

Diyalojik İletişim ve Sivil Toplum Örgütlerinin Web Siteleri: Cumhuriyetin İlk Sivil Toplum Kuruluşu “Türkiye Yardım Sevenler Derneği” Web Sitesi Değerlendirmesi

Fatma Senem GÜNGÖR

Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye
sakkaya@baskent.edu.tr

Kabul Edilme Tarihi:
02.10.2019

Özet

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin çıktısı olan internet temelli iletişim ortamları; halkla ilişkiler çerçevesinde ilişki yönetiminin bir unsuru olan iki yönlü simetrik halkla ilişkiler modeliyle ilişkilendirilen diyalojik iletişim kavramına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Kent ve Taylor’ın web sitelerine ilişkin belirledikleri prensiplerinden hareketle bu çalışma, Türkiye’nin ilk sivil toplum kuruluşu olan “Türkiye Yardım Sevenler Derneği”nin (TYSD) web sitesinin diyalojik olup olmadığını sorgulamaktadır. Araştırmanın neticesinde TYSD’nin web sitesini öncelikle bilgi yayma aracı olarak kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın diğer bulguları ise incelenen web sitesinde hedef kitlelerin beklenti ve gereksinimlerinin tespit edilmesi, hedef kitlelerle olumlu ilişkilerin oluşturulması ve hedef kitlelerle diyalog içinde bulunulmasına katkı sağlayacak diyalojik iletişim kapasitesinin düşük olduğuna işaret etmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise bu kapasitenin nasıl geliştirilebileceği tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Diyalojik iletişim, Kurumsal Web Sayfaları, Sivil Toplum Kuruluşları, Halkla İlişkiler

Dialogic Communication and Websites of Civil Society Organizations: Evaluation of The First Civil Society Organization of The Republic; “Turkish Philanthropic Society”

Abstract

Internet-based communication environments that are the output of the developments in the new communication technologies have brought a different perspective to the concept of dialogic communication that is associated with the two-way symmetrical public relations model which is an element of the public relations management within the framework of public relations. Based on the principles set for website by Kent and Taylor, this study questions whether the website of “Turkish Philanthropic Society” (TYSD) that is the first civil society organization of Turkey is dialogic. As a result of the research, it has been concluded that TYSD uses its website primarily as a tool for disseminating information. The other findings of the study address to the fact that the capacity of dialogic communication which is to contribute to identifying the expectations and requirements of the target audience, creating positive relationships with the target audience and being in dialogue with the target audience is low. In the last section of the study, the ways of developing this capacity is discussed.

Keywords: Dialogic communication, Corporate Websites, Civil Society Organizations, Public Relations



1. Giriş

Sivil toplum, devlet otoritesinden bağımsız, devletten özerk, özel alan ile devlet arasında aracı niteliğinde örgütlü bir sosyal yapılanmanın olduğu, bireylerin özgürce ve bağımsız olarak hareket edebildikleri, bireyler arasında gönüllü ve rızaya dayalı ilişkilerin olduğu toplum olarak tanımlanmaktadır. Sivil toplumun en önemli aktörleri olan sivil toplum kuruluşları (STK) ise; vatandaşların ortak sorunlarını, fikirlerini, amaçlarını ve hedeflerini esas alarak bir araya gelen insanların, gönüllü olarak oluşturdukları birlikteliklerdir. Sivil toplum, toplumun değer yaratıcı bir kurumu olarak, bir iletişim ağı ya da “toplumsal sorunlara çözüm bulma çabasının olduğu bir iletişim alanı” (TÜSEV, 2006) olarak günümüzde önemli bir yere sahiptir. Bu çerçevede STK'larda bu iletişim ağının ya da alanının temel bileşenini oluşturmaktadır

Çoğulcu demokrasilerde halk kendisini ilgilendiren konularda söz sahibi olurken, toplumu ilgilendiren kararların alınmasına da katkı sağlayabilir. Bu sürece halkın daha çok dâhil edilmesinin gerekliliği STK'ların önemini arttırarak, ilişki içinde bulunulan kamu kategorileriyle iletişim kurma yoğunluğu ve yönü yeni biçimler kazanmıştır. STK'lar ortaya konulması amaçlanan toplumsal sorumluluğu hayata geçirebilmek için gönüllülere ve destekçilere ihtiyaç duyarlar. Diğer bir ifadeyle, fikirlerini ve hedeflerini ulusal ve uluslararası platformlarda duyurabilmek için yapılandırılmış iletişim faaliyetlerine gereksinim duyarlar.

STK'lar, dayanışma ruhu ve desantralize örgütlenmesi ile 1980'lerden sonra, öncelikle Batı ülkelerinde şekil alırken, ülkemizde tarihi çok eskiye dayansa da ancak 2000'lerle birlikte gelişimi artmıştır. Özellikle günümüzde eğitim, sağlık, çevre ve sosyal hizmetler gibi çeşitli sosyal hizmet alanlarında faaliyette olan sivil toplum örgütleri, gönüllülük esasına dayalı olarak çoğunlukla dernek ve vakıf adı altında faaliyetlerini yürütmektedir. 2019-2023 döneminde Türkiye'nin yapısal dönüşüm alanlarına ilişkin hedef ve stratejileri ortaya koymayı hedefleyen *On Birinci Kalkınma Planı*'nin hazırlık süreci, Kalkınma Bakanlığı koordinasyonunda devam etmektedir. 2017 yılında yayımlanan plan hazırlıklarıyla ilgili Başbakanlık Genelgesi ile özel ihtisas komisyonları arasında ilk kez *Sivil Toplum Kuruluşları Özel İhtisas Komisyonu* oluşturulmuştur. Bu kapsamda, ilgili kamu kurumlarından temsilciler, akademisyenler ve sivil toplum kuruluşu temsilcilerinden oluşan *Sivil Toplum Özel İhtisas Komitesi* toplantıları 2017 ve 2018 yıllarında gerçekleşmiştir. Bu toplantılarda, kalkınma sürecinde

“STK'ların rolünün güçlendirilmesi için yasal ve mali altyapıyı destekleyecek mevzuat değişiklikleri, mevzuatın STK'ların yerel ve ulusal düzeyde karar alma mekanizmalarına katılımlarını teşvik edecek hale getirilmesi, STK'larda insan kaynağı ve kurumsal kapasiteyi güçlendirecek kamu politikalarının oluşturulması ve STK verilerinin resmi istatistik programlarına dâhil edilmesi”

gibi başlıklar üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Bu toplantıların sonucunda hazırlanan “Kalkınma Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları Ön Raporu” hazırlanmış ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı resmi web sitesinde yayınlanmıştır. Raporun içeriğinde öncelikle STK’ların tarih boyunca her ülkenin tarihsel ve kültürel dinamikleri doğrultusunda ortaya çıkan sivil katılım düzeyi, teknolojik keşifler, ekonomik koşullar ve devletin gücüne bağlı olarak varlıklarını sürdüren kurumlar olmasının vurgusu yapılarak, “Toplumsal gelişmeler ve değişimlerden ortaya çıkan STK’lar ortaya çıktıktan sonra toplumsal gelişmeleri ve değişimleri etkiler olmuştur” ifadesiyle de önemi belirtilmiştir (11. Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2019).

Günümüz bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda STK’ların gönüllüler ve destekçilerle kurduğu iletişim biçimlerinin değiştiğini ve bu iletişimin daha interaktif bir boyut kazandığını belirtmek mümkündür. Toplumun bir parçası olan STK’larda dijitalleşen bu süreçten etkilenmekte ve onların da paydaşlarıyla kurdukları iletişim biçimi, çağın gereği dijital bir boyut kazanmaktadır. Bu noktada STK’ların bu paydaşların bütünüyle doğru bir iletişim kurması çok önemlidir. Halkla ilişkiler çerçevesinden konuya bakıldığında ise paydaşlarla doğru ilişki yönetiminin araçlarından biri olarak “diyalojik iletişim” yol göstericidir. Literatür çalışmalarının çoğunda Burber’a dayandırılan “diyalog” kuramının (Smith, 1966) önde gelen araştırmacılarından Kent ve Taylor, diyalojik iletişimi “müzakere edilen görüş ve fikir alışverişi” olarak (akt. Lee & ark, 2014: 159) betimlemektedir. Kent ve Taylor, diyalojik iletişim konusunda özellikle örgüt ve kamu arasındaki iletişimin geliştirilmesinde, internet ve web sitelerinin ilişki geliştirmeye uygun olarak tasarlanması gerektiğini savunmuş ve bunun için bazı prensipler belirlemiştir (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002).

İlişki yönetimi, STK’ların paydaşları ve çevreleriyle etkili iletişim kurmada uzun vadeli faydalar sağlayacaktır (Savaş ve Sürücü, 2016: 176). Bu bağlamda da STK’ların uyguladığı ilişki yönetimi prensipleri kuruluşun amaçlarına ulaşmasında etkin bir yol oynayacaktır. Bu çalışma için Türkiye özelinde STK’lar açısından inceleme yapan çeşitli araştırmalar değerlendirilmiş olup, çalışma kapsamına uygun Özdemir ve Ymanoğlu’nun 2010 yılında, 50 STK’nın web sitelerini diyalojik iletişim açısından ele aldığı çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye’deki STK’ların, örgütsel web sitelerini gerek medyayla gerekse mevcut ve potansiyel üyeleriyle/gönüllüleriyle ilişkilerde etkin bir şekilde kullanmadıklarını ortaya çıkmıştır. Ayrıca, çalışma Web siteleri diyolojik prensipler arasında sadece web sitesinin kullanım kolaylığı prensibini görece yüksek bir oranda karşılayabilmekte olup diyolojik döngüyü sağlayacak ölçütlerin çok düşük bir oranda kullanıldığını belirlenmiştir. Bu çalışma ise Türkiye Cumhuriyetinin ilk STK’sı Türkiye Yardım Sevenler Derneği (TYSD) web sitesinin ne oranda diyalojik iletişim kullandığını sorgulayacaktır. Çalışmada öncelikle STK ve diyalojik iletişim konularına açıklık getirilmeye çalışılacak ve bu bilgiler ışığında

TYSD'nin web sitesi Kent ve Taylor'un (2004) belirlemiş oldukları diyalojik prensipler doğrultusunda değerlendirilmeye çalışılacaktır.

2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırma, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk sivil toplum kuruluşu (Cumhuriyet'in ilk STK'sı 83 yaşında, 2011) olan Türkiye Yardım Sevenler Derneği (TYSD) web sitesinin paydaşlarıyla etkili iletişim oluşturmak için diyalojik iletişimi ne ölçüde kullandığını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda konuya kuramsal bir bakış açısı getiren Kent ve Taylor'ın (1998) "Web Aracılığıyla Diyalojsal İlişki Geliştirme" çalışmasından yararlanılmıştır. Diyalojik iletişim, Kent ve Taylor'a (1998) göre iki yönlü iletişimin geliştirilmesinde beş önemli adım izlenerek yapılmıştır. Bu adımlar; "diyalojik döngü", "enformasyonun kullanılabilirliği", "yeniden ziyareti sağlama", "arayüzün kolaylığı" ve "ziyaretçilerle sohbet" olarak belirlenmiştir. Özdemir ve Yamanoglu (2010) tarafından ise ölçülebilir hale getirilen bu maddeler TYSD'nin web sitesinin diyalojik iletişimi ne ölçüde kullandığını analiz etmede kullanılmıştır. Ancak evren, araştırma açısından çok geniş olduğundan, uygulama Nisan-Mayıs 2019 ayları içinde sınırlandırılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen verilerden hareketle, belirlenen eksiklerin geliştirilmesi için Kent ve Taylor'ın (1998) çalışmasına bağlı kalarak yeni önermeler getirilmiştir. İçerik analizinin gerçekleştirileceği çözümleme birimleri ve alt kategorileri "bulgular" bölümünde yer alan tablolarda gösterilmektedir.

3. Sivil Toplum Kuruluşu Anlam Örgüsü

Belirli amaçları gerçekleştirmek, önemli konularda kamuoyunu aydınlatmak veya yönlendirmek için çalışan ve gönüllülük esasıyla hareket eden kuruluşlar "sivil toplum kuruluşları" (STK) olarak adlandırılmaktadır (Arslan, 2001: 118). Sivil toplum kuruluşları, "Hükümet Dışı Kuruluşlar", "Üçüncü Sektör Kuruluşları", "Gönüllü Kuruluşlar" olarak da farklı isimlerle ifade edilmektedir (Gönel ve Acılar, 1998: 1). Bu terimlerin hepsi de bireysel kâr amacı gütmeyen, devletten bağımsız olan ve gönüllü faaliyetlerde bulunan kuruluşları işaret ettiğinden, bu metin içerisinde STK terimi tercih edilmiştir.

Günümüzde STK'lar vatandaş ve devlet arasında bir köprü görevi gören, toplum içinde çıkan sorunlara çözüm yolu arayan, kendine özgü çıkarları olan örgütlenmelerdir (Karakuş, 2006). Küreselleşmeyle birlikte STK'ların önemi daha da artarak iktidar ideolojisi dışında politikada aktif bir rol üstlenmeye başlamış ve bu amaç doğrultusunda toplumu yönlendirmede önemli görevler üstlenmişlerdir (Talas, 2011: 391). Bu çerçevede STK'ları kısaca üç kategoriye bölmek mümkündür (Henriksen ve ark., 2008: 1):

1) Aktivite merkezli STK'lar (spor, kültür, eğlence vb. alanlarda faaliyetler gösterirler),

2) Toplum merkezli STK'lar (siyasi partiler, sendikalar, çevre örgütleri, yerel toplum örgütleri vb.),

3) Refah merkezli STK'lar (sosyal hizmet, sağlık, eğitim vb. hizmeti sunarlar).

Salamon (1999: 10-11) ise kâr gütmeyen kuruluş olarak tanımlanan STK'ların 6 benzer özelliği olduğunu ifade etmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanmıştır;

- 1) Bu kuruluşların hepsi bir şekilde "kurumsallaşmış"tır. Enformel ve geçici bir şekilde insanların bir araya gelmesi bu kapsamda değerlendirilemez.
- 2) Bu kuruluşlar "özel sektörde" faaliyet gösterir. Dolayısıyla, bunlar devletten ayrı olmalıdır. Ancak, bu kuruluşların devletten maddi destek alamayacağı anlamına da gelmez.
- 3) Elde edilen kâr sosyal amaç doğrultusunda dağıtılır. Bir başka deyişle bu kuruluşlar özel işletmelerdeki gibi kârı kurucular arasında paylaşmazlar.
- 4) Bağımsız bir yönetimi vardır. Dışarıdan başka bir kişi ya da kurum bu kuruluşlara müdahalede bulunmaz, kendi faaliyetlerini kendileri planlar ve uygularlar.
- 5) "Gönüllü" bir şekilde ortaya çıkarlar. Ancak, yönetim kurulunda yer alanlar hariç çalışanların bir kısmı gönüllü olmayabilir.
- 6) "Kamusal amaçlı" faaliyette bulunurlar.

Buna göre, STK'lar maddi bir gelir veya kâr elde etmek amacıyla kurulmamış olup, yasal çerçevede faaliyet gösterirler. Kısaca kamuoyu yaratmada önemli işlevleri olan bu kuruluşlar, toplumu oluşturan bireylerin istek veya sorunları dile getirmek, demokratik anlayışın ve ilkelerinin benimsenmesini sağlamak, kamuoyu oluşturarak siyasette halkın sesi olmak, yardıma muhtaç kesime eğitim, sağlık vb. konularda gönüllü yardım hizmetleri sunmaktadır. Toplumlarda vatandaşlık bilincinin gelişmesini sağlayan STK'lar bu sayede devlet ile vatandaş arasındaki ilişkiyi de düzenleyerek, demokrasinin çağdaş bir anlam kazanmasını sağlarlar (Özer, 2008: 93).

Tarih boyunca varlığını sürdüren STK'lar hayırseverlik amacıyla faaliyette bulunmuşlardır. Sanayi Devrimi öncesine kadar toplumlar refah sağlayıcı kurumlar olarak rol alan bu kuruluşlar (lonca tarikat ve zaviye gibi), sosyo-ekonomik yapının büyük oranda değişmeye başlamasıyla değişim içine girmişlerdir (Özbek, 2002: 10). İkinci Dünya Savaşı ile 1980'li yılları arasında sosyal politikaların ön plana çıkması "refah devletleri"nin gelişmesine sebep olmuştur. 1980 sonrası dönemde, ekonomik, politik, sosyal, kültürel, hukuksal ve benzeri tüm alanlarda başlayan dönüşüm, üçüncü sektör olarak adlandırılan sivil toplum kuruluşlarının tekrar önem kazanmasını sağlamıştır (Şahin ve Öztürk, 2008: 6). Günümüzde ise STK'ların gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede sayısal ve nitelik olarak gelişiyor olmalarının temelinde de küreselleşmenin ve neo-liberal politikaların bulunması yer alır.

Ülkemizde STK'ların gelişimi incelendiğinde, tarih boyunca toplumun gelişiminde önemli roller üstlendiği görülmektedir. Özellikle

çeşitli sosyal hizmet alanlarında faaliyette olan bu STK'lar gönüllülük esasına dayalı olarak sürdürdükleri faaliyetler çoğunlukla dernek ve vakıf adı altında varlıklarını gösterirken aynı zamanda meslek, ticaret ve sanayi odaları, kooperatif ve sendikalar olarak da toplum için yararlı ve öncü çalışmalarda bulunduğu bilinmektedir. Türkiye'de STK'ların fonksiyonel rollerine göre tanımlanmasını 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu'nda yer almaktadır. Söz konusu Kanun'un Amaç başlıklı 1'inci maddesinde yer alan ifade bu rollere bir çerçeve sunmaktadır:

"Bu kanunun amacı; fakru zaruret içinde ve muhtaç durumda bulunan vatandaşlar ile gerektiğinde her ne suretle olursa olsun Türkiye'ye kabul edilmiş veya gelmiş olan kişilere yardım etmek, sosyal adaleti pekiştirici tedbirler alarak gelir dağılımının adilane bir şekilde tevzi edilmesini sağlamak, sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı teşvik etmektir." (11. Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2019)

İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre Türkiye'de toplam derneklerin sayısı 2019 yılı Temmuz ayı itibariyle 303.200 rakamına gelmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), "Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2018" verilerine göre 31 Aralık 2018 tarihi itibariyle Türkiye nüfusunun 82 milyon 3 bin 882 kişi olduğu dikkate alındığında 697 kişiye bir dernek düştüğü görülmektedir. Faal 117.760 dernekten % 34'ü Marmara Bölgesinde yer alırken, çoğunluğu (% 37) Mesleki ve Dayanışma dernekleridir (İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, 2019). Diğer taraftan, İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü'nün 2018 yılı Türkiye toplam nüfusunu dikkate alarak yaptığı çalışmada derneklere üye vatandaş sayısının 7.302.564 olduğunu ve derneklere kadın üye yüzdesinin yüzde 18.98 ve erkek üye yüzdesinin 81.15 olduğu görülmektedir (İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, 2019).

İletişimin, özellikle telekomünikasyon ve internetin yayılmasıyla, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde STK'lar organize olabilmektedirler. İnternet sayesinde zaman ve mekâna bağlı olmadan sosyal paydaşlarıyla ilişkiler kurabilen STK'lar çok yönlü paylaşımlar sağlayabilmekte, şeffaflıklarını ve hesap verilebilirliklerini artırabilmektedirler. Ayrıca, kurumsal itibar ve imaj STK'lara kaynak yaratmada bir öncelik sağlarken, gün geçtikçe artan sayısı gönüllü kazanma, bağış ve yeni fonlar yaratma konusunda rekabeti de beraberinde getirir (Çabuk, 2017: 234). Bu noktada, web sitelerini kurumsal itibar ve imaj oluşturmada güçlü bir araç olarak incelersek, STK'ların web sitesi oluşturmada stratejik planlar yapmaları sosyal paydaşlarıyla kuracakları iletişimi daha da güçlendireceğini vurgulayabiliriz. Bu sebepler ışığında STK'lar teknolojinin gelişmesiyle web siteleri üzerinden daha çok kişiye ulaşabilir, gerçekleştireceği diyalojik halkla ilişkiler uygulamaları ile de potansiyel olan gönüllüleri aktif gönüllülere dönüştürmede etkili ve sürdürülebilir bir yöntem uygulayabilirler.

4. Diyalog ve Diyalojik İletişim

Kuramsal bir kavram olarak diyalog Felsefe, Psikoloji, İletişim gibi çeşitli disiplinlerde yer almaktadır. Diyalog, en temel anlamıyla karşılıklı konuşma hali içinde olmayı ifade etmektedir (Becan ve Ustakara, 2017: 68). Diyalojik iletişim ise diyalogun süreçten çok sonuç olarak ifade edilmesi olup, iletişim sürecinde katılımcıların birbirlerine yönelik tutumları üzerine odaklandığı bir yorumlama sağlar. Burber, diyalogu tarafların diğerlerini akıllarında tuttıkları ve aralarında karşılıklı bir ilişki kurma niyetiyle kendini diğerlerine yönlendirdiği iletişimin bir türü olarak tanımlamaktadır (Cooper, v.d., 2013: 72). Diyalojik ilişkinin var olması tarafların birbirleriyle iletişim kurmayı ilişkinin amacı olarak görmelerine ve farklı fikir ve düşüncelerin değişimi olarak ele almalarına bağlıdır.

Diyalojik iletişimde diyalog kavramı merkezde olup, her iki tarafın da söz hakkına sahip olduğu yani eşitliğin sağlandığı bir süreç mevcuttur. Kurumların paydaşları ve çevreleriyle uzun süreli ve kalıcı bir ilişki kurmasında kuramsal bir yaklaşım olan diyalojik iletişim, kurumların bu diyalogu internet üzerinden geliştirilmesi anlamını da taşımaktadır (Okumuş, 2014). Bu çerçevede, ister STK, ister özel ya da devlet kuruluşu olsun artık günümüz dünyasında tüm örgütler sürdürülebilir bir iletişim kurmak için diyalojik iletişimin özelliklerini benimsemiş olması gerekmektedir.

5. Diyalojik İletişim ve Web Siteleri

Küreselleşmeyle birlikte ekonomik, sosyal, siyasi, teknolojik dönüşümler toplumsal yapı ve düşünceleri değiştirmeye başlamış, özellikle de teknolojinin değişmesiyle Web 2.0 toplumsal hayata entegre olmuştur (Şimşek, 2016: 829). Web sayfaları kuruluşlara paydaşları ile daha hızlı iletişime geçebilecekleri, paydaşlara ise kuruluşlara daha hızlı ulaşabilecekleri bir kanal sunmaktadır. Bu durum son zamanlarda akademik çalışmaların internet ve internet sayfaları üzerine yoğunlaşmasını sağlamaktadır (Kent, v.d., 2003: 63). Kent ve Taylor (1998, 2002) organizasyonların hedef kitleleri ile diyalojik ilişkiyi kurmak için web sayfalarının tasarımlarında karşılıklı etkileşim sağlayabileceği platformların olması gerektiğini vurgulamıştır. Bu çerçevede de başarılı bir bilgi değişimi ve diyalog için yol gösterici beş ilke belirlemişlerdir: “diyalog döngüsü”, “bilginin kullanılabilirliği”, “tekrar ziyareti sağlama”, “arayüz kolaylığı” ve “ziyaretçilerin elde tutulması”. Bu ilkeler kuruluşlara hedef kitleleri ile iki yönlü, diyalojik ilişki kurmaları için bir pusula olmuştur. Bu araştırmada da Kent ve Taylor’un beş ilkesinden hareket edilerek oluşturulan diyalojik ölçek kullanılmıştır.

“Diyalojik döngü” ilkesi temel olarak örgüt ile kamu arasındaki diyalojik ilişkinin başlangıç noktası olarak kabul edilmiştir. Ayrıca örgütlere ilgili konularla alakalı sorun ve problemlere yönelik geribildirim döngüsü yaratma fırsatı sunar. “Bilginin kullanılabilirliği” ilkesiyle kamuyu oluşturan herkese yönelik bir genel değerler profili oluşturmak amaçlanmıştır. Böylelikle kamu ziyaretçilerine genel durumu ve tarihçesiyle ilgili geniş bir yelpazeden bilgi sunmuş olur. “Tekrar

ziyareti sağlama” ilkesi web sitelerinin ziyaretçileri siteyi geri ziyaret etmeye yöneltecek çekicilikte tasarlanmasını amaçlamaktadır. Bu ilke doğrultusunda örnek olarak bilgilerin güncel tutulması, soru-cevap bölümü olması ve çevrimiçi platformda ziyaretçilerden gelen soruları yanıtlayabilecek, alanında uzman olan yetkili kişilerin olması verilmiştir. “Arayüzün kolaylığı” ilkesi ise kurumla ilgili bir bilgiye ulaşmak isteyen kullanıcı için uygun anlaşılabilir ve kolay kullanılabilir bir web sitesi yaratmak gerektiği ifade edilir. Son olarak “Ziyaretçilerin elde tutulması” ilkesi, web sitelerinin ziyaretçilerini sitede tutabilmek için onları başka sitelere yönlendirici bağlantılardan (link) kaçınması gerektiğini vurgular (Kent ve Taylor, 1998: 326-330).

Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşama entegre olmasıyla birçok alanda değişim ve dönüşümler yaşanmaya başlamış, iletişim de bu değişime adapte olmuştur (Güzeloğlu ve Maden, 2015). Günümüzde kullanılan iletişim de ilişki yönetimi, kurumsal itibar, algılama yönetimi, internette halkla ilişkiler, kurumsal iletişim, sponsorluk, lobicilik gibi farklı alanlarda gelişmeye devam etmektedir (Çamlıdere, 2015: 127-128). Günümüz teknolojisiyle senkronize bir biçimde ilerleyen bu alanlar diyalojik iletişiminin karşılıklı ve etkileşimli uygulamalarını kullanmaktadır. STK’larda kendi sosyal paydaşlarına ulaşmak ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak için diyalojik iletişimi kendi web sitelerine uyarlamalıdır. Hatta 2010’dan sonra toplumsal hayata giren Web 3.0 ile kullanıcılar kişiye özel arama sonuçları, haber içerikleri ve reklamlarla karşılaşmaya başlamış, İnternet, kişiye özel anlamlar kazanmıştır (Dağtaş ve Yıldırım, 2015: 153). Bu yeni boyut, iletişimde, kullanıcının isteklerini ve yorumlarını birçok kanaldan duyurduğu yeni bir diyalojik platformun oluşmasına zemin hazırlayarak tüm kuruluşlar için stratejik iletişim daha da önem kazanmıştır.

Öncelikle Kent ve Taylor (1998) birçok araştırmanın teknik olarak web sitelerinin gittikçe artan önemine dikkat çektiklerini fakat bununla ilgili bir kuramsal çerçeve oluşturmada eksik olduklarını belirtmişlerdir. Kamu ve örgütler arasındaki iletişimi yaratmada, uyarlamada ve değiştirmede web sitelerinin kullanılabilirliğini söyleyen Kent ve Taylor (2002), sivil toplum kuruluşları da dâhil olmak üzere diyaloga dayalı iletişime yeni bir boyut kazandırmışlardır. Ekonomik başarı elde etme, tanınırlığı artırma, reklam gibi birçok fonksiyona sahip web sitelerinin kamu ilişkileri geliştirmede eksiklikleri olduğu görülmüştür.

6. Türkiye Yardım Sevenler Derneği

Kurtuluş Savaşı sonrası, Kırklareli Milletvekili olan Dr. Fuat Umay öncülüğünde madden ve manen durumu iyi olmayan kadınların korunması maksadıyla 29 Ocak 1928 yılında Himaye-i Eftal Cemiyeti kurulmuştur. 1938 yılında derneğin gerçekleştirmiş olduğu çalışmalardan etkilenen Atatürk derneğe bugün de kullanılan Türkiye Yardım Sevenler Derneği ismini vermiştir. Derneğin web sitesinden (TYSD, 2019) elde edilen verilere göre derneğin amaçları arasında; iş evleri açmak ve iş bilmeyenlere iş öğretmek, maddi açıdan ihtiyaç halinde olan öğrencilere burs vermek, yardıma muhtaç annelere doğumdan önce

ve sonra yardımda bulunmak, çalışamayacak durumda olan yaşlılara yardım etmek, huzurevi ve okul yaptırmak, okuma-yazma öğreten eğitim kurumları açmak, ilgili diğer kurumlarla işbirliği yapmak ve gıda bankacılığı çalışmalarında bulunmak sayılabilir. Ülkenin ilk sivil toplum kuruluşlarından olan dernek, ülke genelinde 142 şubesi ile eğitimden sağlığa ihtiyaç duyulan her çeşit sosyal hizmet için faaliyetlerde bulunmaktadır.

7. Yardım Sevenler Derneği Web Sitesi İncelemede Elde Edilen Bulgular

Bu derneğe ait web sitesi incelenerek, derneğin kendi sitesini diyalojik iletişimin inşası için hangi formatları kullandığı analiz edilmiştir. Kent ve Taylor'ın beş basamaklı modelinden yola çıkarak "ara yüz kullanım kolaylığı", "diyalog döngüsü", "ziyaretçileri tutma", "tekrar ziyareti sağlama" ve "ziyaretçilere/gönüllülere yönelik bilgilerin kullanılabilirliği" esas alınarak, Özdemir ve Yamanoglu'nun (2010) belirlediği ölçütler doğrultusunda da 23 alt kategori bu inceleme için belirlenmiştir.

Bu doğrultuda, belirlenen kategorilerin web sitesinde nasıl yer aldığını analiz etmek üzere iki kodlayıcı ile çalışılmıştır. 5 kategori ve 23 alt başlıktan oluşan diyalojik döngü kriterleri için hazırlanan kodlama formunda, var/yok cevapları aranmıştır. Araştırma örnekleminde yer alan derneğin web sitesi için bu kategoriler ve alt başlıklar cevaplandırılmıştır. Bu aşamadan sonra, alt başlıklar varsa (1), yoksa (0) şeklinde puanlanmıştır. Böylece derneğin web sitesi için tanımlanan kriterlere göre değerlendirilerek çalışmanın tamamlanması sağlanmıştır. 5 kategori ve 23 alt başlıktan oluşan diyalojik iletişim prensipleri şu şekildedir;

Kategori 1: Ara yüz kullanım kolaylığı

- i. Site haritası
- ii. Sitenin geri kalanına yönlendiren ana başlıklar
- iii. Arama kutucuğu
- iv. Grafıklere/görsellere az yer vermesi

Kategori 2: Diyalog döngüsü

- i. İletişim bilgileri
- ii. Kullanıcının yorum/istek yapma imkânı
- iii. Çalışma konuları hakkında oy verme fırsatı/ Anketler
- iv. E-mail yoluyla bilgi alma imkânı
- v. Çevirim içi yardım/bağış imkânı

Kategori 3: Ziyaretçileri tutma

- i. Ana sayfada önemli bilgilerin olması
- ii. 4 saniyeden kısa sürede sayfanın yüklenmesi
- iii. Sıkça sorulan sorular-cevaplar

Kategori 4: Tekrar ziyareti sağlama

- i. Sosyal medyada takip imkânı
- ii. Güncel haber forumları

- iii. Diğer web sitelerine bağlantı
 - iv. Etkinlik takvimi
 - v. İndirilebilir bilgiler
 - vi. E-mail yoluyla bilgi bülteni talep etme imkânı
- Kategori 5: Ziyaretçilere/gönüllülere yönelik bilgilerin kullanılabilirliği
- i. Misyon, vizyon ifadeleri
 - ii. Derneğin hizmetlerine yönelik bilgiler
 - iii. Güncel duyurular
 - iv. Derneğe bağlı diğer bağlantılara (link) yönlendirme
 - v. Basın bülteni/basın duyuruları

Derneğe ait web sitesinin diyalojik iletişim açısından analizinde belirlenen kategorilere göre elde edilen bulgular şöyledir:

Tablo 1: TYSD Web Sitesi Ara yüz Kullanım Kolaylığı

Kategori 1: Ara yüz kullanım kolaylığı	TYSD Web Sitesi
Site haritası	1
Sitenin geri kalanına yönlendiren ana başlıklar	1
Arama kutucuğu	1
Grafiklere/görsellere az yer vermesi	0

“Ara yüzün kullanım kolaylığı” kategorisi içinde incelenecek özelliklerde temel olarak web sitesinin kullanıcılar tarafından anlaşılabilir olması ve kullanım kolaylığına bakılmıştır. Bu özellikler şu şekilde sınıflandırılmıştır; site haritası, sitenin geri kalanına yönlendiren alt başlıklar, arama kutucuğu, grafiklere ve görsellere az yer verilmesi. Yer alan alt kategoriler içinde site haritasının yer alması, sitenin geri kalanına yönlendiren alt başlıkların anlaşılabilir bir biçimde tasarlanması, sağ üst köşede yer alan arama kutucuğunun bulunması ziyaretçilerin gezinme sırasında yaptıkları geriye dönüşleri daha basit ve hızlı hale getirmekte olup, web sitesinde bu alt kategoriler mevcut olup üç puan almıştır. Bununla birlikte, görsellere çok sık yer veren site, ziyaretçilerin ulaşmak istedikleri bilginin görünürlüğünü azaltmakta olup sıfır puan almıştır. Dernek web sitesinin ara yüzünün kullanım kolaylığı ziyaretçilerin herhangi bir yazılım veya donanıma sahip olmalarını gerektirmeden web sitesine girebileceği anlamını taşır ve böylece sivil toplum kuruluşlarının potansiyel gönüllüleri aktif gönüllülere dönüştürme olasılığı yükselmiş olur (Özdemir ve Yamanoglu, 2010: 18).

Tablo 2: TYSD Web Sitesi Diyalog Döngüsü

Kategori 2: Diyalog döngüsü	TYSD Web Sitesi
İletişim bilgileri	1
Kullanıcının yorum/istek yapma imkânı	1
Çalışma konuları hakkında oy verme fırsatı/Anketler	0
E-posta yoluyla bilgi alma imkânı	1
Çevirim içi yardım/bağış imkânı	1

Diyalojik döngü kategorisi içinde yer alan beş alt başlıktan TYSD web sitesi dört puan almıştır. Bu kategoride belirlenen alt başlıkların amacı derneğin paydaşları ile web sitesi üzerinden diyaloga dayalı

iletişimi ne ölçüde uyguladığını belirlemektir. Web sitesinin e-posta yoluyla bilgi alma imkânı vermesi, iletişim bölümünün varlığı, kullanıcının yorum/istek belirtebileceği bir bölümün olması ve çevrimiçi yardım/ bağış yapma imkânının varlığı dernek web sitesinin ziyaretçilerine aktif olarak çalıştıklarını göstermekte olup, olumlu bir imaj yaratmaktadır. Ancak web sitesinin kullanıcıların görüşlerini değerlendirebileceği bir anketin varlığının olmaması, sundukları sosyal hizmetler hakkında paydaşların düşüncelerine imkân tanımamaktadır.

Tablo 3: TYSD Web Sitesi Ziyaretçileri Tutma

Kategori 3: Ziyaretçileri Tutma	TYSD Web Sitesi
Ana sayfada önemli bilgilerin olması	1
4 saniyeden kısa sürede sayfanın yüklenmesi	1
Sıkça sorulan sorular-cevaplar	0

Derneğin web sitesini ziyaret eden kullanıcıların sitede tutma kriteri toplam üç alt başlıktan oluşmaktadır. Ana sayfada önemli bilgilerin olması, dört saniyeden kısa sürede sayfanın yüklenmesi ve sıkça sorulan sorular ve cevaplar alt başlıklarının incelenmesi sonucunda, dernek sitesi iki puan almıştır. Bağış toplama, yapılan tüm projeler ve güncel duyurular gibi önemli bilgilerin görünür bir şekilde sitede yer alması ve site içinde gezinti yaparken ulaşmak istenilen yere kısa sürede ulaşılması sitede mevcutken ziyaretçilerin katılım gösterebileceği soru-cevap bölümü sitede yer almamaktadır.

Tablo 4: TYSD Web Sitesi Tekrar Ziyareti Sağlama

Kategori 4: Tekrar Ziyareti Sağlama	TYSD Web Sitesi
Sosyal medyada takip imkânı	1
Güncel haber forumları	1
Diğer web sitelerine bağlantı	1
Etkinlik takvimi	0
İndirilebilir bilgiler	1
E-mail yoluyla bilgi talep etme imkânı	1

Yeniden ziyareti sağlama kategorisinde yer alan alt başlıklar dernek web sitesinde incelendiğinde, site beş puan alabilmiştir. Sosyal medyada takip imkânı, güncel haber forumları, diğer web sitelerine bağlantı, indirilebilir bilgiler ve e-mail yoluyla bilgi talep etme imkânları sitede bulunmaktadır. Ancak, sitede herhangi bir etkinlik takvimi bulunmamakta, sadece geçmişe yönelik neler yaptıkları yer almaktadır.

Tablo 5: TYSD Web Sitesi Ziyaretçilere/Gönüllülere Yönelik Bilgilerin Kullanışlılığı

Kategori 5: Ziyaretçilere/gönüllülere yönelik bilgilerin kullanılabilirliği	TYSD Web Sitesi
Misyon, vizyon ifadeleri	1
Derneğin hizmetlerine yönelik bilgiler	1
Güncel duyurular	1
Derneğe bağlı diğer bağlantılara (link) yönlendirme	1
Basın bülteni/basın duyuruları	0

Analiz yaparken kullanılan son kategori ise “Ziyaretçilere/gönüllülere yönelik bilgilerin kullanılabilirliği” prensibidir.

Web sitesinde yer alan bilgilerin kullanılabilirliği farklı sosyal paydaşlar hedef olarak yapılmıştır. Dernek sitesi, gönüllüleri ve derneğe yardım edecek kişileri hedeflerken derneğin hizmetlerine yönelik bilgileri, güncel duyuruları, derneğe bağlı diğer bağlantılara (link) yönlendirmeyi ve misyon, vizyon ifadelerine sitede yer vererek dört puan almıştır. Bu bilgileri sağlayarak aynı zamanda da sosyal paydaşları olan kamu kuruluşları, özel işletmeleri ve medyayı da göz önünde bulundurarak bilgi ağını kurmuşlardır. Ancak, bütün bu kitlelere yarar sağlayacak, basın bültenlerinin ve basın duyurularının varlığı sitede mevcut değildir.

8. Sonuç

Günümüzde gelişen iletişim teknolojileri ile gerek kamu, gerek özel işletmeler gerekse de sivil toplum kuruluşları hedef kitleleri ile etkileşimli iletişime geçmektedirler. Bu noktada, STK'lar gönüllülük esasına dayalı çalışma politikaları ve bağış toplama sistemleri ile sosyal hizmet verdikleri paydaşlar ile güven barındıran diyalojik iletişim kurmakla yükümlü oluyorlar. Bu araştırmada ise TYSD'nin sosyal paydaşları ile web sitesi üzerinden ne ölçüde diyalojik iletişim inşa ettiği incelenmiştir. Kent ve Taylor'ın (1998) tasarladığı diyalojik iletişime dayalı beş basamaklı model örnek alınarak Özdemir ve Yamanoglu (2010) tarafından geliştirilen soru formlarından alt başlıklar yapılmıştır.

Çalışma kapsamında, Türkiye'nin ilk sivil toplum örgütlerinden TYSD'nin web sitesi incelendiğinde beş kategori 23 alt başlık içinde 18 alt başlığın var olduğu tespit edilmiştir. Dernek, web sitesinde kendi örgütsel hedeflerini göz önüne alarak yapılandırmıştır. Arayüzün kolay kullanımı ile önemli bir diyalojik yapı sunmaktadır. Diyalog döngüsünün tasarımı ise sadece gönüllüler ve üyeler kapsamamakta ayrıca ilk ziyaret edenler için dernek amacına uygun bilgiler içermektedir. Gelişen teknoloji ile tek yönlü iletişimin azaldığı günümüzde, TYSD web sitesi üzerinden hedef kitleleriyle karşılıklı iletişim anlayışını esas almak yerine oluşturdukları politika ve gerçekleştirdikleri faaliyetlere ilişkin bilgiyi sunmayı tercih etmiştir.

Derneğin web sitesinde alt başlıklar değerlendirildiğinde, basın odası (basın bülteni/basın duyuruları) ve çalışma konuları hakkında oy verme fırsatı/Anketler mevcut değildir. Hâlbuki derneğe ait medya haberlerinin ve basın bültenlerinin varlığı ziyaretçilerin ve medyanın bilgilere tek elden ulaşmasını sağlayacaktır. Ayrıca derneğin web sitesinde çalışma konuları hakkında oy verme fırsatı/anketlerin yer almaması diyalojik iletişimin inşasında önemli bir eksiklik, çünkü iletişimin çift yönlü olması ve geribildirim elde edilebilmesi açısından önem taşıyan bu kriter derneğin web sitesinde mevcut olması, diyalojik iletişimin ilerlemesi yönünde imkan sağlayacaktır. Bununla birlikte siteyi ziyaret edenlerin örgütle etkili iletişim kurmasında faydalı olması beklenen soru cevap platformunun olmaması yeni üyeler bulma konusunda ve potansiyel üyeler içinde örgütle bağ kuramama durumu yaratacağından eksiklik olarak görülmüştür. Ayrıca site içinde bir etkinlik takviminin yer alması derneğin ilerleyen dönemlerde hangi etkinlikleri planladığından siteyi ziyaret edenler için bir bilgi sağlayamamakta olup

dernek ile bir etkileşimli iletişim kurulmasına imkân yaratmamaktadır. Bu nedenle web sitesi, derneğin çalışma alanlarından haberdar olmayan ziyaretçilere kuruluşun kim olduğu ve neyi amaçladığını ortaya koyan temel bilgileri verirken, bu ziyaretçileri derneğin eylem ve etkinliklerine çağıran duyurulara yer vermemektedir. Site içinde yer alan görsellerin fazla olması, sadece gerçekleştirmiş oldukları etkinlikleri kapsamakta olup, siteyi bir diyalojik iletişim inşasından uzaklaştırmaktadır. Yapılan araştırma ve değerlendirmeler sonucunda, derneğin web sitesini diyalojik iletişim aracı olarak daha etkin kullanılabilmesinde ve hedef kitle ile ilişkisinin yapılandırılmasında bu alt başlıklardan eksik olanları tamamlanmaları gerekliliği ortaya konmuştur.

Kaynakça

Andreasen, A.R. and Best, A. (1977), Consumers complain-does business respond? *Harward Business Review*, 55 (4), 93-101.

Bell, C.R. and Ridge, K. (1992), Service for recovery trainers, *Training&Development*, 46 (5), 58-63.

Bell, C.R. and Zemke, R.E. (1987), Service breakdown: The road to recovery, *Management Review*, 75 (10), 32-38.

Boshoff, C. (1999), Recovsat: An instrument to measure satisfaction with transaction- specific service recovery, *Journal of Service Research*, 1 (3), 236-249.

Boshoff, C. (2005), A re-assessment and refinement of RECOVSAT: An instrument to measure satisfaction with transaction-specific service recovery, *Managing Service Quality*, 15 (5), 410-425.

Brown, S.W.; Cowles, D.L.; and Tuten, T.L. (1996), Service recovery: its value and limitations as a retail strategy, *International Journal of Service Industry Management*, 7(5), 32-46.

Colgate, M. and Hedge, R. (2001), An investigation into the switching process in retail banking services, *International Journal of Bank Marketing*, 19 (5), 201-212.

Colgate, M.; Stewart, K.; and Kinsella, R. (1996), Customer defection: a study of the student market in Ireland, *International Journal of Bank Marketing*, 14 (3), 23 - 29.

Davidow, M. (2003), Organizational responses to customer complaints: what works and what doesn't?, *Journal of Service Research*, 5 (3), 225-250.

Arslan, O. (2011). *Kuramsal ve Tarihsel Aşamalarıyla Sivil Toplum ve Türkiye Gerçeği*. Bayrak Yayınları: İstanbul

Becan, C. ve Ustakara, F. (2017). Diyalog Teorisi Çerçevesinde İnternet Tabanlı İletişim Üzerine Bir Değerlendirme: Halkla İlişkiler Ajanslarının Web Stratejileri Üzerine Bir İçerik Analizi. *Selçuk İletişim*, 10(1): 64-84.

Cooper, M., Chak, A., Cornish, F. and Gillespie, A. (2013). Dialogue: Bridging Personal, Community and Social Transformation. *Journal of Humanistic Psychology*, 53(1), 70-93.

Dağtaş, E. ve Yıldırım, O. (2015). İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımı Gündelik Yaşam Pratikleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Mikro Alan Araştırması. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 149-180.

Çabuk, D. (2017). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının İtibarını Ölçmek. *Global Media Journal TR Edition*, 8(15): 233-258.

Çamlıdere, M. (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*, İletişim Yayınları: İstanbul.

Engin, E. ve Akgöz, B. (2016). Belediyelerin Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Açısından Analizi. *Atatürk İletişim Dergisi*, 10, 91-110.

Gönel, A. ve Acılar, H. (1998). *Önde Gelen STK’lar*. Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını: İstanbul

Güzeloğlu, E. ve Maden, D. (2015). Halkla İlişkilerde İlişkisel Yaklaşım: Alan Öğrencilerinin İlişki Boyutlarına Yönelik Algıları. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (34), 357-372.

Henriksen, L. S., Boje, T. P., Ibsen, B. and Koch-Nielsen, I. (2008). Welfare Architecture and Voluntarism: Or Why ‘Changing the Welfare Mix’ Means Different Things in Different Contexts. *The Third Sector in Europe: Prospects and Challenges*, Edited by: Stephen P. Osborne, Routledge Publ.: New York.

Karakuş, O. (2006). *Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye Sivil Toplum Kuruluşları, Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Kent, L. ve Taylor, M. (1998). Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web. *Public Relation Review*, 24(3), 321-334.

Okumuş, M. (2014). Dijital İletişim Etkisi. *Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, İskenderiye Kitap: İstanbul.

Özbek, N. (2002). Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Sosyal Devlet. *Toplum ve Bilim*, 92, 7-33.

Özdemir, P. ve Yamaoğlu, M. (2010). *Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme*, 1(2), 1-36.

Özer, M. (2008). Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi ve Sosyal Fonksiyonları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 86-97.

Salamon, L. M. (1999). *America's Nonprofit Sector: A Primer*. The Foundation Center: New York.

Savaş, S. ve Sürücü, A. (2016). Değer Oluşturmada İlişki Yönetimi. *Manas Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 5(4): 175-192.

Şahin, L. ve Öztürk, M. (2008). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'deki Durumu. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 54, 3-29.

Şimşek, G. (2016). Büyükşehir Belediye Başkanlarının Diyalojik İletişim Çerçevesinde Sosyal Medya Uygulamaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46): 829-839.

Talas, M. (2011). Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 1 (29), 387-401.

TÜSEV (2006). *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci - Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu*. TÜSEV Yayını: İstanbul.

"11. Kalkınma Planı Dâhilinde Kalkınma Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları Özel İhtisas Komisyonu Oluşturuldu", Erişim Tarihi: 05.05.2019 <https://www.tusev.org.tr/tr/yasal-calismalar/diger/11.-kalkinma-plani-dahilinde-kalkinma-surecinde-sivil-toplum-kuruluslari-ozel-ih-tisas-komisyonu-olusturuldu-1>

"Kalkınma Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları 11. Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2019-2013 Dönemi", s. 2. Erişim Tarihi: 05.05.2019 <http://onbirinciplan.gov.tr/wp-content/uploads/2018/01/Kalk%C4%B1nma-S%C3%BCrecinde-Sivil-Toplum-Kurulu%C5%9Flar%C4%B1-%C3%96n-Rapor.pdf>

"Cumhuriyet'in ilk STK'sı 83 yaşında" Haşim Kılıç. Yayın Tarihi: 24.02.2011 Erişim Tarihi: 13.01.2019 <http://www.hurriyet.com.tr/cumhuriyet-in-ilk-stk-si-83-yasinda-17104221>

İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, Dernek Sayıları. Erişim Tarihi: 13.07.2019 <https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-sayilari>

İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, Dernek Üye Sayılarının Türkiye Nüfusuna Oranı. Erişim Tarihi: 13.07.2019
<https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-uye-sayilarinin-turkiye-nufusuna-orani>

Türkiye Yardım Sevenler Derneği. Erişim Tarihi: 13.04.2019
<http://www.tysd.org.tr/tarihce/>

Dialogic Communication and Websites of Civil Society Organizations: Evaluation of The First Civil Society Organization of The Republic; “Turkish Philanthropic Society”

41

Civil society is defined as the society that is independent from the governmental authority, autonomous from the government, where there is an organized social structuring bearing the quality of mediator between the private space and government, where individuals can act freely and independently and where there are voluntary and consent-based relationships between the individuals. Civil society organizations (CSOs) that are the most important actors of the civil society, on the other hand, are the associations where people who came together based on the common problems, ideas, objectives and purposes of citizens create voluntarily. Civil society currently occupies an important space as a value creating institution of the society, as a communication network or as “a communication network created by the effort to find solutions for social problems” (TÜSEV, 2006, p. 35). Within this framework, CSOs constitute the basic component of this communication network or area.

In pluralist societies, public can make contribution to making decisions concerning the society, while having a say in the issues that concern them. The requirement of more involvement of the public in this process increased the importance of CSOs, and the intensity and direction of building communication with the associated public categories gained new shapes. CSOs require volunteers and supporters in order to realize the social responsibility assumed. In another way of saying, they require structured communication activities in order to promote their ideas and objectives in the national and international platforms.

While CSOs were shaped in the Western countries at first after 1980s with the spirit of solidarity and decentralized organization, their development in our country increased only in 2000s, although their history dates back to older times. Civil society organizations that currently operate in several social service fields including education, health, environment and social work in particular carry out their activities mostly under the titles of association and foundation, based on the principle of volunteerism. The preparation process of the *Eleventh Development Plan* which aims at revealing the objectives and strategies of Turkey regarding the structural transformation fields in the 2019-2023 periods is continuing under the coordination of the Ministry of Development. With the Prime Ministry Mandate related with the plan preparations that was published in 2017, for the first time the *Civil Society Organizations Specialization Commission* was created among the specialization commissions. Within this context, the meetings of the *Civil Society Specialization Committee* attended by representatives from relevant public institutions, academics and representatives of the civil society organizations were held in 2017 and 2018 (TUSEV, 2019). At these meetings, studies were conducted on the topics including “legislative changes to support the legal and financial infrastructure for strengthening the role of CSOs, amending the legislation to encourage CSOs to participate in the decision-making mechanisms in the

national and international levels, creating public policies to strengthen human resources and corporate capacity in CSO and including CSO data in the official statistics programs” in the process of development. As a result of these meetings the “Preliminary Report on the Civil Society Organizations within the process of Development” was prepared and published in the official website of the Presidency of the Republic, Republic of Turkey. The contents of the report emphasized that CSOs are institutions that sustain depending on the level of civil participation, technological developments, economic conditions and power of the state emerging in view of the historical and cultural dynamics of each country during the course of the history, and their importance was stated with the following sentence: “Emerging as a result of the social developments and changes, CSOs have affected the social developments and changes after their emergence” (11. Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2019).

It can be stated that as a result of the current developments in the information and communication technologies, the ways of communication of CSOs with the volunteers and supporters have changed and this communication gained a more interactive dimension. CSOs that are a part of the society are also affected by this digitalized process and the way of communication with their stakeholders gains a digital dimension due to the requirements of the current age. At this point, it is very important for CSOs to build an true communication with all these stakeholders. When considered from the public relations perspective, “dialogic communication” as one of the tools of true communication with the stakeholders is guiding. Kent and Taylor, who are two of the leading researchers of the “dialogue” theory which is based on Burber in most of the literature studies (Smith, 1966), describe the dialogic communication as “negotiated view and exchange of ideas” (cited by Lee, et.al., 2014: 159). Kent and Taylor argued that with respect to dialogic communication, particularly in developing the communication between the organization and public, Internet and websites have to be designed in a manner that is adequate for developing relations, and set some principles to this end (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002).

Relation management will provide long term benefits for CSOs in building an effective communication with their stakeholders and environment (Savaş and Sürücü, 2016: 176). Within this context, the relation management principles applied by CSOs will play an effective role in the organization’s attaining its objectives. For this study, several studies that make an analysis on CSOs in Turkey have been used, and the study conducted by Özdemir and Yamanoglu in 2010 considering the websites of 50 CSOs with regard to dialogic communication. As a result of the study, it was revealed that the CSOs in Turkey cannot use their websites effectively in their relations with the media and existing and potential members/volunteers of theirs. In addition to this, the study established that the websites meet the principle of ease of use of the website merely with a relatively high rate among the dialogic principles, and the criteria to ensure the dialogic loop were used at a very low rate. This study, on the other hand, will analyze to what extent the website of the Turkish Philanthropic Society (TYSD), which is the first CSO of the Republic of Turkey, uses dialogic communication. In this study, firstly the issues of CSO and dialogic communication will be attempted to be clarified, and in the light of this information, the website of TYSD will be tried to be evaluated in view of the dialogic principles set by Kent and Taylor (2004).

This research aims at analyzing to what extent the website of the Turkish Philanthropic Society (TYSD), which is the first civil society organization of the

Republic of Turkey (Hürriyet, 2011) uses dialogic communication in order to create an effective interaction with its stakeholders. In view of this purpose, the study titled "Building Dialogic Relationships through the Web" by Kent and Taylor (1998) bringing a theoretical approach to the issue has been used. For Kent and Taylor (1998), dialogic communication must be made by following five important steps in building a two-way communication. These steps were determined as "the dialogic loop", "the usefulness of information", "the generation of return visits", "the ease of the interface" and "conversation with visitors". These elements that were rendered measurable by Özdemir and Yamanoglu (2010) were used for analyzing to what extent TYSD's website utilizes dialogic communication. However, because the universe is too wide for the research, the application was restricted to April-May 2019. Based on the data obtained as a result of the analysis, new propositions have been developed based on the study by Kent and Taylor (1998), in order to fill the gaps identified. The units of analysis to realize the content analysis and the sub-categories thereof are shown in the tables given in the section "findings".