üzerinden Sağlık Bakanlığı'nın İncelenmesi*" çalışması ile benzer bir niteliği taşıdığı görülmektedir.

SONUÇ

Antik Çağ'dan başlayıp günümüze kadar uzanan tarihsel perspektifte sivil toplum kavramının önemli aşamalardan geçtiği görülmektedir. Elbette kavramın

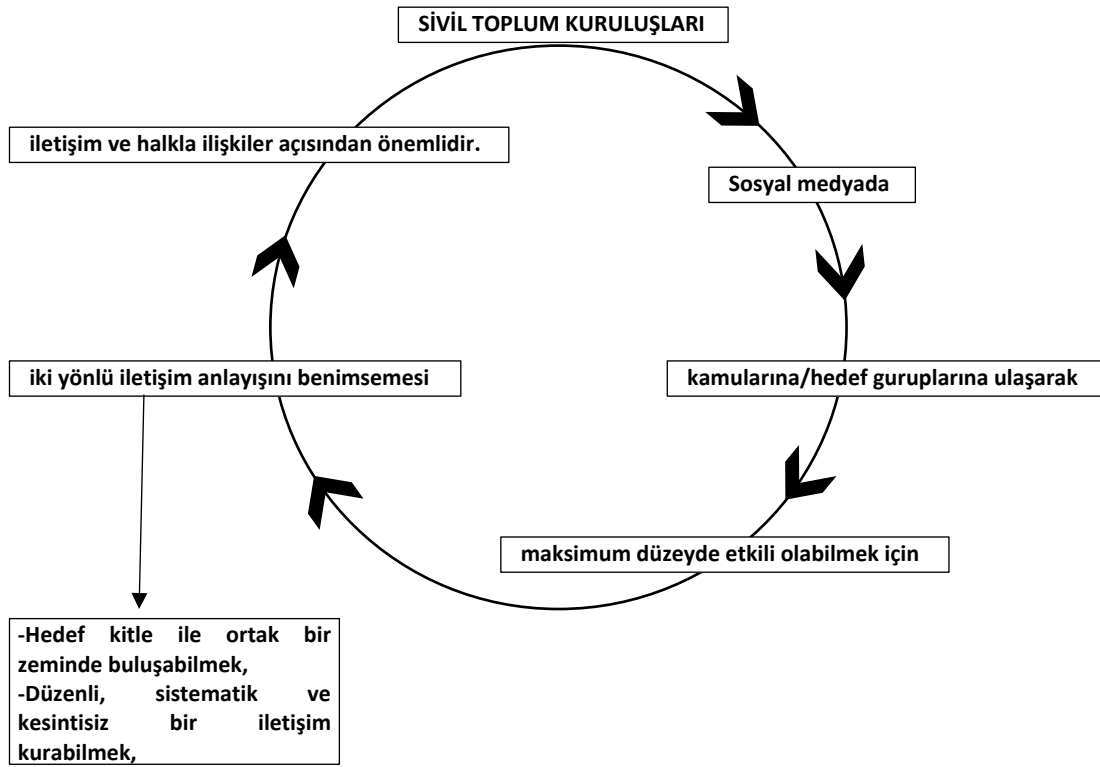
geçirmiş olduğu bu aşamalar, onun derin bir tarihsel mirasa sahip olmasında önemli bir rol oynamaktadır. Böylesine derin bir tarihsel miras, bireylerin ortak amaçlar ve ortak hedefler doğrultusunda sivil toplum kuruluşlarında bir araya gelmelerine ve aynı çatı altında buluşmalarına imkân tanımaktadır. Ancak bu “ortak” payda içerisinde sivil toplum kuruluşlarının amacına nasıl ulaşacağı, bu amaca ulaşırken hangi politikaların ve stratejilerin izleneceği, elbette iletişim ve halkla ilişkiler kanallarının etkin bir şekilde uygulanması ile mümkün olmaktadır.

İletişim teknolojilerinin bireylerin sosyal yaşamını çepeçevre sardığı, hemen her dakika bireylerin yoğun bir mesaj bombardımanına maruz kaldığı tekno-dijital çağda, sivil toplum kuruluşlarının hedef kitlelerine ulaşabilmesi ve oluşturduğu mesajların onlar üzerinde maksimum düzeyde etki bırakabilmesi için iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri son derece önem arz etmektedir. Özellikle gelişen web teknolojileri ve sosyal ağlar (bilhassa Twitter) sayesinde daha geniş kitlelere anında, hızlı ve kesintisiz bir şekilde ulaşabilmenin mümkün olması, sivil toplum kuruluşlarına kamuları üzerinde daha etkili olabilme fırsatı sağlamaktadır.

Gerçekleştirilen bu araştırma çerçevesinde, yaşanan pandemi sürecine bağlı olarak sivil toplum kuruluşunun (TTB), hedef kitleleriyle olan iletişim yoğunluğunu artırdığı görülürken aynı yoğunluğun etkin/etkili iletişim ve halkla ilişkiler açısından yeterince sağlanamadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Araştırma kapsamında sivil toplum kuruluşunun (TTB) Twitter hesabını daha çok “haber” ve “bilgilendirme/duyuru” amacı doğrultusunda kullandığı görülürken buna karşın hedef kitleden gelen sorulara, yorumlara ve atılan Tweet'lere yanıt vermediği, *tek yönlü* bir iletişim anlayışı benimsediği görülmektedir.

Pandemi sürecinde bireylerin internette ve sosyal medya üzerinde geçirdikleri sürenin sayısal olarak artması, sivil toplum kuruluşlarının kamularıyla daha verimli/etkin iletişim kurmasına olanak sağlamaktadır. Ancak buna karşın kuruluşun, bu süreç içerisinde özellikle iki yönlü iletişimi sağlama konusunda verimli bir sosyal medya (Twitter) kullanımı/stratejisi gerçekleştirmediği görülmektedir. Şüphesiz özellikle bu ve buna benzer pandemi dönemlerinde sivil toplum kuruluşlarının “*iki yönlü iletişim*” anlayışını benimsemesi, onların hedef kitleleri ile kuracağı kesintisiz ve sağlıklı bir iletişim sürecinde önemli bir oynayacaktır.

Şekil 2. Sosyal Medyada İki Yönlü İletişim Anlayışı Döngüsü



Nihai olarak bu araştırmanın sosyal medyanın özelliklerine odaklanmayıp bunun yerine sivil toplum kuruluşlarının Covid-19 pandemi döneminde sosyal medyayı (Twitter) iletişim ve halkla ilişkiler perspektifinde nasıl kullandığını anlamaya çalışması onu daha önce yapılan diğer çalışmalardan önemli kılmaktadır. Ancak ortaya koyulan sonuçlar gerçekleştirilecek olan başka çalışmalarla da teyit edilmelidir. Özellikle ortaya çıkacak olan yeni pandemi dönemlerinde sivil toplum kuruluşlarının nasıl davranacaklarının analiz edilmesi daha sağlıklı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca gerçekleştirilecek ikinci bir araştırma ile özellikle sivil toplum kuruluşlarının pandemi dönem(ler)inde Twitter mesajlarını söylem açısından incelenmenin de bilimsel alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ANIK, Cengiz (2020). İletişime Dair Paradigmaların İşlemeziği, (Editör) Cengiz Anık, Dijital Medyanın Ekonomi Politizi, Ankara: Nobel Yayıncılık, s.117-156.
- ANJUM, Tanvir (2010). "Historical Trajectory of The Development of The Concept of Civil Society in Europe: From Aristotle To Gramsci", Journal of Political Science, 17 (2), p.147-160.
- ARSLAN, Aziz (2021). "Halkla İlişkiler Modelleri Temelinde Sağlık İletişimi: Yeni Medya Üzerinden Sağlık Bakanlığı'nın İncelenmesi", Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, 8, s. 4-28.
- ASLAN, Seyfettin (2010). "Sivil Toplum: Kavramsal Değişim ve Dönüşüm", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (33), s.188-212.
- BAKAN, İsmail ve BÜYÜKBEŞE, Tuba (2004). "Örgütsel İletişim İle İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 7, s.1-30.
- BAUMAN, Zygmunt (2016). Küreselleşme, (Çev: Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BERNAYS, L, Edward (1961). Crystallizing Public Opinion, New York: Liveright Publishing.
- BİBER, Ayhan (2006). Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- BOZTEPE, Hatun (2013). "Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 20, s.110-128.

DEMİREL, Çağatay (2022). Pandemi Döneminde Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim Ve Halkla İlişkiler; TTBB'nin Twitter Hesabına Yönelik Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 304-325.

CASTELLS, Manuel (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Ağ Toplumunun Yükselişi, (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

DIAMOND, Larry (1994). "Rethinking Civil Society: Toward Democratic Consolidation", Journal of Democracy, 5 (3), p.4-17.

EDWARDS, Michael (2004). Civil Society, Cambridge: Polity Press.

ERDOĞAN, İrfan (2011). İletişimi Anlamak (4. Baskı), Ankara: Erk Yayınları.

FISKE, John (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları.

GERAY, Haluk (2017). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş, Ankara: Ütopya Yayınevi.

GÖNENÇ, A, Ayşenur (2001). Sivil Toplum; Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi, İstanbul: Altkitap Yayıncılık.

GÜZEL, Ebru (2016). "Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER), 4 (1), s.82-103.

HARRISON, Shirley (1995). Public Relations an Introduction, London: Routledge.

HOFFER, Eric (2019). Kesin İnançlılar. (Çev: Erkıl Günur), İstanbul: Olvido Kitap Yayıncılık.

JENKINS, Henry (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York and London: New York University Press.

KALDOR, Mary (2003). "Civil Society and Accountability", Journal of Human Development, 4 (1), p.5-27.

KOCABAŞ, İsmail (2016). "Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya: Arçelik ve Bosch Markalarının Kurumsal Facebook ve Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme", Selçuk İletişim, 9 (2), s.69-91.

KOTAN, Duygu ve ÜNÜR, Ece (2015). Siyasi Atmosfer Çerçevesinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Gelişimi ve Günümüzdeki Yansımaları, (Editör), Emel

DEMİREL, Çağatay (2022). Pandemi Döneminde Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim Ve Halkla İlişkiler; TTB'nin Twitter Hesabına Yönelik Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 304-325.

Karayel Bilbil. Halkla İlişkiler Perspektifinden Sivil Toplum, İstanbul: Pales Yayıncılık, s.115-166.

KÖSEOĞLU, Özgür (2012). Halkla İlişkilerde Yeni Medyanın Kullanımı, (Editörler), Aylin Göztaş ve Füsun Topsümer. Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Araştır-Planla- Uygula-Değerlendir, Ankara: Seçkin Yayınları.

MARSTON, John (1963). The Nature of Public Relation, USA: McGraw Hill Book.

ONAT, Ferrah (2010). “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 0 (31), s.103-121.

OXFORD LEARNERS DICTIONARIES (2021);
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/ngo
Erişim Tarihi: 23.05.2021.

ÖZDEMİR, B, Pınar ve YAMANOĞLU, A, Melike (2010). Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme. 1 (2), s.3-36.

PELTEKOĞLU BALTA, Filiz (2009), Halkla İlişkiler Nedir ?, İstanbul: Beta Yayınları.

SAROJ, Anita ve PAL, Sukomal (2020). “Use of Social Media in Crisis Management: A Survey”, International Journal of Disaster Risk Reduction, 48, p.1-19.

SEO, Hyunjin; KİM, J, Young; YANG, Sung-un (2009). “Global Activism and New Media: A Study of Transnational Ngos’ Online Public Relations” Public Relations Review, 35 (2), p.123-126.

SİVİL TOPLUMLA İLİŞKİLER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ;
<https://www.siviltoplum.gov.tr/yillara-gore-faal-dernek-sayilari>, Erişim Tarihi: 23.05.2021.

SOYDAŞ, Nurgül (2018). #İletişim Bence, Dumandan (#) Hashtag’e İletişim. İstanbul: İnkılâp Yayınları.

DEMİREL, Çağatay (2022). Pandemi Döneminde Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim Ve Halkla İlişkiler; TTB'nin Twitter Hesabına Yönelik Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 304-325.

ŞAHİN, Levent ve ÖZTÜRK, Mustafa (2008). “Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye’deki Durumu”, Sosyal Siyasal Konferansları Dergisi, 0 (54), s.3-29.

TAŞKIRAN, B, Hatun (2015). Sivil Topluma, Kuramsal ve Tarihsel Bakış, (Editör), Emel Karayel Bilbil. Halkla İlişkiler Perspektifinden Sivil Toplum, İstanbul: Pales Yayıncılık, s.13-68.

TOMLINSON, John (2013). Küreselleşme ve Kültür. (Çev: Arzu Eker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

TÜRKAL, İhsan (2021). Halkla İlişkilerde Kamuoyu Bilgilendirme Modeli: Sağlık Bakanlığı'nın Yürüttüğü Covid-19 Bilgilendirme Çalışmalarına Yönelik Gümüşhane Halkının Algısı, (Editör) Gülsüm Çalışır, Ersin Diker, Covid-19 Sürecinde İletişimin Değişen Yüzü, Konya: Eğitim Yayınevi, s.100-126.

TÜRK DİL KURUMU, <http://www.tdk.gov.tr/>, Erişim Tarihi, 06.03.2021.

ULUÇ, A, Vahap (2013). “Türkiye’de Sivil Toplum ve Demokrasi İlişkisi”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14 (1), s.399- 418.

WE ARE SOCIAL; <https://www.wearesocial.com/digital-2021>, Erişim Tarihi: 08.04.2021.

YILDIRIM, Ali (2014). “Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter: T.C. Sağlık Bakanlığı Örnek İncelemesi” Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2 (4), s.234-253.

YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YILDIRIM, İbrahim (2004). Demokrasi Sivil Toplum Kuruluşları ve Yönetişim. Ankara: Seçkin Yayınları.

YILMAZ, Malik (2018). “Sivil Toplum ve Sivil Toplum Kuruluşları: Türkiye’de Bilgi Hizmetlerine Yönelik Oluşturulmuş Stk’lar ve Bu Kuruluşlara Yönelik Bir Araştırma”, ZfWT, 10 (1), s.249-272.

ZILLIOĞLU, Merih (2014). İletişim Nedir?, İzmir: Cem Yayınevi.

DEMİREL, Çağatay (2022). Pandemi Döneminde Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim Ve Halkla İlişkiler; TTB'nin Twitter Hesabına Yönelik Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 304-325.

ZOERAM Amani; JAWAN J, Anak; LEE, F, Yok (2010). "The Epistemology of The Concept of Civil Society in The West And Iranian Interpretations", Canadian Social Science, 6 (4), p.42-55.

Çalışma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.