

TÜRKİYE’DEKİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI WEB SİTELERİNİN DİYALOGİK İLETİŞİM KAPASİTELERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

B.Pınar ÖZDEMİR

Melike AKTAŞ YAMANOĞLU

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Öz

Bu makale halkla ilişkilerde paradigma dönüşümü bağlamında tartışılan ilişkisel halkla ilişkiler yaklaşımında, etik halkla ilişkiler uygulamaları için merkezi önemde görülen diyalogun, Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının web siteleri aracılığıyla örgüt-kamu kategorileri ilişkilerinin geliştirilmesinde nasıl kullanıldığını araştırmaktadır. Kuramsal olarak ilişki yönetimi yaklaşımı üzerine şekillendirilen ve yönetsel olarak Kent ve Taylor (1998) tarafından geliştirilen diyalogik iletişim prensiplerini temel alan bu çalışmada, belirtilen prensipler sivil toplum kuruluşu ve kamu kategorilerinin ilişkilerini tanımlayacak şekilde ölçülebilir hale getirilmiş ve bu çerçevede 50 sivil toplum kuruluşuna ait web sitesi analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları, incelenen web sitelerinin örgüt-kamu kategorileri ilişkilerini geliştirme bağlamında tanımlanan diyalogik kapasitelerinin düşüklüğüne işaret etmektedir. Çalışmada ayrıca bu kapasitenin nasıl geliştirilebileceği de tartışılmaktadır.

Anahtar sözcükler : Halkla ilişkiler • internet • ilişkisel yaklaşım • diyalogik iletişim • diyalog

AN INVESTIGATION OF DIALOGICAL COMMUNICATION CAPACITIES OF NON GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS’ WEB SITES IN TURKEY

Abstract

This article investigates dialogue’s usage through the web sites of non-governmental organizations operating in Turkey to build organization-public relationships which dialogue has a pivotal role in ethical public relations practices in relational public relations approach that is discussed in the context of paradigm shift in public relations. This study is theoretically derived from relationship management perspective and methodologically based on dialogic communication principles of Kent and Taylor (1998) and examines 50 institutional web sites of non-governmental organizations by operationalizing these principles in terms of identification of the relationships of non-governmental organizations and its publics. The findings of the study indicate that the web sites have low dialogic capacity which is defined in the context of building organization-public relationships. This article discusses how to develop this capacity as well.

Keywords: public relations • internet • relational approach • dialogic communication • dialog

Giriş

Sivil toplum, aile, devlet, piyasa ilişkilerinin dışında kalan ve insanların ortak çıkarlarını geliştirmek için bir araya geldikleri alan olarak tanımlanabilir. Buna bağlı olarak en genel ifadeyle sivil toplum kuruluşları, bu alan içinde faaliyet gösteren, toplumsal faydayı önceleyen ve toplumsal sorumluluğu temel alan örgütlenmelerden oluşmaktadır. Sivil

toplum, toplum içinde değer yaratıcı bir kurum, bir iletişim ağı ya da “toplumsal sorunlara çözüm bulma çabasının oluştuğu bir iletişim alanı” (TÜSEV, 2006, s. 35) olarak önem kazanmaktadır. Sivil toplum kuruluşları da bu iletişim ağının ya da alanının temel bileşenidir.

Sivil toplum kuruluşları için ilişki içinde bulunan kamu kategorileriyle iletişim varlıklarını devam ettirebilmelerinin ön koşuludur. Zira sivil toplum kuruluşları vatandaşlarla, diğer sivil toplum kuruluşlarıyla, kamu kurumları ve özel sektörle ilişki geliştirmek zorundadır. Bu ilişkilerin yoğunluğu ve yönü, ortaya konulması amaçlanan toplumsal sorumluluğa göre biçim kazanacaktır. Ayrıca sivil toplum kuruluşları programlarını ve hizmetlerini hayata geçirebilmek için gönüllülere, davalarını ulusal ve uluslararası platformlarda savunabilmek ve duyurabilmek için medyaya ve fon yaratabilmek için de bağışçılara ve destekçilere ihtiyaç duyarlar. Belirtilen bu kamu kategorileriyle geliştirilecek olan ilişkilerin, belirli amaçlara yönelik olarak ve belirli programlar çerçevesinde yönetilmesi ve yürütülmesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, sivil toplum kuruluşlarının iletişimsel amaçlarına ulaşabilmeleri için yapılandırılmış halkla ilişkiler faaliyetlerine gereksinim duydukları açıktır.

Türkiye’de sivil toplumun gelişiminin henüz erken aşamalarında olduğu göz önüne alındığında (TÜSEV, 2006, s. 118) sivil toplum kuruluşları için halkla ilişkilerin önemi daha da artmaktadır. Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarına bireysel katılımın düşüklüğu ve örgütsel yaşamın kısıtlı yapısı; sivil toplum kuruluşlarının gerek yönetim gerekse program oluşturma alanında ve kaynak yaratma konusunda kurumsal kapasitelerinin düşüklüğu; sivil toplum kuruluşlarının kendi aralarında işbirliği ve iletişim konusunda yaşadıkları güçlükler ve genel olarak hedef kamu kategorilerinde sivil toplum kuruluşlarına ilişkin varolan güven eksikliği (TÜSEV, 2006, s. 118-119), Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkilerden faydalanmasını gerekli kılan önemli etmenlerdendir. Sivil toplum kuruluşlarına ilişkin belirtilen bu zayıflıkların bertaraf edilmesinde ve sivil toplumun güçlendirilmesinde halkla ilişkilere önemli görevler düşmektedir.

Sivil toplum kuruluşlarının sınırlı kaynaklarla hareket etme zorunlulukları ve varlıklarını devam ettirebilmeleri için finansal ve gönüllü desteğine duydukları ihtiyaç, bu örgütler açısından halkla ilişkileri daha da önemli hale getirmektedir. Etkili halkla ilişkiler uygulamalarıyla sivil toplum kuruluşları saygınlıklarını arttırabilir, kamu kategorilerinin

güvenini kazanabilir, katılımı genişletebilir ve krizleri etkili bir şekilde yönetebilir (Kinzey, 1999)

Sivil toplum kuruluşlarının belirtilen bu gereksinimleri doğrultusunda halkla ilişkiler, “ilişki yönetimi” işleviyle sivil toplum kuruluşlarının amaçlarına ve etkililiğine katkıda bulunabilir. Son yıllarda halkla ilişkiler alanında yapılan çalışmalarda yaygınlık kazanmaya başlayan halkla ilişkilerin ilişki yaklaşımı temel olarak, literatürde egemen paradigma durumunda olan Gruning ve Hunt’ın iki yönlü simetrik iletişim modelinin geçerliliğini ve/veya açıklayıcılığını tartışmaya açan farklı bakış açılarından¹ beslenen, simetrik modelin teori-pratik arasındaki uyumsuzluğunu² gidermeye yönelik ve bir anlamda bu modeli geliştiren bir perspektif olduğu söylenebilir. Etik halkla ilişkiler uygulamalarının temel prensiplerinden biri olarak belirlenen “diyalog” kavramı, ilişki yaklaşım içinde ayrıcalıklı bir yer tutar. Ancak yakın dönemli çalışmaların önemli bir kısmında hala, ilişkilere ve diyaloga yapılan vurgu büyük oranda kuramsal düzeydedir. Örgüt ile kamu kategorileri arasındaki ilişkilerin ve diyalogun nasıl tanımlanabileceği ve nasıl ölçülebileceği literatürde sınırlı bir şekilde yer almaktadır (Broom, Chasey & Ritchey, 1997, s. 83).

Günümüzde internet örgütlere, kamu kategorileri ile aralarındaki ilişkileri geliştirebilmeleri için önemli olanaklar sunmaktadır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları ve akademisyenleri internete etkili halkla ilişkiler uygulamalarının geliştirilebilmesinin bir aracı olarak büyük ilgi göstermişlerdir. Bu bağlamda örgütlerin web siteleri ve ana sayfaları basın duyurularının yer alabileceği, hedef kitlenin daha iyi araştırılabileceği ve örgütsel enformasyonun yaygınlaştırılabileceği mecralar olarak görülmüştür. Ayrıca örgütlerin web sitelerinden özellikle örgütsel kriz durumlarında yararlanılabileceği düşünülmüştür (Kent & Taylor, 1998, s. 322; Taylor & Kent, 2007). Diğer taraftan internet, halkla ilişkiler uzmanlarının çeşitli kamu kategorileriyle diğer kitle iletişim biçimlerinde olduğu gibi

¹ Halkla ilişkilerin uluslararası literatüründe 2000’li yıllardan itibaren geliştirilen eleştirel yaklaşımlarla iki yönlü simetrik modelin sarsılması kimi yazarlara göre halkla ilişkiler çalışmalarındaki bir “yol ayrımına” işaret etmekte ya da bir “paradigma değişikliğini” göstermektedir (Botan & Taylor, 2004; L’Etang, 2005; Gower, 2006). Halkla ilişkilerin simetrik modellemesinin literatürdeki ağırlığı sadece eleştirel yaklaşımlarla değil, yine anaakım içinde yer alan ancak modelin bazı temel varsayımlarını eleştiren yaklaşımlarla içeriden sarsılmaktadır.

² Simetrik modelin gerçek yaşamda uygulanmasının oldukça güç olduğu ve tamamen akademik bir yaklaşım olduğu (Dover, 2005), halkla ilişkiler endüstrisindeki pratikleri karşılamadığı (Laskin, 2009), uygulamada iki tarafın eşit ya da simetrik konum sahibi olamayabileceği ve eşit iktidara sahip olamayacakları böylece simetrik iletişimin gerçek yaşamda bir “hegemonya stratejisi” haline gelebileceği (Roper, 2005) teori-pratik uyumsuzluğuna işaret eden temel eleştirilerdendir.

mesajlarının süzgeçten geçirilmeden iletişime geçebilecekleri ve hedef kitlelerine doğrudan ulaşabilecekleri kanallardır (Jo & Jung, 2005, s. 25). Geleneksel halkla ilişkiler pratiklerinin sürdürülebileceği yeni bir mecra olmasının yanı sıra internet, örgüt- kamu kategorileri ilişkilerinin geliştirilmesinde yeni imkanlar da sunmaktadır. Örgütlerle kamu kategorileri arasında diyalog geliştirme süreci, internet sayesinde hızlanmakta ve kolaylaşmaktadır. İnternet kullanımının hem bireyler hem de örgütler açısından giderek yaygınlaşması, internetin bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılması imkanlarını pekiştirmektedir³.

Örgütün yapısından bağımsız olarak internet her türden örgüt için önemlidir. Ancak sivil toplum kuruluşlarının gereksinimleri göz önüne alındığında bu ihtiyacın önemi daha kolay anlaşılabilir. Sivil toplum kuruluşlarının ihtiyaç duyduğu ilişkilerin geliştirilmesinde, internet bir halkla ilişkiler aracı olarak önemli bir potansiyele sahiptir. İnternet dolayımıyla ilişkilerin geliştirilmesi, geleneksel halkla ilişkiler araçlarının kullanılmasından daha az maliyetli ve daha hızlı kısacası daha verimli olabilmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının web siteleri, örgüt ile kamu kategorileri arasında diyalog temelli ilişki biçimini ne ölçüde geliştirebildiklerini ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının web sitelerinin incelenmesinde, sivil toplum, halkla ilişkiler ve interneti bir arada ele alan; halkla ilişkileri bu bağlamda kuramsallaştıran en önde gelen araştırmacılardan Kent ve Taylor'un (1998) internet aracılığıyla ilişki geliştirmeye rehberlik etmesi için önerdiği ve "diyalojik prensipler" olarak adlandırdığı çerçeveden yararlanılmıştır. Kent ve Taylor (1998) örgütlerin kamu kategorileriyle aracılendirilmiş, iki yönlü ve diyalojik ilişkilerin yaratılması ve geliştirilmesi için "diyalojik döngü", "enformasyonun kullanılabilirliği", "yeniden ziyareti sağlama", "arayüzün kolaylığı", "ziyaretçilerle sohbet" başlıklı beş diyalojik prensip geliştirmiştir. Bu çalışmada Kent ve Taylor'un geliştirdiği diyalojik prensipler, sivil toplum kuruluşlarının web sitelerindeki diyalojik kapasitenin belirlenebilmesini sağlayabilmek için ölçülebilir hale getirilmiştir. Diyalojik prensiplerden her birini ölçülebilir şekilde

³ Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2009 Nisan ayında yaptığı "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması" sonuçlarına göre, Türkiye'de hanelerin yüzde 30,0'unda internet bağlantısı bulunmaktadır. İnternet kullanan bireylerin yüzde 59,3'ü ise interneti her gün kullanmaktadır (TÜİK, 2009a). Yine TÜİK tarafından 2009 Ocak ayında yapılan "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması"nın sonuçları, Türkiye'deki girişimlerde internet kullanımının yüzde 88,8; web sitesine sahipliğinin ise yüzde 58,7 olduğunu göstermiştir. Aynı çalışmanın bulgularına göre girişimler büyüdükçe web sitesi sahipliği de artmaktadır (TÜİK, 2009b).

tanımlayabilecek toplam 35 diyalojik özellik tespit edilmiştir. Bu 35 diyalojik özellik, soru formu biçiminde düzenlenmiş ve tüm örgütsel web siteleri bu çerçevede analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının, örgütlerine ait web sitelerinden, kamu kategorileriyle etkileşim kurabilmek ve ilişki geliştirebilmek, geribildirim alabilmek ve kamu kategorilerinin enformasyon gereksinimini giderebilmek için – eğer yararlanıyorlarsa – ne ölçüde ve ne kadar etkin yararlandıklarını belirlemektir. Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarına ait web sitelerinin diyalojik kapasitelerinin belirlenmesi, bu kapasitenin kurumun kamu kategorileriyle internet üzerinden kurduğu ilişkilerin geliştirebilme imkanları üzerine yeniden düşünmeyi sağlayacaktır. Ayrıca web sitesinin diyalojik ilişki geliştirmeye elverişli biçimde nasıl tasarlanabileceğine ilişkin öneriler getirilebilecektir.

Türkiye’deki sivil toplum örgütlerinin konuyla bağlantılı çalışmalarda nasıl kavramsallaştırıldığını incelediği çalışmasında Zapçı (2000), Türkiye’deki sivil toplum örgütleri için tanımlayıcı bir şema sunmanın güçlüğüne dikkat çekmektedir. Bu tanımlama problemini yaratan en önemli neden olarak kavramlardaki karmaşıklık ve çeşitlilik gösterilmiştir. Zapçı, bu çalışmada da tercih edildiği şekliyle sivil toplum kuruluşları teriminin, İngilizce’de *non-governmental organization (NGO)* olarak bilinen örgütlenmelerin Türkçe’deki karşılığı olarak sivil topluma ilişkin yazında genel bir kabul gördüğünü belirtir (2000, s. 102). Ancak Zapçı’ya göre sivil toplum kuruluşu terimini yeğleyenler, “ortak bir olgular bütününe işaret etmemektedir”. Bu terimi tercih eden yazarların bir kısmı, sivil toplum kuruluşlarını “klasik örgütlenmelerden ayırmak ve böylece sivil toplum kuruluşlarını siyasal partiler, sendikalar ya da meslek birlikleri gibi örgüt nitelmesi taşıyan, katı ve hiyerarşik bir ilişkiler ağı içeren, merkezi yönetimle ilişkileri daha güçlü olan örgütlerden farklı oldukları” tezi ile tanımlarken (Zapçı, 2000, s. 103); Tunçay, “yasal olarak biçimsellik kazanmış’ örgütlenmeleri, işçi sendikalarını, odalar ve barolar birliği gibi serbest meslek örgütlerini, spor derneklerini, çeşitli amaçlar güden vakıflar ve dernekleri, hatta siyasal partileri” sivil toplum kuruluşlarına dahil etmekte, bunun yanı sıra “bazen alternatif, platform, inisiyatif gibi adlar altında formelleşmemiş’ grupların da aynı sınıflandırmaya girdiğini” (aktaran Zapçı, 2000, s. 103) belirtmektedir. Uluslararası literatürde *NGO*’ların (devlet dışı örgütler) ayırıcı özelliklerini ve rollerini inceleyen Zapçı’ya göre “gönüllülük, devletten bağımsızlık, kar amacı gütmeme, formellik ve diğerkamlık” devlet dışı örgütlerin tanımlayıcı ölçütleridir (2000, s.124). Yazara göre bu açıdan bakıldığında “sivil toplum örgütleri şemsiyesi altında yer alan fakat sendikalar,

meslek birlikleri, kooperatifler, hemşeri dernekleri ya da işadamları dernekleri gibi üyelerin çıkarlarını korumaya yönelik örgütlenmeler” devlet dışı örgütler içinde sayılmaz (2000, s. 124). Çalışmada incelenen sivil toplum kuruluşları, devlet dışı örgütleri tanımlayacak şekilde bu bağlamda ele alınmış ve bu tanıma girmeyen kuruluşlar kapsama dahil edilmemiştir. Kapsama alınan sivil toplum kuruluşları Zapçı'nın (2000, s. 112) görüş savunma yönelimli olarak tanımladığı ve “belli konularda (insan hakları, çevre sorunları, kadına karşı ayrımcılık gibi) odaklanan ve bu sorunlarla ilgili hem bir kamuoyu yaratmayı hem de karar alma süreçlerini etkilemeyi” amaçlayan devlet dışı örgütlerden oluşmaktadır.

İlişkisel Halkla İlişkiler Yaklaşımında Diyalog ve Diyalojik İletişim

İlişki yönetimi yaklaşımı, Ferguson'nun (1984) ilişkilerin halkla ilişkiler çalışmalarının temel birimi olması gerektiğini öne sürdüğünden beri literatürde yoğun olarak tartışılmaktadır. İlişki yönetiminin halkla ilişkiler için bir paradigma olarak ortaya çıkışı, halkla ilişkilerin örgütsel yapı içerisindeki ve toplumdaki değeri ve fonksiyonu, örgütsel olduğu kadar toplumsal fayda da yaratma sorumluluğu ile ilgili sorulara bir yanıt olarak gelişmiştir ve halkla ilişkiler amaçları ile örgütsel hedeflerin birleştirilebilmesine rehberlik eder (Ledingham& Bruning, 2000, s.xiii). Halkla ilişkilerin ilişkisel yaklaşımı, “örgüt ve kamular arasındaki çıkarların örgüt-kamu ilişkisi yönetimi aracılığıyla dengelenmesine dayanır” (Ledingham, 2009, s. 117). İlişkisel yaklaşım ayrıca halkla ilişkilerin örgütsel işlevini tanımlar, bu işlev içinde iletişimin rolünü belirginleştirir ve örgütsel amaçlara ulaşmada halkla ilişkilerin katkısını ortaya koyar (Ledingham, 2009, s. 118). Ledingham (2001, s. 286-288) ilişkisel yaklaşımın halkla ilişkiler alanı için bir çerçeve olarak ortaya çıkmasını sağlayan gelişmeleri dört başlık altında şöyle özetler:

- 1) Halkla ilişkiler çalışmalarında ve uygulamalarında ilişkilerin merkezi rolünün anlaşılması,
- 2) Halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olarak yeniden kavramsallaştırılması,
- 3) Örgüt-kamu ilişkisinin ölçümleme stratejilerinin, bileşenlerinin ve farklı türlerinin anlaşılması ve örgüt-kamu ilişkilerinin kamu tutum, algı, bilgi ve davranışlarıyla bağlantısının kurulması,

- 4) İlişkilerin öncüllerini, sürecini ve sonuçlarını içeren örgüt-kamu ilişkisi modellerinin geliştirilmesi.

Bu gelişmelerle birlikte örgüt-kamu ilişkilerinin geliştirilmesinde halkla ilişkilerin merkezi önemde olduğu, halkla ilişkilerin temel görevinin bu ilişkilerin geliştirilmesiyle belirlendiği ve örgüt-kamu ilişkilerinin geçmişi ve ilişkilerin sonuçlarıyla birlikte kapsamlı bir şekilde ele alınmasının gerekliliği görüşleri literatürde kendisine yer açmıştır.

Örgüt-Kamu Kategorileri İlişkileri

Literatürde ilişkiyel yaklaşımın ilk modellenmeye başladığı dönemlerde Broom, Casey ve Ritchey (1997) halkla ilişkilerin örgütlerle kamu kategorileri arasındaki ilişkinin inşa edilmesi ve sürdürülmesi olarak işlev gördüğünün kabul edilmesine rağmen bu ilişkilerin literatürde tanımlanmamasının ve bu ilişkilerin ölçülmesinde kullanılacak ölçütlerin geliştirilmemesinin ilişkiyel yaklaşımın teori inşası için bir sorun olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu, halkla ilişkiler pratiğinde de ilişkiyel yaklaşımın etkili bir şekilde uygulanamamasına neden olmaktadır. Broom vd.'ye göre (1997, s. 96) öncelik ilişkilerin ölçülebilir şekilde tanımlanmasına verilmelidir. Bu makalede işaret edilen eksikliklere cevap olarak Ledingham ve Bruning (1998, s. 62), örgüt-kamu kategorileri ilişkilerini "örgüt ve örgütün temel kamu kategorileri arasında var olan, taraflardan birinin eylemlerinin diğer tarafın ekonomik, sosyal, politik ve/veya kültürel iyilik halini etkilediği durum" olarak tanımlamışlardır. Yazarlara göre ideal örgüt-kamu kategorisi ilişkisi, ilişkiye katılan her iki tarafın da karşılıklı olarak fayda sağladığı durumda ortaya çıkmaktadır. Bunun ardından Broom vd. (aktaran Ledingham 2009, s. 121), "ilişkinin, örgütler arasındaki kaynak mübadelesini içeren ve karşılıklı fayda kadar karşılıklı başarıya da götüren etkileşimlerden oluştuğunu ileri sürmüşlerdir". Hung (2005) örgüt-kamu kategorileri ilişkileri için, bu ilişkilerin kurulma nedenleri üzerine inşa edilen bir tanım önermiştir. Sistem teorisinden ve karşılıklı bağımlılık ilkesinden hareketle, örgüt ile kamu kategorilerinin ilişkilerinin ancak örgütün stratejik kamularıyla karşılıklı bağımlılık ilişkisi olduğunda yani her iki tarafın da birbirine ihtiyacı ve dayanırılığı olduğunda ortaya çıkacağını; karşılıklı bağımlılıktan meydana gelecek süreçlerin örgütler tarafından sürekli yönetilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Hung 2005, s. 396).

Örgüt ile kamu kategorileri arasındaki ilişkilerin tanımlanmasına ilişkin çabalar literatürde, geliştirilebilecek farklı ilişki türlerinin, bu ilişkilerin öncellerinin ve sonuçlarının, ilişki geliştirme stratejilerinin tanımlanmasını ve örgüt-kamu kategorileri ilişkilerinin ölçümlenebilmesine sağlamaya dönük ölçekler oluşturulmasını amaçlayan çalışmaların gelişimine yön vermiştir. Özellikle Broom vd.'nin (1997) ilişkilerin öncelleri, ilişki ve ilişkinin çıktıları olarak formüle ettiği üçlü kategori, daha sonraki çalışmalar için bir çerçeve sunmuş ve çalışmalar bu üç temel alan üzerinde yoğunlaşmıştır.

Örgüt-kamu kategorileri ilişkilerin öncellerini ortaya koymayı hedefleyen çalışmalar, temel olarak örgütlerin neden ilişki kurdukları sorusuna yanıt aramaktadırlar. İlişki kurma nedenlerine ilişkin algılar, güdüler, ihtiyaçlar ve davranışlardan oluşan önceller, Broom vd. (1997, s. 94) tarafından sosyal ve kültürel normlar, kolektif algılar ve beklentiler, kaynak gereksinimleri, belirsiz çevre algıları ve yasal zorunluluklar veya gönüllü gereksinimlerle tanımlanmıştır. Broom vd.'nin (1997) kavramsallaştırmasında örgüt-kamu kategorileri ilişkileri birtakım değişimlerin hem nedeni hem de sonucudur. Diğer bir ifadeyle ilişkiler hem bağımlı ve bağımsız hem de araya giren değişken olarak rol oynamaktadır (Broom, 1997: 94). Örgütlerin ilişki geliştirmelerinin nedenleri genellikle çevreden gelen değişim yönündeki baskılar olmaktadır.

İlişkilerin çıktılara ya da sonuçlarına odaklanan çalışmalar, örgüt-kamu kategorileri ilişkileri sonucunda ortaya çıkacak ilişki sonuçları incelenmiştir (Hon & Grunig, 1999; Grunig & Huang, 2000). Ledingham ve Bruning (1998), olumlu örgüt-kamu kategorileri ilişkilerinin başlatıldığı, geliştirildiği ve sürdürüldüğü beş ilişki boyutu olduğunu belirtir. Bunlar güven, açıklık, dahil olma, yatırım ve bağlılık olarak sıralanmıştır. Benzer bir şekilde, Hon ve Grunig (1999) karşılıklı kontrol, güven, ilişki bağımlılığı, ilişki tatmini en temel ilişki sonuçları olarak ifade etmiştir (Hon & Grunig, 1999, s. 19-20; Grunig & Huang, 2000, s. 42). Karşılıklı kontrol, olumlu ilişkilerin yaratılabilmesi için her iki tarafın da ilişkide dengeli kontrolünün olması gerekliliği ifade eder. Güven, tarafların birbirine kendisini açma konusunda güvenini ve gönüllüğünü, ilişkideki dürüstlüğü, adaleti, sözünü yerine getirebilme kabiliyetini ifade eder. Tatmin, ilişki sonucunda beklentilerin karşılanmış ya da ilişki maliyetinden daha yüksek bir geri dönüşüm kazanılmış olmasını anlatır. Bağlılık tarafların ilişkiyi geliştirmeye istekli olmalarına, ilişkinin emek harcamaya değer görülmesine vurgu yapar. İlişki çıktıları, örgütlerin farklı kamu kategorileriyle geliştirdikleri ilişkilerin düzeyini

belirleyebilmek için ölçülebilir hale getirilmiş ve farklı bağlamlarda test edilmiştir. Bu konuda özellikle Hon ve Grunig'in (1999) çalışması alandaki diğer çalışmalara temel teşkil etmiştir (Bruning & Ledingham, 1999; Grunig & Huang, 2000; Huang, 2001; Jo, 2006; Kim 2001). Hon ve Gruning (1999) ilişki çıktılarının düzeyinin farklı ilişki türlerine göre değiştiğini tespit etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, örgütlerin kamu kategorileriyle geliştirdikleri ilişkilerin türü, ilişkilerin nasıl sonuç verdiği üzerinde etkili olmaktadır. Hon ve Gruning (1999) temel olarak komünal ilişkiler ile değişim ilişkileri arasında ayırım yapmakta ve ilişkileri bu iki boyutta tanımlamaktadır. Ancak Hung (2005, s. 411), örgüt-kamu kategorilerinin, örgütlerin kendi çıkarlarını gözettikleri ilişkilerden diğer tarafın çıkarını gözettikleri ilişkilere uzanan farklı türlerinin olabileceğini öne sürer. Bunlar arasında akdi, sözleşmeli, ortak yaşama ait, manipülatif ilişkileri sayar.

İlişkilere odaklanan çalışmalar, bu ilişkilerin nasıl geliştirilebileceğine ve sürdürülebileceğine dair stratejiler geliştiren çalışmalardan oluşmaktadır. Örgütlerin kamu kategorileriyle geliştirdiği uzun dönemli ve olumlu ilişkilerin taraflara sağlayacağı faydaları temel alan bu çalışmaların önemli bir kısmı yine Hon ve Grunig (1999) tarafından geliştirilen stratejileri temel almaktadır. Hon ve Grunig (1999, s. 13), olumlu ilişki çıktılarının yaratılmasında uygulanabilecek çeşitli ilişki stratejileri tanımlamaktadır. Kişilerarası ilişkilerden geliştirip simetrik halkla ilişkilere uyguladıkları stratejileri, erişebilirlik, olumluluk, açıklık, güvence vermek, ağ oluşturmak ve görev paylaşımı olarak belirtmişlerdir. Yazarlara göre olumlu sonuçları olan ilişkiler geliştirebilmek için taraflar ulaşılabilir olmalı, birbirlerine karşı yapıcı ve pozitif tutum sergilemeli, duygu ve düşüncelerini paylaşımında açık olmalı, karşısındaki tarafın kendisini güvende hissedebilmesini sağlamalı, ağ şeklinde işbirliği yapmalı, problemlerin çözümü için işbirliği yapmalı ve görev paylaşmalıdır (Hon & Grunig 1999, s. 14-15).

Diyalojik İletişim ve Diyalog

Örgüt ile kamu kategorileri arasında aracısız ilişkilere geliştirilmesinde, diyalojik yaklaşım ilişki yönetiminde kullanılacak temel yaklaşımlardan birisini oluşturur. Hon ve Grunig'in ilişki geliştirmek ve sürdürmek için önerdiği stratejilerle de benzerlik gösteren diyalojik yaklaşım temel olarak Kent ve Taylor'ın çeşitli çalışmalarıyla geliştirilmiştir. Kent ve Taylor (1998) örgüt ile kamu kategorileri arasındaki ilişkilerin internet aracılığıyla

geliştirilmesine ve sürdürülmesine rehberlik eden; internet sayfalarına uyarlanabilecek teorik bir çerçeve önermiştir. Kent ve Taylor (2002, s. 31) internetin gerçek zamanlı etkileşim sağlaması açısından örgüt ile kamu kategorileri arasında ilişkilerin geliştirilmesinde diğer araçlara göre daha üstün olduğunu belirtir. İnternetin ilişki geliştirmekte kullanılabilmesi için örgütün web sitesinin kamularla diyalojik ilişki geliştirmeye elverişli şekilde tasarlanması gereklidir (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002).

Web sitelerinin ilişki geliştirme kapasitelerini açıklamak için Kent ve Taylor (1998) tarafından geliştirilen diyalojik prensipler temel olarak örgütlerin, web siteleri aracılığıyla kamu kategorileriyle açık iletişim kurabilmeleri ve kamu kategorilerinin farklı gereksinimlerine cevap verebilmeleri üzerine kuruludur. Önerilen diyalojik prensipler, diyalog kavramının ilkelerini içerir ve bunların web sitelerinde diyalojik kapasiteyi geliştirebilecek şekilde tasarlanmasını öneren başlıklar altında düzenlenir. Kent ve Taylor tarafından önerilen beş prensip “diyalojik döngü”, “enformasyonun kullanılabilirliği”, “yeniden ziyareti sağlama”, “arayüzün kolaylığı”, “ziyaretçilerle sohbet”, alanda yapılan birçok çalışmaya da kaynaklık etmiştir.

Halkla ilişkilerin ilişki yaklaşımının geliştirilmesinde “diyalog” önemli bir kavram olarak kabul edilmiştir (Taylor, Kent & White 2001; Kent & Taylor, 2002). Ledingham'ın (2009, s. 135-136) örgüt-kamu kategorisi ilişkisi için önerdiği etkileşim ve iletişim kavramlarının önemi, diyalog kavramı ışığında daha iyi anlaşılabilir. Diyalog kavramının kökeni felsefe, retorik, psikoloji ve ilişki iletişim disiplinlerinde bulunsa da modern diyalog kavramının öncüsü olarak kabul edilen Martin Bruber kavramı “karşılıklık”, “ortaklık”, “katılım” ve “açıklık” ilkeleriyle tanımlamıştır (Kent & Taylor, 2002, s. 22).

Halkla ilişkilerde iletişime yapılan vurgu iletişim yönetiminden ilişki geliştirme aracı olarak iletişime kayınca diyalog bu ilişkilerin kurulmasında, yapılandırılmasında, geliştirilmesinde önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Diyalog kavramının halkla ilişkiler teorisine ilk olarak girişi Pearson'ın *Halkla İlişkiler Etiği Teorisi* başlıklı doktora teziyle gerçekleşmiştir (Kent & Taylor, 2002, s. 23). Pearson bu çalışmasında halkla ilişkiler teorisi ve pratiği için etik bir çerçeve geliştirmeye çalışmıştır. Yazara göre etik halkla ilişkiler uygulamaları için önem taşıyan “diyalojik sistemlere” sahip olmaktır (aktaran Kent & Taylor, 2002, s. 23). Halkla ilişkilerde diyalog kavramı, etik halkla ilişkilerin bir prensibi olarak kabul

edilirken aslında eleştirilen halkla ilişkilerin kamu kategorilerini “ikincil role indirgeyen, onları örgütsel amaçlara ya da pazarlama gereksinimlerine ulaşmakta araç haline getiren” (Botan, 1997, s. 192) geleneksel halkla ilişkiler yaklaşımlarıdır. Diyalog bu geleneksel yaklaşıma karşıt olarak konumlandırılır; buna göre diyalog, “kamu kategorilerini örgütle iletişimsel olarak eşit duruma yükseltir” (Botan, 1997, s. 192).

Kent ve Taylor (2002) diyalog kavramının iletişim, halkla ilişkiler, felsefe ve psikoloji literatüründeki kavramsallaştırılma biçimlerini inceleyerek diyalogun, halkla ilişkiler teorisine eklenmesini sağlayacak beş ilke geliştirmişlerdir. Diyalogu bir “yönelim” olarak tanımlayan Kent ve Taylor, bu yönelimin “ortaklık”, “yakınlık”, “empati”, “risk” ve “bağlılık” ilkelerini içerdiğini belirtmişlerdir (2002, s. 24). “Ortaklık” ilkesi, örgüt ile kamu kategorilerinin ayrılmaz biçimde birbirine bağlı olduğunu ifade eder. Ortaklık, “işbirliğine yönelim” ve “karşılıklı eşitlik ruhu” ile karakterize edilir (2002, s. 24). İşbirliği halkla ilişkiler araştırmalarında önemli bir alan haline gelmektedir. Grunig’e göre (aktaran Kent & Taylor, 2002, s. 25) iş birliği, halkla ilişkilerin profesyonelleşmesine, örgütlerin kendi amaçlarını gerçekleştirmelerine ve toplumun demokratikleşmesine yardımcı olur. Karşılıklı eşitlik ruhu, taraflar arasında iktidar mücadelesi olmaması gerekliliğine işaret eder. İkinci ilke olarak belirtilen “yakınlık” ilişkiye yönelim olarak tanımlanabilir. Örgütler için diyalojik yakınlık, kamu kategorilerinin etkileneceği konularda onlara danışılması gerekliliğini, kamu kategorileri içinse kendi taleplerini örgüte iletebilmeleri ve buna istekli olmaları gerekliliğini ifade eder. Yakınlık diyalojik iletişimin, “varlığın eş zamanlı olması” yani tarafların kararlar alınırken hazır bulunması ve ortak bir uzamı paylaşması; “zamansal akış” yani diyalogun tarafların yalnızca şimdiki ilişkilerini değil gelecek ilişkilerini de kapsamı gerekliliği; “yükümlülük” yani tarafların katılımı tam olarak gerçekleştirebilmeleri ve ulaşılabilir olmaları gibi üç özelliği ile yaratılır (2002, s. 24-25). Üçüncü ilke olan “empati”, güven ve destek atmosferini ifade eder ve “destekleyicilik”, “ortak yönelim”, tarafların birbiriyle ilgilendiğini gösterme amaçlı “doğrulama” özelliklerini içerir (2002, s. 27-28). Empatik iletişim, halkla ilişkiler uzmanlarının kendilerini kamu kategorilerinin yerine koyabilmesini ve onlar gibi düşünebilmesini sağlaması açısından iletişimi geliştirir. Dördüncü ilke olarak “risk” ise diyalogda karşılaşılması öngörülemez durumları veya sonuçları ifade eder. Diyalog taraflara sağlayacağı kazançların yanı sıra bir takım riskleri de içerir, her türden kişilerarası ve örgütsel iletişime içkin olan riskler bulunur. Bu ilke altında potansiyel riskler, “incinebilirlik”,

“beklenmeyen sonuçlar”, “alışık olunmayan farklılıkların bilinmesi” gibi unsurlarla tanımlanmıştır (2002, s. 38-29). Son ilke olan “bağlılık” ise “hakikat” ya da dürüstlüğü, “konuşmaya bağlılık”, “yorumlamaya bağlılık” yani konuşmalarda ve yorumlamalarda tarafların güçsüzlüğünden faydalanmaması gerekliliğini ifade eder (2002, s. 29-30).

Sivil Toplum Kuruluşları, İnternet ve Halkla İlişkiler

Türkiye’de sivil toplum kuruluşları ile halkla ilişkiler arasında bağ kuran araştırmalar sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkilerin ne şekilde kullanması gerektiğine odaklanan normatif çalışmalar ya da sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk kampanyalarını tartışan örnek olay analizleridir (Yavuz, 2009; Şentürk, 2005; Güder, 2006; Biber, 2006). İnternet ile sivil toplum kuruluşları arasındaki ilişkiyle odaklanan çalışmalar ise internetin sivil toplum kuruluşlarına sunduğu katılım imkanlarını ön plana çıkartmaktadır. Türkiye’de konuya ilişkin çalışma sayısının sınırlı olmasına rağmen sivil toplum kuruluşları internetin bugünkü kadar yaygınlık kazanmış olmadığı ikibinli yılların ilk yarısında dahi internetin sunduğu potansiyel fırsatları öngörmüşlerdir. 2004 senesinde sivil toplum kuruluşlarının bilgi ve deneyimlerini paylaşmaları için düzenlenen *Katılımcı Demokrasi, Sivil Ağlar ve STK’lar* başlıklı sempozyumun sonuç bildirisinde internetin sivil toplumun tekrar canlanması ve hiyerarşik örgüt yapısının kırılmasında anahtar rol oynayacağı vurgulanmıştır (İki Sempozyum - Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşları, 2004).

İnternet, halkla ilişkiler üzerinde etkili olan bir kavram olmakla birlikte aynı zamanda sivil toplum kuruluşları için de oldukça geniş bir ufuk sunmaktadır. Brainard ve Siplon (2004)’un ifade ettikleri gibi sivil toplum kuruluşları özel sektörün bir parçası olmadıkları halde oldukça rekabet yoğun bir ortamda varlık göstermeye çalışırlar. Kamu yönetiminin bir parçası olmadıkları halde ihtiyaç duyanlara hizmet sağlamaya çalışırlar ve bir taban örgütü olmadıkları halde hayati arabulucu kurumlar olarak işlemeleri ve demokrasiyi güçlendirmeleri beklenir. Bu beklentilerin karşılanabilmesi ise sivil toplum kuruluşlarının kamularıyla iyi ilişkiler geliştirmeleriyle mümkün olacaktır. Bir sivil toplum kuruluşu da örgütsel amaçlarını gerçekleştirme sürecinde farklı kamu kategorileriyle iletişim ve ilişki içinde olmak zorundadır. Bir sivil toplum kuruluşu için temel kamu kategorileri olarak üyeler/gönüllüler, destekçiler, medya, çalışanlar, diğer sivil toplum kuruluşları ve düzenleyici

ve denetleyici kuruluşlar sıralanabilir. Kamularla iyi ilişkiler kurmanın anahtar kavramı ise halkla ilişkilerdir. Bunun yanında sivil toplum kuruluşu sayısındaki artış sınırlı kaynaklar için mücadeleyi zorunlu kılmaktadır. (Van Slyke ve Johnson, 2006). Bu sınırlı kaynaklar maddi kaynaklar olabileceği gibi aynı zamanda gönüllüleri ve üyeleri de kapsar. Halkla ilişkiler sivil toplum kuruluşu için fon yaratmak için olduğu kadar kuruluşun üyeleri ve gönüllülerinde bir bağlılık yaratmak için de oldukça işlevseldir. Bunun yanında etkili bir halkla ilişkiler çabası sivil toplum kuruluşlarının itibarlarını geliştirmelerini ve kamuoyu nezdinde güven kazanmalarını da sağlar.

Spencer (2002) bir halkla ilişkiler mecrası olarak internetin sivil toplum kuruluşları için getireceği temel olanaklardan bahsetmektedir. Bu olanaklar halkla ilişkilerle doğrudan bağlantılıdır ve gönüllüğe ilişkin olanaklar, güvenilirliğe ilişkin olanaklar, savunuculuğa ilişkin olanaklar olarak sıralanabilir. Bu olanaklara medyayla ilişkilere ilişkin olanakları da eklemek de fayda vardır. Fon yaratma sivil toplum kuruluşlarının gündemlerinin öncelikli konuları arasında yer alır. Bir sivil toplum kuruluşunun temel kaynakları, üye ödentileri, bağışlar, etkinliklerden elde edilen gelirler, aynı yardımlar, işletme gelirleri veya kullanma hakları olabilir. İnternet bu temel kaynaklara ulaşmayı kolaylaştırması bağlamında en önemli mecralardan biridir. Günümüzde pek çok sivil toplum kuruluşu internet sitesi üzerinden bağış toplamayı bir fon yaratma stratejisi olarak benimsemiş durumdadır. Gönüllülük, bir bireyin maddi karşılık beklemeden ya da başka bir çıkar beklentisi içinde olmadan, ailesi ya da yakın çevresi dışındaki bireylerin yaşam kalitesini artırmak ya da genel olarak toplumun yararına olduğu düşünülen bir hedefe ulaşmak için, yalnızca içinden gelerek ve doğru olduğuna inanarak, bir toplumsal girişime ya da bir sivil toplum kuruluşu bünyesindeki etkinliklere destek olması biçiminde tanımlanabilir (Güder, 2006). İnternet, sivil toplum kuruluşları için gönüllü olma potansiyeli olan kişileri gönüllü ya da üye haline getirmeye olanak tanır. Birçok sivil toplum kuruluşunun web sitesinde gönüllü olmayı kolaylaştıran linkler mevcuttur. Bunun yanında internet, iletişim listelerin, bülten tahtaları, sohbet odaları ile çok yönlü iletişimi ve kişilerarası etkileşimi olanaklı kılan diyalog üyeler ve gönüllüler arasında etkileşimin de önünü açar. Güvenilirlik bir sivil toplum kuruluşunun en önemli sermayelerinden biridir. Sivil Toplum Geliştirme Programı (STGP) tarafından 2004 yılında yapılan *Türkiye'deki Donör Uygulamaları ve STK'lara Kaynak Sağlama* başlıklı çalışma kaynak sağlama kriterleri arasında STK'nın ünü/güvenilirliğinin de sıralandığını ortaya koymaktadır (STGP, 2004: 11). Hedef

kitlelerle sivil toplum kuruluşları arasında olumlu bir iletişim ortamının oluşturulması ancak güvenilir bir örgüt imajının oluşturulmasıyla mümkün olacaktır. İnternet özellikle sivil toplum kuruluşunun eylemliliklerini görünür kılarak ve örgütsel şeffaflık sağlayarak güvenilirlik yaratmada etkili olarak kullanılabilir. Savunuculuk, STK'ların ortak bir çıkar için herhangi bir kamu politikasını etkileme girişimidir. Karar vericileri etkileyerek, yasaları veya politikaları toplumdaki dışlanmış kesimler lehine değiştirmek için, bilgiyi stratejik olarak kullanma süreci olarak da tanımlanabilir. Savunuculuk, politika veya yasa değişiklikleri talep etmeyi veya yapılan değişikliklere katkıda bulunmayı amaçlar (Aksakoğlu, 2006, s. 4). İnternet talepleri dillendirme açısından sivil toplum kuruluşlarına çok geniş bir platform sunar. Kamuoyu sağlayacak şekilde kitleleri örgütlemenin önünü açar ve sosyal paylaşım ağlarından aldığı destekle savunuculuğun odağı olan konuyu yaygınlaştırır. Medyayla ilişkiler, halkla ilişkiler pratiğinin en önemli ayaklarından birisini oluşturmaktadır. Medyayla ilişki geliştirmeyi amaçlayan bir örgütün amacı örgütün türünden bağımsız olarak, geniş bir alana yayılmış kamu kategorilerinin ilgisini çekmek ve desteğini kazanmaktır (Motion ve Weaver, 2005). İnternet medya mensuplarıyla aracılaşarak iletişime olanak sağladığı için sivil toplum kuruluşları için önemli bir duyurma aracı olarak işlev görmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Web sitelerinin analizinde Kent ve Taylor (1998) tarafından geliştirilmiş diyalojik prensipler temel alınmış ve bu prensipler 35 maddeli bir soru formu biçiminde ölçülebilir hale getirilmiştir. Taylor vd.'nin (2001) aktivist örgütlerin web sitelerini analiz ettiği çalışması, soru formunun geliştirilmesinde kaynaklık etmiştir. Her bir diyalojik prensip, örgüt-kamu kategorileri ilişkilerini en etkili biçimde geliştirebileceğine inanılan özellikler etrafında tanımlanmış, bu özelliklerin diyalog ilkeleriyle tutarlı ve uygulanabilir olmasına dikkat edilmiştir. Her bir prensip altında sıralanan özellikler en az dört madde ile en fazla dokuz madde arasında değişmektedir.

Hazırlanan soru formu, 35 özelliği sorular halinde düzenleyerek sorulara evet/hayır cevabını aramaktadır. Araştırma örneğinde yer alan 50 sivil toplum kuruluşunun web siteleri için bu sorular cevaplandırılmıştır. Elde edilen veriler evet sorularına 1 değeri, hayır sorularına 0 değeri verilerek kodlanmıştır. Ardından her bir diyalojik özelliğe ait evet

cevaplarından oluşan değerler toplanmıştır. Tablo 1 incelenen 50 web sitesinden her bir diyalojik özellik için elde edilen evet değerlerinin toplamını ve yüzde değerini göstermektedir. Altı başlıkta ele alınan diyalojik prensiplerin ortalama değerlerine, altında tanımlanmış maddelere verilen evet cevaplarının toplamının var olan madde sayısına bölünmesiyle ulaşılmıştır. Ayrıca her bir prensibin dağılım özelliklerinin anlaşılabilmesi için standart sapma değerleri de hesaplanmıştır.

Örneklem

Bu çalışmada Türkiye’de eğitim, çevre, sağlık, insan hakları, eşcinsel hakları, tüketici hakları, engelliler, kadın ve yardım konularında ulusal çapta faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının web siteleri incelenmiştir. Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının listesine Sivil Toplum Geliştirme Merkezi’ne (STGM) ait web sitesi aracılığıyla ulaşılmıştır.⁴ STGM web sitesi, Türkiye’de sivil toplumun haritasını çıkarma amaçlı olarak sivil toplum kuruluşlarına ait bir veri tabanı içermektedir. Bu veritabanı aracılığıyla faaliyet alanı yukarıdaki kavramlarla tanımlanmış toplam 2355 sivil toplum kuruluşuna ulaşılmış ve bunların içinden ulusal çapta faaliyet gösteren, gönüllük esasına dayanan, üye çıkarı korumaya yönelik olmayan ve kar amacı gütmeyen toplam 50 sivil toplum kuruluşu tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiştir. Bu bağlamda belirtilen alanlarda çalışan sendikalar, meslek birlikleri, kooperatifler, hemşeri dernekleri ya da iş adamları dernekleri gibi üyelerinin çıkarlarını gözetken örgütlenmeler örnekleme dahil edilmemiştir. Sivil toplum kuruluşlarının belirtilen faaliyet alanlarıyla sınırlandırılmasının öncelikli amacı, birbiriyle örtüşmeyen ve farklı konularda çalışan sivil toplum kuruluşlarını örnekleme dahil edebilmektir. Ayrıca seçilen bu faaliyet alanları ulusal çapta etkinliğe sahip sivil toplum kuruluşları için öncelikli olarak tanımlanabilecek alanlardır. Diğer taraftan çalışmada “görüş savunma yönelimli” sivil toplum kuruluşlarının hedeflenmesi çerçevesinde bu faaliyet alanları anlamlıdır. Çalışmada farklı sivil toplum kuruluşları faaliyet alanları arasında bir karşılaştırma yapılmayacağı için tüm sivil toplum kuruluşları birlikte listelenmiş ve bunlar arasından incelenecek kuruluş listesine ulaşılmıştır. Buna göre çalışmada, 11 sağlık, 7 eğitim, 6 çocuk, 6 çevre, 6 engelli, 4 kadın, 3 insan hakları, 3 yardım, 2 tüketici hakları ve 2 eşcinsel hakları sivil toplum kuruluşu incelenmiştir.

⁴ <http://www.stgm.org.tr>

Diyalojik Prensiplere İlişkin Belirlenen Ölçütler

“Arayüzün kolaylığı” prensibinin başlığı, Türkçe ifadeye daha uygun olması ve Türkçe içeriğini karşılayabilmesi açısından “Web sitesinin kullanım kolaylığı” prensibi olarak değiştirilmiştir. Bu prensip farklı kamu kategorilerinde yer almakta olan ziyaretçilerin web sitesini kullanırken sorunlarla karşılaşmaması gerekliliğini ifade eder. Bu bağlamda site haritasının varlığı; içeriğin başlıklar altında hiyerarşik olarak düzenlenmiş olması; arama motoru kutucuğunun varlığı; konfigürasyonun teknik olarak herkesin erişimine uygunluğu olmak üzere toplam dört madde incelenmiştir. Site haritasının ve site içerisinde arama kutucuğunun varlığı ile içeriğin başlıklar altında hiyerarşik olarak düzenlenmiş olması web sitesinde özellikle belirli bir bilgiye veya başlığa ulaşmaya çalışan kullanıcı için önemlidir. Web sitesi konfigürasyonunun teknik olarak herkesin erişimine uygun olmasıysa web sitesini görüntülemek isteyen kişilerin web sitesine yeni dosyalar indirmeden ulaşmasını olanaklı kılar. Web sitesinin konfigürasyonunun teknik olarak herkesin erişimine uygun olmaması gerekli yazılım veya donanıma sahip olmayan ziyaretçilerin siteye ulaşmasını engelleyecek bu da sivil toplum kuruluşları için potansiyel gönüllüler/üyelerden mahrum kalma anlamına gelecektir.

Önerilen ikinci prensip “enformasyonun kullanılabilirliği”, web sitesindeki enformasyonun farklı kamu kategorilerinin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda düzenlenmesi gerekliliğine işaret eder. Taylor vd.’nin (2001) de belirttiği gibi web sitelerinde farklı kamu kategorileri hedeflenmektedir ve bunların enformasyon arayışı ve ilgileri birbirinden farklılaşmaktadır. Bu nedenle çalışmada sivil toplum kuruluşlarının öncelikli kamu kategorilerinin üzerinde durulmuş ve “enformasyonun kullanılabilirliği” prensibi “medyaya yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” ve “ziyaretçi ve gönüllüler/üyelere yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” başlıklarıyla ayrıştırılmıştır. Buna göre “medyaya yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” başlığı altında basın odasının varlığı; basın bültenleri/duyurularının varlığı; iletişim bilgilerinin varlığı; güncel siyasi konularla ilgili örgütün pozisyonunu tanımlayacak açık ifadelerin varlığı; üye, gönüllü ve şube sayısına ilişkin enformasyonun sağlanması; örgüte ilişkin tarihsel/arka plan bilgisinin sunulması olarak toplam altı madde incelenmiştir. Sivil toplum kuruluşu web sitesinde basın bültenlerinin, basın duyurularının, kurum kimliği görsellerinin ve sivil toplum kuruluşunun yürüttüğü

iletişim kampanyalarına ilişkin görsel ve işitsel dosyaların yer aldığı bir basın odasının var olması medya profesyonellerinin kurumla ilgili haber hazırlama süreçlerinde ihtiyaç duydukları birincil verilere ulaşmalarını kolaylaştıracaktır. Basın bültenleri ve basın duyuruları kurum ile örgüt arasındaki iletişimin önemli mecraları olmakla birlikte tek başına yeterli değildir. Özellikle kriz ve benzeri durumlarda medya profesyonelleri kurumdaki daha ayrıntılı bilgi alma veya kendi yapılandırdıkları sorularına yanıt bulma ihtiyacı duyarlar. Bu nedenle kurumun web sitesinde medya için iletişim bilgilerinin yer alması büyük öneme sahiptir. Aksi takdirde kurumun iletişim bilgilerine sahip olmayan medya profesyonelleri ikincil kaynaklara ulaşmak durumunda kalırlar ve bu da örgütün, haber oluşturma sürecine müdahale şansını tamamen ortadan kaldırır. Kurumun web sitesinde kendisine yer bulan güncel siyasi konularla ilgili örgütün pozisyonunu tanımlayan açık ifadeler ise medyanın haber hazırlama sürecinde sivil toplum kuruluşunu bir aktör olarak konumlandırmasının önünü açacaktır. Ancak bunun örgüte ilişkin tarihsel bilgiyle ve örgütün üye gönüllü ve şube sayısına ilişkin enformasyonla desteklenmesi önemlidir.

“Ziyaretçilere ve gönüllüler/üyelere yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” başlığının altında örgütün tanımlanmış misyon ve felsefesi; örgütün çalışma alanına ilişkin başlıkların varlığı; nasıl üye olunacağına dair ayrıntılı bilgi verilmesi; gönüllülerin/üyelerin verebileceği katkı türlerinin tanımlanmış olması; bölge/şehir/semte ölçeğinde özelleştirilmiş bilgi/duyurunun varlığı olarak toplam beş madde incelenmiştir. Örgütün misyonunun ve çalışma alanlarının web sitesi içerisinde tanımlanmış olması özellikle web sitesini ziyaret eden potansiyel gönüllülerin/üyelerin sivil toplum kuruluşunu bir bağlama oturtmasını ve çalışma konularını netleştirmesini olanaklı hale getirir. Sivil toplum kuruluşu için üye/gönüllü sayısının niceliksel çokluğu da önemli unsurlardan birisidir. Web siteleri, örgütün varlık sebebini ve amaçlarını öğrenen ziyaretçiyi, potansiyel gönüllüden/üyeden aktif gönüllüye/üyeye dönüştürme gücüne sahip oldukları için de büyük öneme sahiptir. Web sitesini ziyaret eden ziyaretçinin, kuruluşunun gönüllüsü/üyesi olma kararı vermesi durumunda bu sürecin nasıl işleyeceğine ilişkin enformasyonu ve sivil toplum kuruluşuna sunacağı katkının türlerini de web sitesinden öğrenebilmesi gerekir. Bunun yanında sivil toplum kuruluşu ile iletişime girmek isteyen ziyaretçiler bölge/şehir ya da semt ölçeğinde özelleştirilmiş bilgi ve duyurulara ihtiyaç duyarlar.

Kent ve Taylor'un (1998) önerdiği bir diğer prensip olan "ziyaretçilerle sohbet", ziyaretçilerin web sitesinde tutulması için yapılması gereken düzenlemeleri anlatır. Bu prensibin başlığı, Türkçe olarak içeriği ile uyumlu olması açısından "ziyaretçileri sitede tutmak" olarak değiştirilmiştir ve önemli bilgilerin ana sayfada bulunması; sitenin yüklenme süresinin dört saniyeden kısa olması; sitenin son güncellenme zamanının yer alması; indirilebilir dosya ve bilgilerin varlığı; sık sorulan sorular ve/veya sorular ve cevaplar kısımlarının varlığı; videocast, podcast opsiyonlarının bulunuşu; eğitici video ya da makalelerin varlığı olarak toplam yedi maddede incelenmiştir. Önemli bilgilerin web sayfasında yer alması kullanıcının ziyaret ettiği web sitesini hemen terk etmemesi için önemlidir. Benzer şekilde açılma süresi uzun olan web siteleri de ziyaretçilerin o web sitesini terk etmesine neden olan önemli unsurlardan birisidir. Bu nedenle sivil toplum kuruluşu web sitesinin dört saniyeden kısa bir süre içerisinde açılması ve ana sayfaya ulaşan kullanıcının web sitesinde sivil toplum kuruluşuna ilişkin önemli bilgilere hemen ulaşabilmesi ziyaretçiyi sitede tutacaktır. Web sitesinin son güncellenme tarihinin de web sitesinde açıkça ifade edilmiş olması önemlidir çünkü uzun süreden beri güncellenmemiş web siteleri kullanıcının hakkında bilgi edinmekte olduğu sivil toplum kuruluşunun aktif olarak çalışmadığı düşüncesine kapılmasına neden olabilir. Çevre, kültür, dezavantajlı gruplar vb konularda çalışan sivil toplum kuruluşlarının site ziyaretçilerine çalıştıkları konuya ilişkin eğitici materyaller sunmaları varlık sebeplerini destekler ve bu materyalin indirilebilir olması kullanıcının konuya ilişkin olarak ulaştığı dosyayı saklamasına olanak tanır.

Diyalojik iletişimin önerilen bir diğer prensibi olarak "yeniden ziyareti sağlama" özelliği, web sitelerinin ziyaretçilere çekici gelmesi ve böylece tekrar ziyaret edilmesinin sağlanmasına ilişkindir. Bu prensip altında sayfanın kendisini açılış sayfası yapmayı ya da sık kullananlara eklemeyi önermesi; son otuz gün içinde güncellenen web blogunun/haber forumunun bulunması; sosyal ağlarda web sitesini paylaşma veya takip etme olanağı; konuya ilişkin diğer web sitelerine verilen linkler olarak toplam dört maddede incelenmiştir. Sayfayı açılış sayfası yapma anılan web sitesini her internete girişte ziyaret etmeyi olanaklı kılarken, sık kullanılanlara ekleme yöntemi ile örgütün web sitesi istenildiği anda geri getirilebilir. Bu nedenle web sitesinin kendisini açılış sayfası yapmayı ya da sık kullanılanlara eklemeyi önermesi sayfanın yeniden ziyaret edilmesini sağlama açısından büyük öneme sahiptir. Son dönemde internetteki en popüler gelişmelerden birisi de web bloglarıdır. Bir çeşit web

günlüğü olarak da ele alınabilecek web blogları genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı bir yayını belirtir ve gönderilen iletilere okuyucular tarafından yorum yazılmasını olanaklı kılar. Web sayfasında sürekli olarak güncellenen ve yorum eklenen bir web blogunun varlığı, ziyaretçilerin blogu ve yorumları takip etmek için siteyi sürekli olarak ziyaret etmelerini mümkün kılacaktır. Web sitelerinin yeniden ziyaret edilmelerini sağlamak için web sitesinin sosyal ağlarda paylaşılması veya takip edilmesi olanağı da önemlidir. Özellikle Facebook ve Twitter gibi milyonlarca kullanıcısı olan sosyal paylaşım ağlarının günden güne artan popülaritesi sivil toplum kuruluşlarına, takipçilerine anlık bilgi akışında bulunmaları olanağını sağlar.

Kent ve Taylor (1998) tarafından önerilen “diyalojik döngü” prensibi, kamu kategorilerinin örgüte soru yöneltebilmelerini ve bundan daha önemlisi örgütlerin bu soru, endişe ve problemleri çözme imkanı sahibi olmasını ifade eder. Diyalojik iletişimin web aracılığıyla sağlanabilmesi için sadece web sitesinin bu imkanı taşıması yetmez, ziyaretçilerin gereksinimlerine uygun enformasyonun onlara cevap niteliğinde sunulması da gerekir. İlişki geliştirme açısından diyalojik döngü prensibi gerçek anlamda diyalog yaratılabilmesine imkan tanıdığı için en önemli prensip olduğu da iddia edilebilir. Bu çalışmada “diyalojik döngü” prensibi, sitedeki güncel gelişmelerden haberdar olmayı sağlayacak e-mail grubu, mobil iletişim grubu vb'nin varlığı; kullanıcıların web sitesindeki içeriğe yorum yazabilme olanakları; site içerisinde kullanıcıların görüşlerini ve önceliklerini öğrenme amaçlı anketlerin varlığı; kullanıcıların soru/endişe/ istek ve görüşlerini iletebilecekleri açık kanallar varlığı; kullanıcıların bilgi taleplerine karşılık vermek için görevlendirilmiş kişinin açık kimliğinin bulunması; kullanıcıların bilgi taleplerine karşılık vermek için görevlendirilmiş kişinin alan uzmanlığına ilişkin bilginin varlığı; çevirim içi yardım/destek opsiyonunun bulunması; siteye ad, soyad ve e-posta adresiyle kolayca üye olunabilmesi; kişiyi örgütle olan ilişkisini geliştirmeye cesaretlendirici açık davet/önerilerin bulunması özellikleriyle dokuz madde altında incelenmiştir. Günümüzde elektronik postalar büyük bir yaygınlığa sahiptir ve birçok kurum haberleşmesini e-mail grupları üzerinden gerçekleştirmektedir. Sivil toplum kuruluşları açısından düşünüldüğünde e-mail grupları insanlara anında ulaşmayı ve insanları anında harekete geçirmeyi sağlaması açısından büyük öneme sahiptir. Ayrıca e-mail grubu üyeleri kendilerine ulaşan e-maillere yanıt yazabilme, görüş ifade edebilme ve tartışmaya katılabilme olanağına da sahip oldukları için süreç diyalojik bir yapı kazanacaktır. Bunun

yanından sivil toplum kuruluşunun e-mail grubundan periyodik olarak gelecek mailler hem potansiyel hem de mevcut gönüllülere/üyelere sivil toplum kuruluşunun düzenli olarak çalıştığını düşündürecek, bu da sivil toplum kuruluşunun kurumsal imajını güçlendirecektir. Bazı web sitelerinde belirlenen çeşitli bölümler sadece site üyelerinin erişimine açıktır ve bu da kullanıcıları web sitesine üye olmaya teşvik eder. Bu noktada web sitesine üyeliğin kolaylığı önemli bir etkidir çünkü pek çok kullanıcı ayrıntılı bilgiler verilerek üye olunan sitelere üye olmaktan kaçınmaktadır. Buna ek olarak kullanıcıların web sitesindeki içeriğe yorum yazabilme olanaklarının olması sivil toplum kuruluşuna hedef kamu kategorilerinin görüşlerini öğrenmeleri için bir mecra sunar. Web sitesinde içeriğe yazılan yorumlar hem kullanıcılar arasındaki hem de kullanıcılar ile sivil toplum kuruluşu arasındaki etkileşimin önünü açacaktır. Web sitelerinde ziyaretçilerin görüşlerini ve önceliklerini öğrenmeyi olanaklı kılan anketler de benzer şekilde hedef kamu kategorilerinin görüşlerini öğrenmek için önemli bir mecra sağlar. Özellikle sivil toplum kuruluşlarının belirli siyasa ve strateji oluşturmaları süreçlerinde kamu kategorilerinin görüşlerinin ve taleplerinin belirlenmesinde bu aracın kullanılması süreci diyalojik bir hale getirmek için büyük öneme sahiptir. Web sitesindeki açık kanallar da sivil toplum kuruluşunun web sitesini ziyaret eden ziyaretçinin sorularını, görüşlerini ve beklentilerini paylaşmasının etkin bir yoludur ancak bunun için hem e-postaya hızlı yanıt almak hem de yanıt yazanın kimliğinin açık olması önemlidir. İnsanlar kim tarafından okunacağını bilmedikleri elektronik postaları göndermek konusunda çok hevesli olmazlar ve e-postalarını okuyacak kişinin konunun uzmanı olmasını beklerler. Çevirim içi yardım/destek seçeneği ise sivil toplum kuruluşu ile ziyaretçilerin doğrudan iletişimini sağlayan ve genellikle Windows Live Messenger programı veya benzeri programlar ile çalışan bir sistemdir ve gerçek zamanlı iletişime geçmeye olanak sağlar. Ziyaretçilerin sorularına gerçek bir kişi tarafından anında yanıt verilmesi ve verilen yanıtlara göre sorularını yeniden yapılandırmaları, süreci, diyalojik hale getirecek en hayati unsurlardan birisidir.

Bulgular

Çalışmada belirtilen araştırma sorularından ilki Türkiye'deki sivil toplum kuruluşlarının örgütsel web sitelerinin diyalojik özelliklerini açıklamaya yöneliktir. İncelenen 50 kuruluşa ait web sitelerinin işlevsel hale getirilen diyalojik prensiplerin önemli bir kısmını sağlayamadığı görülmüştür. Tablo 1'de de gösterildiği gibi kategoriler ortalama yüksekliklerine göre sırasıyla

“web sitesinin kullanım kolaylığı” prensibi (M=32.5), “ziyaretçilere/gönüllüler/üyelere yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” (M=23.2), “medyaya yönelik enformasyonun kullanılabilirliği” (M=22.8), “diyalojik döngü” (M=10.4), “yeniden ziyareti sağlamak” (M=6.8) olarak belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle örgütlere ait web sitelerinin kullanım kolaylığı yaratacak özellikleri, diyalojik döngü özelliklerinden ya da yeniden ziyareti sağlayabilecek özellikleri içermesinden daha fazladır. Ancak tüm kategoriler arasında öne çıkan kullanım kolaylığı prensibinin ortalaması bile oldukça düşük düzeydedir. Ölçülebilir diyalojik özellikler arasında yalnızca web sitesinin içeriğinin hiyerarşik olarak düzenlenmesi ve konfigürasyonun erişime uygunluğu gibi teknik konular tüm örgütsel sitelerde bulunmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının öncelikli kamu kategorileri olarak tanımlanmış olan medya ve ziyaretçi/gönüllü/üye kategorilerine yönelik olan enformasyonun kullanılabilirliği prensibi, her iki grup için de benzer ortalama değerlerine sahiptir. Bunun anlamı, sivil toplum kuruluşlarının örgütsel siteleri aracılığıyla her iki grubun enformasyon ihtiyacını karşılamaya eşit ağırlık verdikleridir. Ancak bu ağırlık ortalamaları oldukça düşüktür. Örneğin incelenen sivil toplum kuruluşlarının yalnızca beşinde medyanın enformasyon ihtiyacını karşılayacak basın odası içeriği vardır. Bu prensip altında en yüksek değerleri alan, web sitesinde iletişim bilgilerinin yer alması ile örgüte ait tarihsel bilginin sunulması özellikleri temel olarak örgütün kendisini anlatması gereksiniminin bir parçasıdır. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinin ya da belirli konulardaki görüşlerinin web sitesi aracılığıyla medyaya taşınabilir olması pek mümkün görünmemektedir. Halbuki yapılan araştırmalar, gazetecilerin örgütsel bilgi aramakta kullandıkları öncelikli kaynağın web siteleri olduğunu göstermektedir (Hachigan ve Hallahan, 2003). Örgütsel web sitelerinde sivil toplum kuruluşlarının güncel siyasi konulara ilişkin görüş bildirmeleri, medyaya ilişki geliştirebilmeleri için önemli bir özelliktir. Zira sivil toplum kuruluşlarının gücü, güncel konularda politik bir aktör olarak tanımlanabilmeleri, politika oluşturma süreçlerini etkileyebilme kapasiteleri ve kendi çalışma alanlarına giren konularda kamuoyu oluşturabilmeleri bağlamında belirlenir. Medya profesyonellerinin haber içeriğinde sivil toplum kuruluşlarının görüşlerine yer verebilmesi ve böylece kuruluşların kamuoyu oluşturabilmelerine katkıda bulunabilmeleri için örgütsel web sitelerinde güncel siyasi konulara ilişkin bilgi sunulması gereklidir.

Sivil toplum kuruluşları için ziyaretçiler ve potansiyel gönüllülerle/üyelerle ilişki geliştirebilmeleri, varlıklarının devamlılığı için hayati önem taşır. Sivil toplum kuruluşları

gönüllü desteği sağlayabildikleri ve fon yaratabildikleri ölçüde yaygın ve etkili olma özelliği kazanabilirler. Ancak incelenen web sitelerinin, bu kamu kategorilerine yönelik enformasyonu yeterli düzeyde kullanışlı hale getiremedikleri görülmektedir. Web sitelerinin büyük çoğunluğunda örgütsel misyon ifadesi bulunmasına rağmen (yüzde 88), örgütlerin çalışma alanlarının tanımlanmasındaki, üyelik/gönüllüğe ilişkin ayrıntılı bilgi verilmesindeki, gönüllüler/üyelerin verebileceği katkı türlerinin tanımlanmasındaki ve bölge/şehir/semte ölçeğinde özelleştirilmiş duyuruların varlığındaki eksiklik, örgüt-kamu kategorileri ilişkilerinin diyalojik özelliği olarak enformasyonun kullanışlılığı prensibine olumsuz etki yapmaktadır.

Ziyaretçileri sitede tutma prensibi, örgütün web sitesini ziyaret edenlerin örgüte ve faaliyetlerine ilişkin kapsamlı bilgiye sahip olmalarını ve örgütle etkileşim imkanı geliştirmelerini sağlar. Ziyaretçilerin aradıkları enformasyonu sitede bulmalarını sağlamaya yönelik olarak web sitelerine yerleştirebilecek bilgiler web sitelerinde sınırlı bir şekilde yer almaktadır.

Örneğin sık sorulan sorular ve cevapları ile soru-cevap özelliği yalnızca altı web sitesinde; dosya veya bilgi indirme imkanı 21 web sitesinde mevcuttur. İncelenen web sitelerinin büyük bir kısmı (yüzde 88) ana sayfada önemli bilgilere yer verirken aynı zamanda eğitici video ve makaleleri de içermektedir (yüzde 74). Web sitelerinin tamamına yakının dört saniyeden az bir sürede açılmakta olması ziyaretçilerin sitede tutulması için gerekli bir unsurdur. Bu prensip altında incelenen sitenin yakın zamanlı güncellenmiş olmasına ilişkin verinin bulunması, ziyaretçinin örgüte güven duymasını ve güncel bilgi için sitede kalmasını sağlayacaktır. Ancak incelenen sivil toplum kuruluşlarının web sitelerinin hiçbirinde bu özelliğe rastlanmamıştır. Halbuki güncellenme özelliği, sivil toplum kuruluşunun aktifliğinin de önemli bir göstergesidir. Yine aynı şekilde web sitelerinin yalnızca birinde videocast ve podcast opsiyonları bulunmaktadır.

İncelenen web siteleri arasında en düşük ortalama yeniden ziyareti sağlama prensibindedir. Ayrıca prensibe ait özelliklerin standart sapmasının da düşüklüğu dağılımın homojene yakın olduğunu gösterir. Bu başlık altında en yüksek oran diğer web sitelerine verilen linklerdedir (yüzde 36). İncelenen sivil toplum kuruluşlarının 36 tanesinin sosyal paylaşım sitelerinde gönüllüler/üyeleri tarafından oluşturulmuş grupları olmasına rağmen yalnızca iki web sitesinde bu ağlarla bağlantı kurulmuştur. Halbuki sosyal paylaşım ağlarıyla

kurulan bağlantılar web sitelerinin ziyaretlerini dolaylı yoldan da sağlayacak önemli kanallardır.

Diyalojik prensipler arasında örgüt-kamu ilişkilerinin diyalog temelli gelişebilmesi için ayrıcalıklı önem atfedilen diyalojik döngü prensibi, incelenen web sitelerinde oldukça düşük bir ortalama sahiptir (M=10.4). İncelenen web siteleri için diyalojik döngü yaratmanın en önemli ve tek aracının, kullanıcılar için oluşturulmuş ve onların soru/endişe/istek ve görüşlerini dile getirebilecekleri açık kanalların varlığıyla yaratıldığı anlaşılmaktadır (yüzde 98). Diyalojik prensibin bu özelliği dışarıda bırakılarak ortalama hesaplandığında ortalama 5.6'ya düşmektedir. Örgütlerin bu iletişim kanallarını "diyalojik karşılık" (Taylor vd., 2001, s. 275) vermek amacıyla ne oranda kullandıklarını belirlemek için incelenen sivil toplum kuruluşlarının web sayfalarında yer alan adreslere örgüt faaliyetlerine ilişkin sorular içeren bir elektronik posta gönderilmiştir. Gerçek diyalojik döngü, web sitelerinde "bize ulaşın", "bizimle iletişim kurun", "yorumunuzu/fikrinizi belirtin" gibi kanalların yalnızca varlığıyla değil, bunların etkin bir şekilde kullanılmasıyla da yaratılacaktır. Tanınan bir haftalık süre sonunda, 50 sivil toplum kuruluşunun yalnızca 14'ü (yüzde 28) gönderilen elektronik postaya cevap vermiştir. Açık kanallara web sitesinde yer verilmesi ile bunların kamularla kişilerarası boyutta ilişki geliştirilmesi araçları olarak kullanılması arasındaki yüzde farkı, sivil toplum kuruluşlarının diyalog geliştirme kapasitelerinin düşüklüğüne işaret etmektedir. Diyalojik döngü prensibi altında incelenen diğer özelliklere de incelenen web sitelerinde oldukça düşük seviyede yer verilmektedir.

Ayrıca ziyaretçilerin açık iletişim kanallarından diyaloga girmek için iletişim kuracakları kişilerin açık kimliklerinin ve uzmanlık bilgilerinin sitede yer almaması, örgüt-kamu kategorileri ilişkilerinde güvenin geliştirilmesine engel olmaktadır. İncelenen web sitelerinde ziyaretçilerin örgütle olan ilişkisini geliştirmeye cesaretlendirici davet ya da önerilerin bulunmaması, ilişkilerin yalnızca sanal ortamda gelişmesine neden olmakta ve bu ilişkilerin gündelik yaşama taşınmaması sonucunu beraberinde getirmektedir.

Tablo 1: Diyalojik özelliklerin sivil toplum kuruluşları tarafından web sitelerinde kullanılışı

Kategori	n	%
Web sitesinin kullanım kolaylığı(dört özellik, M=32.5, S=21)		
Site haritası	8	16%
Hiyerarşik başlıklar	50	100%
Arama motoru kutucuğu	22	44%
Erişime uygun konfigürasyon	50	100%
Medyaya yönelik enformasyonun kullanışlılığı(altı özellik, M=22.8,S=16.7)		
Basın odası	5	10%
Basın bültenleri/basın duyuruları	12	24%
İletişim bilgileri	42	84%
Güncel siyasi konulara ilişkin açık ifadeler	14	28%
Üye, gönüllü ve şube sayısı	19	38%
Örgüt tarihçesi	45	90%
Ziyaretçilere ve gönüllüler/üyelere/üyelere yönelik enformasyonun kullanışlılığı(beş özellik, M=23.2,S=13.7)		
Örgütsel misyon ve felsefe ifadesi	44	88%
Örgütün çalışma alanları	25	50%
Üyelik süreci	22	44%
Örgüte verilebilecek katkı türleri	19	38%
Bölge/kent/semte bazında özelleştirilmiş enformasyon	6	12%
Ziyaretçileri sitede tutmak(yedi özellik, M=22.1,S=20.3)		
Ana sayfaya konulmuş önemli bilgiler	44	88%
Kısa yüklenme süresi	46	92%
Son güncellenme tarihi	0	0%
İndirilebilir dosyalar	21	42%
Sık Sorulan Sorular	6	12%
Videocast/Podcast	1	2%
Eğitici video/makale	37	74%
Yeniden ziyareti sağlamak(dört özellik, M=6.8,S=7.8)		
Açılış sayfası/sık kullanılanlara ekleme opsiyonu	6	12%
Güncel web blogu/haber forumu	1	2%
Sosyal ağlarda takip olanağı	2	4%
Diğer web sitelerine link	18	36%
Diyalojik Döngü (dokuz özellik, M=10.4,S=15.6)		
e-mail grubu/mobil iletişim grubu	18	36%
İçeriğe yorum ekleme seçeneği	1	2%
Anketler	6	12%
Örgüte ulaşmayı sağlayacak açık kanallar	49	98%
Bilgi taleplerine karşılık vermek için görevlendirilmiş kişinin kimliği	2	4%
Bilgi taleplerine karşılık verecek kişinin alan uzmanlığı	0	0%
Çevirim içi yardım/destek opsiyonu	2	4%
Kolay üyelik imkanı	4	8%
Sivil toplum kuruluşu etkinliklerine davet	12	24%

Sonuç

Halkla ilişkiler alanında son dönemde yapılan çalışmalar sıklıkla “ilişki yönetimi” yaklaşımını ve bu yaklaşım içerisinde de “diyalog” kavramını kullanmaktadırlar. Diyalog kavramı, örgütlerin hem kendi çıkarları hem de kamusal çıkarlar için hedef kamu kategorileriyle ne şekilde ilişki geliştirebileceklerini anlamak için önemli bir kavramdır. Bu çalışma ise sivil toplum kuruluşlarının kamu kategorileriyle diyaloga dayanan bir ilişki geliştirmeleri bağlamında örgütsel web sitelerini ne ölçüde ve ne kadar etkin kullandıklarını ortaya koymaya yönelik bir çabanın sonucudur. Bir örgütün web sitesinde kurulan ilişkinin diyalojik boyutuna bakmak önemlidir çünkü diyalog iletişimin ve ilişkilerin kendiliğinden gelişen bir sonucu olarak ele alınamaz (Kent ve Taylor, 2002, s. 24). Kamu kategorileriyle diyaloga dayanan bir ilişki kurmak ve böylelikle örgütsel kapasitelerini arttırmak isteyen örgütlerin, bu amaca yönelik olarak çaba harcamaları gerekir çünkü diyalogun etkili olabilmesi için örgütsel anlamda kararlılık ve ilişki kurmaya dair değerlerin kabulü şarttır. Örgütler, diyalog kurmaya yönelik örgütsel kararlılıklarını ise kamu kategorileriyle iletişime girerken etkileşimliliği teşvik ederek gösterebilirler (Kent ve Taylor, 2002, s. 30).

Günümüzde örgütlerin kamu kategorileriyle iletişime girmelerini ve etkileşimden geçerek bu iletişimi bir diyalog haline dönüştürmelerini sağlayan en önemli mecralardan birinin internet olduğu ileri sürülebilir. Örgütsel web siteleri, örgütlere hem kullandıkları metinler, işitsel ve görsel materyallerle hem de iletişim listeleri, web blogları ve online destek opsiyonları gibi araçlarla, hedef kamu kategorileriyle gerçek anlamda etkileşime geçme ve diyalog kurma olanağının kapılarını açarlar. Konuya ilişkin araştırmalar maddi kısıtlılıklara vurgu yaparak sivil toplum kuruluşları için web sitelerinin önemli birer halkla ilişkiler mecrası olduğunun altını çizerler. Özellikle bu çalışmanın kapsamına alındığı gibi görüş savunma yönelimli sivil toplum kuruluşları için bu önem daha da açıktır. Türkiye’deki görüş savunma yönelimli 50 sivil toplum kuruluşunun web sitelerini inceleyen bu çalışma Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının, örgütsel web sitelerini gerek medyayla gerekse mevcut ve potansiyel üyeleriyle/gönüllüleriyle ilişkilerde etkin bir şekilde kullanmadıklarını ortaya koymuştur. Web siteleri diyolojik prensipler arasında sadece web sitesinin kullanım kolaylığı prensibini görece yüksek bir oranda karşılayabilmektedirler ve özellikle diyolojik döngüyü sağlayacak ölçütler çok düşük bir oranda kullanılmaktadır. Sivil toplum kuruluşları web siteleri bu haliyle

iki yönlü ve etkileşime dayanan diyalog geliştirme yaklaşımından daha çok örgütten kamu kategorilerine bilgi akışına dayanan kamusal enformasyon modeline uygun görünmektedir.

Sivil toplum kuruluşlarının diyalojik kapasitelerini arttırma amacına yönelik olarak web sitelerini daha etkin olarak kullanmaları kendi varlık sebeplerinin de adeta zorladığı bir gerekliliktir. Çünkü internet gibi düşük maliyetli ve kolay kullanılan bir mecraı örgütsel hedefleri göz önünde bulundurarak yapılandırmamak ve kullanmamak sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirmeye yönelik olarak kuruldukları amaçlarına ulaşmalarını da zorlaştıracaktır. Bu amaca yönelik olarak sivil toplum kuruluşları interneti diyalojik ilişkiler geliştirmeye yönelik bir mecra olarak kullanırken birtakım temel noktaları mutlaka göz önünde bulundurmalıdırlar. Sivil toplum kuruluşları web sitelerinin kolay ve akılda kalıcı alan adlarına sahip olmaları önemlidir. Bu hem medyanın hem de diğer hedef kamu kategorilerinin web sayfasına ulaşmasını kolaylaştırıcı bir faktördür. Sivil toplum kuruluşlarının hedef kamu kategorilerini oluşturan geniş bir kamu kategorisi skalası vardır. Bu nedenle sivil toplum kuruluşları web sayfalarını tasarlarken bu kategorilerin farklılaşan enformasyon ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmalıdırlar. Kamuoyu tarafından tanınırlık için sivil toplum kuruluşunun medyada kendisine yer bulabilmesi büyük öneme sahiptir. Bu nedenle sivil toplum kuruluşlarının web sitelerini özellikle medya ile ilişkilerde etkin bir şekilde kullanmaları gerekir. Bu amaca yönelik olarak web sitesinin açılış sayfasında basın odasına ulaşmayı olanaklı kılacak bir link yer almalıdır. Bu linkin altında kurumun tarihçesi, kurumun bugüne kadar hazırladığı basın bültenleri ve basın duyuruları, kurumun çalışma alanına ilişkin konulara dair duruşunu belirleyen açıklamalar, sivil toplum kuruluşunun başkanının özgeçmişi, medyada kuruma dair çıkan haberler, değişik formatlarda kaydedilmiş örgüt görselleri ve eğer mevcutsa örgütün yürütmekte olduğu iletişim kampanyasına ilişkin görsel ve işitsel dosyalar ve kurumun halkla ilişkiler fonksiyonu ile ilgili olarak çalışan uzmanın iletişim bilgileri yer almalıdır. Sivil toplum kurumlarının bir diğer önemli kamu kategorisi verdikleri çeşitli desteklerle kurumun varlığının devamını sağlayan gönüllüler/üyelerdir. İnternet, sivil toplum kuruluşunun gerek mevcut ve gerekse potansiyel gönüllüleriyle/üyeleriyle iletişimde önemli bir diyalojik kapasite sunar. Sivil toplum kuruluşlarının web siteleri gönüllülerin/üyelerin örgütsel işleyişe dahil edilebilecekleri şekilde yapılandırılmalıdır. Bu amaca yönelik üyelerin sivil toplum kuruluşuna ilişkin olarak görüş paylaşabilecekleri ve yeni fikirler geliştirebilecekleri web forumları, sivil toplum örgütünden

ya da örgütün varlık alanına ilişkin güncel gelişmelerden haberdar olabilecekleri e-posta grupları, sürekli güncellenen ve yorum paylaşmaya olanak sağlayan web blogları sivil toplum kuruluşlarının web sitelerinde mutlaka yer almalıdır. Açıktır ki sadece gönüllülerle/üyelerle kurulacak diyalojik iletişim bir sivil toplum kuruluşu için yeterli değildir. Sivil toplum kuruluşları web sitelerini sıradan ziyaretçileri için de cazibeli bir mecra olarak tasarlamak durumundadırlar. Çünkü sivil toplum kuruluşunun mücadelesini gönüllülerin/üyelerin yanında geniş bir halk kitlesinin desteklemesi de önemlidir. Bu nedenle web sitesi, sivil toplum kuruluşundan ya da kuruluşun çalışma alanlarından haberdar olmayan ziyaretçilere kuruluşun kim olduğu ve neyi amaçladığını ortaya koyan temel enformasyonları sunmalı ve bu ziyaretçileri kuruluşun eylem ve etkinliklerine çağırın duyurulara yer vermelidir.

Bu öneriler ışığında web sitelerinin birer halkla ilişkiler mecrası olarak kullanılması sivil toplum kuruluşlarının hedef kamu kategorileriyle ilişki geliştirme kapasitelerini arttırarak örgütsel amaçlarına ulaşmalarında rehberlik edecektir.

Kaynakça

Aksakoğlu, Y. (2006). *STK'lar için savunuculuk rehberi*. STGM: Ankara.

Biber, A. (2006). *Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler*. Nobel Yayın Dağıtım:Ankara.

Botan, C. (1997). Ethics in strategic communication campaigns: The case for a new approach to public relations. *Journal of Business Communication*, 34(2), 188–202.

Botan, C., & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of Communication*, 54(4), 645-661.

Brainard, L., & Siplon, P. (2004). Toward nonprofit organization reform in the voluntary spirit: Lessons from the internet. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33, 435-457.

Broom, G., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a concept and theory of organization public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 9 (2), 83-98.

- Ferguson, M. A. (1984, Ağustos). Building theory in public relations: Interorganizational relationships. Association For Education in Journalism and Mass Communication'da sunulmuş tebliğ.
- Gower, K.K. (2006). Public relations research at the crossroads. *Journal of Public Relations Research, 18*, 177-190.
- Grunig, J.E. & Huang, Y.H. (2000). From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies and relationship outcomes.
- J.A. Ledingham & S.D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to study and practice of public relations* içinde (s. 23-54). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Güder, N. (2006). *STK'lar için gönüllülük ve gönüllü yönetimi rehberi*. STGM: Ankara.
- Hachigian, D., & Hallahan, K. (2003). Perceptions of public relations web sites by computer industry journalists. *Public Relations Review, 29* (2), 43-62.
- Hon, L.C. & Grunig, J.E. (1999). Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations. Institute For Public Relations. erişim http://www.instituteforpr.org/files/uploads/Guidelines_Measuring_Relationships.pdf
- Huang, Y.H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research, 13* (1), 61-90.
- Hung, C. F. (2005). Exploring types of organization-public relationships and their implications for relationship management in public relations. *Journal of Public Relations Research, 17* (4), 393-425.
- Jo, S. (2006). Measurements of organization-public relationships: validation of measurement using a manufacturer- retailer relationship. *Journal of Public Relations Research, 18*, 225-248.
- Jo, S., & Jung, J. (2005). A cross cultural study of the world wide web and public relations. *Corporate Communications: An International Journal, 10* (1), 24-40.

- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building a dialogic relationship through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24, 321–340.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28, 21–37.
- Kent, M. L., Taylor, M., & White, W. (2003). The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders. *Public Relations Review*, 29, 66–77.
- Kim, Y. (2001). Searching for the organization-public relationship: A valid and reliable instrument. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78, 799-815.
- Kinzey, R. E. (1999). *Using public relations strategies to promote your Non-profit organization*. Binghamton, NY: The Haworth Press.
- Laskin, A. V. (2009). The Evolution of Models of Public Relations: An Outsider’s Perspective. *Journal of Communication Management*, 13 (1), 37-54.
- Ledingham, J. A. (2009). Genel bir halkla ilişkiler teorisi olarak ilişki yönetimini açıklamak (S. Gentürk Hızal, Çev.). F. Keskin& B. Pınar Özdemir (Ed.), *Halkla ilişkiler üzerine: disiplinlerarası bir alanın yönelimleri* (s. 117-140). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Ledingham, J. A. (2001). Government-community relationships: Extending the relational theory of public relations. *Public Relations Review*, 27(3), 285-295.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (1998). Relationship management and public relations: dimensions of an organization-public relationship. *Public Relations Review*, 24, 55-65.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). Introduction: Background and current trends in the study of relationship management. J.A. Ledingham & S.D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to study and practice of public relations* içinde (s.xi-1). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- L'Etang, J. (2005). Critical public relations: some reflections. *Public Relations Review*, 31, 521-526.

- Motion, J. & K. Weaver (2005). The epistemic struggle for credibility: rethinking media relations. *Journal of Communication Management* 9(3): 246-255.
- Roper, J. (2005). Symmetrical communication: Excellent public relations or a strategy for hegemony?. *Journal of Public Relations Research*, 17 (1), 69-86.
- Spencer, T. (2002). The potential of the internet for non-profit organizations. *First Monday*, 7 (8), erişim http://firstmonday.org/issues/issue7_8/spencer/index.html
- STGP (2004). *Kaynak Geliştirme ve Türkiye'deki STK'lar*. erişim www.stgp.org
- Şentürk, M. (2005). *STK'larda Halkla İlişkiler Uygulamaları*, Sivil Toplum, Yıl: 3, Sayı: 9: 99-114
- Tarih Vakfı (2004). *İki Sempozyum - Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşları*. Tarih Vakfı Yayınları: İstanbul.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2004). Congressional web sites and their potential for public dialogues. *Atlantic Journal of Communication*, 12(2), 59-76.
- Taylor, M., & Kent, M.L. (2007). Taxonomy of mediated crisis responses. *Public Relations Review*, 33, 140-146.
- Taylor, M., Kent, M. L., & White, W. J. (2001). How activist organizations are using the Internet to build relationships. *Public Relations Review*, 27, 263-284.
- TÜİK. (2009a). 2009 yılı hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçları. *Haber Bülteni*, Sayı: 179.
- TÜİK. (2009b). 2009 yılı girişimlerde bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçları. *Haber Bülteni*, Sayı: 202.
- TÜSEV (2006). *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci - Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu*. TÜSEV Yayını: İstanbul.
- Van Slyke, D. M., & Johnson, J. L. (2006). Nonprofit organization performance and resource development strategies: Exploring the link between individual volunteering and giving. *Public Performance and Management Review*, 29, 467-496.

Yavuz, C. (2009). Sivil Toplum Kuruluşlarında Bir Gereklilik Halkla İlişkiler. *Journal of Qafqaz University*. 28: 63-71.

Zapçı Çulha, F. (2000). Devlet dışı örgütler: Tanımlayıcı bir çerçeve. *Kültür ve İletişim*, 3 (2), 99-126.

İncelenen Sivil Toplum Kuruluşları ve Web Sayfaları

AÇEV www.acev.org (erişim: 19 Mart 2010)

AIDS Savaşım Derneği www.aids.org.tr (erişim: 18 Mart 2010)

Altı Nokta Körler Derneği www.altinokta.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)

Anne ve Bebek Sağlığı Vakfı www.annevebebek.org (erişim: 18 Mart 2010)

Beyaz Nokta Gelişim Vakfı <http://www.beyaznokta.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)

Bir Dilek Tut Derneği www.birdilektut.org (erişim: 22 Mart 2010)

Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL) (erişim: 19 Mart 2010)
<http://www.cekulvakfi.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)

Çocuk Böbrek Vakfı www.cbv.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)

Çocuk Vakfı <http://www.cocukvakfi.org.tr> (erişim: 18 Mart 2010)

Diyabet Vakfı www.turkdiab.org (erişim: 22 Mart 2010)

Dost Yaşam Down Sendromu Vakfı www.dostyasam.org (erişim: 22 Mart 2010)

Geleceğimizin Çocukları Vakfı <http://www.gcv.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)

İnsan Hakları Derneği www.ihd.org.tr/ (erişim: 18 Mart 2010)

Ka-Der www.ka-der.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı <http://www.kedv.org.tr> (erişim: 19 Mart 2010)

Kadının İnsan Hakkı Derneği www.kadinininsanhaklari.org (erişim: 22 Mart 2010)

Kaos-GL www.kaosgl.com (erişim: 18 Mart 2010)

Lösemili Çocuklar Vakfı (LÖSEV) <http://www.losev.org.tr/v2/tr/default.asp> (erişim: 19 Mart 2010)

MazlumDer www.mazlumder.org (erişim: 22 Mart 2010)

Mor Çatı www.morcati.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)

Nesin Vakfı <http://www.nesinvakfi.org> (erişim: 22 Mart 2010)

Pembe Hayat LGBTT Dayanışma Derneği www.pembehayat.org (erişim: 22 Mart 2010)

- Sağlık Vakfı <http://www.saglikvakfi.org/html/default.asp> (erişim: 22 Mart 2010)
- Sağlık ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı <http://www.ssyv.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)
- Sigarayla Savaşanlar Vakfı <http://www.ssv.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)
- Su Vakfı www.suvakfi.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- TEMA www.tema.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Temiz Enerji Vakfı www.temev.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- TOÇEV www.tocev.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- TÜRÇEV www.turcev.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Tohum Otizm Vakfı www.tohumotizm.org.tr (erişim: 18 Mart 2010)
- Toplum Gönüllüleri Vakfı www.tog.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Trafik Güvenliği Vakfı www.trafikguvenligi.org.tr (erişim: 18 Mart 2010)
- TURMEPA www.turmepa.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Tüketici Hakları Derneği www.tuketicihaklari.org.tr (erişim: 19 Mart 2010)
- TÜKODER <http://www.tukoder.org.tr> (erişim: 22 Mart 2010)
- Türk Böbrek Vakfı www.tbv.com.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Türk Eğitim Vakfı www.tev.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Türk Geriatri Vakfı www.turkgeriatrivakfi.org.tr (erişim: 18 Mart 2010)
- Türk Kültür Vakfı www.tkvafs.org (erişim: 22 Mart 2010)
- Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı www.tapv.org.tr (erişim: 19 Mart 2010)
- Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı www.tegv.org (erişim: 22 Mart 2010)
- Türkiye Engelliler Vakfı www.turev.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Türkiye Güçsüzler ve Kimsesizlere Yardım Vakfı turkiyegucsuzlervakfi.org (erişim: 22 Mart 2010)
- Türkiye İnsan Hakları Vakfı www.tihv.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı www.tscv.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Umut Çocukları Derneği www.umutcocuklari.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- Umut Vakfı www.umut.org.tr (erişim: 22 Mart 2010)
- ZİÇEV www.zicev.org.tr (erişim: 19 Mart 2010)

YAZARLAR HAKKINDA

B. Pınar Özdemir, 2006 senesinde Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'ndan doktora derecesi alan B. Pınar Özdemir halen Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı'nda araştırma görevlisidir. Erişim: pozdemir@media.ankara.edu.tr

Melike Aktaş Ymanoğlu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'ndan 2008 yılında doktora derecesi aldı. Halen Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı'nda araştırma görevlisidir. Erişim: aktas@media.ankara.edu.tr

SUMMARY

Relational theory of public relations is developed in the frame of the alignment of theory with practice of public relations. Dialog concept is considered as one of the key principle in ethical public relations practices and has a privileged role in relational approach.

The aim of this study is to examine non-governmental organizations’ (NGO) web sites to determine the extend to which they use dialogue effectively to build and maintain organization-public relationships with publics. NGO’s web sites are analyzed to find out if and how NGOs are benefiting from their web sites to engage their publics, encourage feedback and meet the informational needs of their publics. In this study, web sites of 50 non-governmental organizations operating in the fields of health, education, child, environment, disability, woman, human rights, aid, consumer rights and LBTT rights in Turkey are selected by using random sampling and through Civil Society Development Center web site (www.stgm.org.tr) which provided sampling frame for the list of NGOs in Turkey. The dialogical principles which are developed by Kent and Taylor (1998), are used as a framework to assess “dialogic capacity” of the NGOs web sites. Kent and Taylor (1998) offer these dialogic principles to guide mediated, two-way and dialogic relationship building between organizations and publics and explains them under five categories: “the dialogic loop”, “the usefulness of information”, “the generation of return visits”, “the intuitiveness/Ease of the interface” and “the rule of conversation of visitors”. This study is utilize from these five principles and makes them operational under the 35 dialogic features with the help of Kent et al (2002) formulations.

The findings of this study are demonstrated that the NGO’s in Turkey can not use web sites effectively to build relationships between organization and publics. Institutional web sites are best practice “ease of interface” principle among five dialogic principles. Especially “dialogic loop” principle scores are very low and most of it s features can not be accommodated by NGO’s in Turkey.