

Amasya'daki STK'ların Sosyal Medya Kullanma Düzeyleri

Emrah KOPARAN¹, Nazan KAHRAMAN¹, Ahmet SAĞLAM¹, Orkun KARACAR²

¹Amasya Üniversitesi, Merzifon Meslek Yüksekokulu, Amasya

² Amasya Üniversitesi, Merzifon Meslek Yüksekokulu öğrencisi, Amasya

emrah.koparan@amasya.edu.tr, nazan.kahraman@amasya.edu.tr, ahmet.saglam@amasya.edu.tr,
orkunkaracar@gmail.com

Özet

Son yıllarda teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler, iletişim araçlarını çeşitlendirerek farklı sosyal medya mecralarının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu durum, bilginin paylaşımı, toplum kesimleriyle iletişim ve işbirliğinin sağlanması gibi nedenlerle interneti oldukça yoğun kullanan/kullanmak zorunda kalan kurum ve kuruluşların yapı ve işleyişlerini etkilemiştir. Örgütler, yeni iletişim ağları kurmak ve interneti olabildiğince etkin ve verimli kullanabilmek için yeni yatırımlar yapmak ve organizasyonel yapıda bir takım değişikliklere gitmek zorunda kalmışlardır.

Bir örgütsel yapı olarak Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar) da bu gelişmelerden etkilenmiş ve paydaşlarının değişen beklentilerine cevap vermek, onlarla anlık ve sürdürülebilir iletişim sağlayabilmek için, kendilerini yeniden organize etmişlerdir. Büyük STK'lar bu bağlamda önemli yol katetmişler, bütün internetin tüm çeşitliliğini iletişim süreçlerinde kullanmışlar ve paydaşlarıyla kesintisiz bir iletişim süreci ortamını oluşturmuşlardır. Fakat yerel düzeydeki STK'ların bu konuda ne düzeyde olduklarıyla ilgili herhangi bir çalışma yapılmadığı dikkat çekmektedir.

Bu çalışma ile Amasya ilinde faaliyet gösteren STK'ların internet ve sosyal medya kullanımları facebook, twitter hesapları ve web siteleri üzerinden araştırılmaktadır. Çalışmanın amacı, yerel düzeyde faaliyet gösteren STK'ların paydaşlarla iletişiminde internet ve sosyal medyayı ne düzeyde kullandıklarını belirlemektir

Anahtar Sözcükler: STK, İnternet, İletişim, Web Arayüzü, Facebook, Twitter

1. Giriş

1. Kavramsal Çerçeve

Non-Governmental Organization olarak ifade edilen kavramın Türkçede tam karşılığı olmamasına rağmen, Sivil Toplum Kuruluşları, toplum yararına çalışan, demokrasinin gelişmesine katkıda bulunan, kar amacı gütmeyen, devletten ayrı hareket edebilen, çevre ve insan hakları örgütleri, tüketici dernekleri, yardım ve eğitim örgütleri gibi yapılarıdır. Bir başka ifadeyle STK'lar, sadece kendi amaç ve değerlerine hizmet etmeyen, hükümetlerden, kamu makamlarından ve siyasi partilerden bağımsız olan, ticari çıkar gözetmeyen, kar amacı gütmeyen ve merkezi otorite ile yurttaşlar arasında arabuluculuk yapan kuruluşlardır (Eroğlu 2006, s.198).

Gücünü paydaşlarından alan STK'lar için paydaşlar arasında etkili ve verimli bir iletişimi sağlamak ve yaygın toplum kesimlerini faaliyetlerinden haberdar etmek en önemli amaçlardan birisidir. Bu nedenle STK'ların, bireylerin sosyal hayatının en önemli belirleyenlerinden birisi olarak bir iletişim aracından daha fazlasını ifade eden, günlük hayatın bir parçası haline gelen ve pek çok bilgiye kolay, hızlı ve güvenilir bir şekilde erişim sağlayan internetten olabildiğince faydalanmaları oldukça önemlidir.

TÜİK 2014 verilerine göre, Türkiye'de 16-74 yaş arası bilgisayar kullanım oranı %54,8'dir. Bu oran erkeklerde %64 ve kadınlarda %45,6'dır. İnternet kullanım oranı ise genel olarak %55,9 iken, bu oran erkeklerde %63,8, kadınlarda %46,1'dir. Bu oranlar,

15+ nüfusun yarıdan fazlasının aktif olarak bilgisayar ve internet kullandığını göstermektedir. Diğer taraftan İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı verilerine göre, Türkiye'de çeşitli derneklere üye olan kişi sayısı 10032354'dir. 1934347'si kadınlarda ve 8098007'si erkeklerden oluşan bu rakamlar nüfusun %13,1'ine tekabül etmektedir. Bu veriler bir arada değerlendirildiğinde, Türkiye nüfusunun büyük bir kısmının her hangi bir derneğe üye olmadığı ve nüfusun yarıdan fazlasının da bilgisayar ve internet kullandığı görülmektedir. Bu durum STK'ların üye sayılarını artırarak toplumsal tabanını genişletmeleri için interneti bir araç olarak kullanabileceklerini göstermektedir.

Tüm kurum ve kuruluşlar gibi STK'ların da vatandaşlarla iletişim kurdukları en yaygın internet mecraları, "web arayüzü", "facebook" ve "twitter"dır. Çünkü internet, bu yeni medya uygulamaları aracılığıyla STK'lara oldukça çeşitli iletişim fırsatları sunmaktadır. Bu ara yüzler, örgütün tanıtımı, faaliyet ve etkinliklerin duyurulması, istatistikler başta olmak üzere kurumsal bilginin paylaşıldığı, istek ve önerilerin alındığı, örgüt politikasının ve gelecek hedeflerinin paylaşıldığı mecralardır.

Örgütün yüzyüze iletişimle, mektupla, yada herhangi bir kitle iletişim aracını kullanarak veya örgütün toplumsal katılıma açık miting gibi faaliyetler gerçekleştirerek üyeleri ve potansiyel üyelerine erişimi zaman ve mekandan bağımsız değildir. Ayrıca maliyeti yüksek bir girişimdir. Oysa internet ortamında olası bir iletişim çabası, yaygın, anlık ve

kapsayıcı bir iletişim olarak değerlendirilirken aynı zamanda maliyeti sadece teknoloji yatırımı ile sınırlıdır. Yine de STK'ların internet iletişimini stratejik bir araç olarak kullandıklarını söylemek zordur (Lovejoy & Saxton 2012, s. 337).

STK'ların başarısında (sosyal) medya desteğinin büyük bir önemi bulunmaktadır. İletişimin her seviyede hızlı, şeffaf, katılıma açık ve yaygın bir şekilde gerçekleştirilmesi için sosyal medya araçlarının aktif olarak kullanılması STK'lar için yaşamsal öneme sahiptir. STK'ların web sayfaları ve sosyal medya araçlarını kullanan bireyler, hem örgütle doğrudan iletişime geçerek ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmakta hem de bu mecralar aracılığıyla örgütün diğer üyeleriyle iletişim içerisinde bilgi paylaşımı yapabilmektedirler.

Sosyal medya kavramını açıklarken, kavramı “sosyal” ve “medya” olarak ikiye bölerek inceleyen Safko (2012: 3-4), “sosyal” kavramını, insanların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için birbirleriyle iletişimde bulunmak ve kendilerini iyi hissetmek için, diğer insanlarla duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaşmak olarak, “medya” kavramını ise “diğer insanlarla iletişim kurmak” olarak tanımlamıştır. Bu kavramlardan oluşan sosyal medyayı ise, sadece bu “araçların yeni bir kurulumu” olarak tanımlamıştır (Akt. Göçoğlu 2015, s. 886). Diğer taraftan Onat'a göre (2010: 105) sosyal medya terimi, internet kullanıcılarının birbirleriyle bilgi, görüş, ilgi alanlarını, yazılı görsel ya da işitsel bir şekilde paylaşarak iletişim kurmaları için olanak sağlayan araçlar ve web sitelerini içermektedir.

Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin ulaştığı en son nokta olarak internet araçları, tüm organizasyonlar gibi STK'lar tarafından da kullanılması gereken mecralardır. Çalışmanın devam eden bölümünde konunun öneminden hareketle, Amasya İlinde faaliyet gösteren STK'ların internet üzerinden kurdukları iletişim incelenecektir.

2. Araştırma Tasarımı ve Bulgular

Bu araştırmanın evrenini Amasya ilinde faaliyet gösteren tüm STK'lar oluşturmaktadır. Amasya Valiliğinin sitesinden elde edilen bilgilere göre toplam 460 STK ilde faaliyet göstermektedir. Araştırmada 460 STK'nın web siteleri, Facebook sayfa veya grupları ve Twitter hesapları olup olmadıkları öncelikle incelenmiştir. Bu 460 STK'nın sadece 38 tanesinin web sitesi olduğu, 62 tanesinin Facebook sayfa ya da gruplarının olduğu ve 7 tanesinin Twitter hesabı olduğu tespit edilmiştir. Bu tespiti takiben STK'ların bu hesaplarına ait mecralar içerik analizine tabi tutularak aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

460 STK'dan 38 tanesinin web sitesi vardır ve toplam STK'ların %8'ini oluşturmaktadır. Bu STK'lardan

16'sı meslek kuruluşu, 22'si dernek olarak faaliyet göstermektedir.

Tablo 1. Web Siteleri İçerik Analizine İlişkin Sonuçlar

İletişim bilgileri	36
Duyuru linki	26
Faaliyet linki	32
Genel bilgiler	32
İlgili linkler	22
Site değerlendirmesi anket	10
Site haritası	12
Arşiv- istatistik bilgileri	17

Tabloda görüldüğü gibi 36 sitenin iletişim bilgileri mevcuttur. STK'lardan 26 tanesi güncel şekilde duyurulara yer verirken, 32 tanesi faaliyetlerinden bahsetmektedir. Sitelerinde genel bilgilerden bahseden 32 STK bulunmaktadır. Sitesinde ilgili linkleri bulunan 22 STK varken, 10 tanesi siteye anket koyarak site değerlendirmesini ziyaretçilerin oyuna sunmaktadır. Site haritası koyarak site içerisinde gezintiyi kolaylaştıran STK sayısı 12 ile sınırlıdır. Arşiv ve istatistik verileri sunan STK'lar ise 17'dir.

7 tane STK'nın Twitter adresi bulunmakta ve bu ise toplam STK sayısının % 1,5'nin Twitter hesabı olduğunu göstermektedir. Twitter'i kullanan STK'ların meslek kuruluşu olduğu dikkat çekmektedir. Bu meslek kuruluşları üyelerine faaliyetlerinden ve güncel haberlerinden bahsetmek için kullanılmaktadırlar.

Facebook sosyal paylaşım sitesini kullanan STK sayısı 59 olup, bu rakam %13'üne tekabül etmektedir. 59 STK'dan 8 tanesinin Facebook grubuna sahip olduğu diğer kalanların ise sadece Facebook sayfasına sahip oldukları görülmektedir. Sosyal paylaşım sitelerinde oluşturulan grup ve sayfalardan 52 tanesi açık olup 7 tanesi üyelerine özel paylaşım yapmaktadır. Günlük paylaşımı tek bir STK Facebook grubu kullanmaktadır. En çok beğenisi olan sayfa her gün paylaşım yapan sporla alakalı olan bir Facebook sayfasıdır.

Bu STK'lardan sadece 5 tanesi konu kapsamında ele alınan sosyal medyaların hepsini kullanmakta ve bunların meslek kuruluşlarından olduğu görülmektedir.

3. Sonuç

Amasya İlinde faaliyet gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının internet üzerinden kurdukları iletişimi inceleyen bu araştırma sonucunda, söz konusu STK'ların tamamının bir iletişim aracı olarak interneti etkin olarak kullanmadıkları görülmüştür. Çünkü, Meslek Odaları, Vakıflar ve Derneklerden oluşan STK yelpazesinde Meslek Odalarının internet ara yüzlerinden web sayfasını en yaygın ve etkili bir şekilde kullandıkları söylenebilir.

Günümüzün en aktif sosyal medya araçları olan Facebook ve twitter kullanımı ise oldukça zayıftır. Çünkü "twitter"ı aktif olarak kullanan tek grubun, meslek odaları kapsamındaki Ticaret ve Sanayi odaları olduğu görülmüştür. Vakıf ve derneklerden birisi dışında diğerlerinin twitter kullanmadıkları ve hatta twitter hesaplarının olmadığı bir başka ulaşılan sonuçtur. Bu kapsamda bir diğer dikkat çeken sonuç, facebook sayfasını en aktif kullanan STK'nın sporla ilgili bir dernek olmasıdır.

Bu araştırma, STK'ların internet üzerinden iletişim kurmak için gerekli yatırımları yaparak ilgili mecralarına sahip olduklarını, fakat bu mecraları etkin bir şekilde kullanmadıkları sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde STK'ların üyeleri ve internet üzerinden takipçi veya destekçilerinin de aynı şekilde bu mecraları aktif ve sürekli olarak kullanmamaktadırlar.

4. İleri Çalışmalar ve Öneriler

Hem örgütlü olarak STK'ların ve hem de üyeleri/takipçileri/destekçilerinin karşılıklı olarak web sayfaları ve sosyal medyayı kullanmamalarının nedeninin ortaya konulması, Türkiye'de vatandaşlık, demokrasi ve örgüt kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bir başka ifadeyle "Örgütlerin ve paydaşların internet temelli iletişim mecralarını aktif olarak kullanmamalarının nedenini" araştıran bir çalışma, hem mevcut çalışmanın boşluğunu dolduracak hem de STK'ların bu anlamdaki politikalarına destek olacaktır.

5. Kaynaklar

- [1] Eroğlu, H. T (2006). Sivil toplum kuruluşları bilgi toplumunun neresinde? Yönetim Bilimleri Dergisi (4: 1) 2006 Journal of Administrative Sciences
- [2] Lovejoy K. and Saxton G. D. (2012). İnförmatıon, Community and Action: How Nonprofit Organization Use Social Media, Journal of Computer-mediated Communication 17(3), 337-353
- [3] Göçoğlu, V. (2014). Kamu Politikası Ve Sosyal Medya İlişkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
- [4] Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 31: 103-122.

[5] ¹ <http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/>

[6]

<http://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/dernek-uye-sayilarinin-turkiye-nufusu.aspx> (Erişim:

26.10.2015)