



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

[Araştırma Makalesi/Research Article]

Muhammed ABDULMECİD**

Geliş Tarihi: 14.11.2022

Kabul Tarihi: 22.12.2022

Öz

Gücü ve etkisi fark edilen sosyal medya platformları bireyler kadar çeşitli ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşların da dikkatini çekmiştir. Farklı alan ve düzeylerde faaliyet göstermekte olan sivil toplum örgütleri, sosyal medya platformlarını amaçları doğrultusunda kullanarak dijital ortamlarda varlığını göstermektedir. Bu çalışma, sivil toplum örgütlerinin ve sosyal medyanın kavramsal çerçevesinden yola çıkarak sivil toplum örgütlerinin kurumsal hedef çerçevesinde sosyal medyayı, özellikle Facebook'u nasıl kullandığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla 2004 yılında Almanya'da kurulan uluslararası sivil toplum örgütü olan World Uyghur Congress'in Facebook sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınmıştır. Çalışma sırasında örgütün hedef kitleleri ile karşılıklı iletişim kurmak için Facebook'u stratejik iletişim kapsamında kullandığı, Facebook sayfası ile kurumsal kimlik oluşturmaya özen gösterdiği, yaptığı paylaşımlarında insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği ve Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yaptıkları varsayım olarak belirlenmiş ve sınanmıştır. Varsayımlar doğrultusunda World Uyghur Congress'in Facebook sayfasında yer alan içerikler nitel ve nicel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucu ilk varsayımı geçersiz kılmakla beraber diğer üç varsayımı doğrulamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sivil Toplum, Uygurlar, World Uyghur Congress, Doğu Türkistan.

SOCIAL MEDIA USE OF NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS: THE EXAMPLE OF THE FACEBOOK PAGE OF WORLD UYGHUR CONGRESS

Abstract

Social media platforms, whose power and influence have been noticed, have attracted the attention of various national and international institutions and organizations as well as individuals. Non-governmental organizations operating in different fields and levels show their presence in digital environments by using social media platforms for their purposes. Based on the conceptual framework of non-governmental organizations and social media, this study aims to determine how non-governmental organizations use social media, especially Facebook, within the framework of their organizational goals. For this purpose, the Facebook page of the World Uyghur Congress, an international non-governmental organization established in Germany in 2004, was taken as a case study. During the study, the assumptions that the organization uses Facebook within the scope of strategic communication in order to communicate with its target audiences, pays attention to creating a corporate identity with the Facebook page, gives priority to human rights content in its posts, and shares

* Bu çalışma, "Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı: World Uyghur Congress Facebook Sayfası Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları Bölümü, e-posta: m.abdulmecid786@gmail.com
Orcid: 0000-0003-3300-1387

informative posts on the Facebook page were determined and tested. *In line with the assumptions, the contents on the Facebook page of the World Uyghur Congress were analyzed by qualitative and quantitative content analysis methods. The result of the study invalidated the first assumption and confirmed the other three assumptions.*

Keywords: Social Media, Civil Society, World Uyghur Congress, Uyghurs, East Turkestan.

Giriş

Gün geçtikçe yoğun olarak kullanılmaya başlayan sosyal medya, günümüzde hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya, kendisine verilen iletişim ortamı ve iletişim araçları tanımından geçmiş; siyasetten eğitime, ticaretten eğlenceye kadar çeşitli sektörlerde önemli konuma gelmiştir. Sosyal medyayı araç olarak kullanıp kendi amaçlarına ulaşmak isteyen kurum, örgüt ve şahıslar sosyal medyanın açıklık, katılım, diyalog, bağlanabilirlik özelliklerinden faydalanarak hedefleri doğrultusunda kullanmaktadır. Sivil toplum örgütleri (STÖ) olarak adlandırdığımız örgütler de sosyal medyayı kendi amaçları doğrultusunda kullanmayı tercih eden aktörlerden biridir.

Geleneksel medyada yer almanın zor ve pahalı olmasına karşılık sosyal medya, kendi sesini duyurmaya çalışan sivil toplum örgütleri ve benzer kurum ve kuruluşlara olağanüstü imkânlar tanımaktadır. Sivil toplum örgütleri, sosyal medya aracılığıyla hedef kitlelerine hitap edebilmekte, hedef kitlelerden destek isteyebilmekte, protesto, gösteriş ve kültürel etkinlik gibi faaliyetlerde takipçilerini bir araya toplayabilmektedir. Sosyal medyanın yukarıda bahsedilen özellikleri ve gücünü fark eden STÖ'ler sosyal medyayı stratejik iletişim kapsamında kullanmakta, gerçek dünyadaki faaliyetlerini ve çalışmalarını sanal ortama taşımakta, böylelikle hedef kitleleri bilgilendirme, takipçilerinden maddi ve manevi destek isteyebilme amacına ulaşmaya çalışmaktadır.

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

1. Sivil Toplum ve Sivil Toplum Örgütleri

1.1. Sivil Toplum Kavramı

Sivil toplum kavramı tarihte ilk olarak *Aristoteles* tarafından kullanılmıştır. Kavram, Latinceye *societas civilis* olarak aktarılmıştır. *Aristoteles* bu kavramla devlet ya da siyasal toplumdaki ayrı ve ona karşıt olarak özgür ve eşit yurttaşların oluşturduğu bir sivil toplumu tanımlamıştır. Dönem itibarıyla sivil olanla siyasal olan arasında ayrımın net olmamasından dolayı kavram, günümüzdeki manasına Batı'da 12. yüzyıl ile 19. yüzyıl arasında yaşanan değişim ve gelişimlerin sonucunda erişebilmiştir. Bunun en önemli nedeni ise Batı toplumlarının şehir hayatı, ticaret ve zanaat ile edinilen şehir özgürlükleridir. Toplumsal sınıfların ortaya çıkması sivil toplum düşüncesinin de hızla yayılmasına neden olmuştur (Onbaşı, 2005: 13). Sivil toplum kavramının ilk versiyonunu tanımlayan *Aristoteles*, sivil toplumu "yasalarla belirlenmiş kurallar sistemi içindeki özgür ve eşit kabul edilen yurttaşların bir siyasal toplumu" (Tosun, 2001: 30) olarak tanımlamaktadır.

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

Kavramlar belirli bir süreci içeren varlıklardır. Dolayısıyla kavramların anlamında günümüze gelinceye kadar birtakım farklılıkları görülmüş ve değişim geçirmeye devam etmektedir. Sivil toplum kavramı da ortaya çıktığı andan günümüze kadar farklı anlam ve tanımlarla yansımaktadır. Sivil toplum kavramının günümüzdeki içeriği kazanmasının arka planında toplum, devlet, demokrasinin katkısı olmakla birlikte medyanın da payı vardır.

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

Hegel, 18. yüzyıl Avrupa'sında, özellikle 1789 Fransız İhtilali ile meydana gelen gelişmelerin sonucu olarak kurulan modern ulusal devletlerin bir yönünü oluşturan aktörün sivil toplum olduğunu öne sürmüştür (Bayhan, 2002: 6). *Keane* ise sivil toplum hakkında tam ve net bir görüş birliği olmadığını, sivil toplumun şiddet ve baskıya karşı kendi kendine örgütlenen, kendi kendini değerlendiren ve yansıtan hem onların eylemlerini kapsayan, sınır belirleyen ve olanaklı kılan devlet birimleri ile sürekli bir gerilim içerisinde olma eyleminde olan yasal koruma altındaki devlet dışı kurumların karmaşık ve dinamik bir topluluğunu hem tanımlayan hem de tasavvur eden bir ideal-tip kategorisi olduğunu savunur. Bu tanımda iki nokta özellikle dikkat çekmektedir. Biri, sivil toplumun hem var olanı tasvir eden, açıklayan hem de geleceğe yönelik tasavvurlar için yol göstericilik yapma kapasitesine sahip bir araç olarak düşünülmesidir. İkincisi ise sivil toplumu sadece devlet dışında yer alan ve yasal koruma altında bulunan alanla eşanlamlı görmemesi, aynı zamanda sivil toplumun eylemleri sebebiyle hem devlet birimleri ile hem de kendi içinde karmaşık ve yeri geldiğinde gerilimli ilişkilerde olacağıdır (Onbaşı, 2005: 45).

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

Osman (2001: 9), sivil toplum kavramını "birey özgürlüklerinin ve temel haklarının bulunduğu gönüllülük temelinde örgütlenmenin asıl olduğu, toplumun devletin önüne geçerek devlet politikalarını denetleyip yönlendirebildiği yurttaşlık bilincine dayanan bir girişimcilik düzeyi" şeklinde ifade etmektedir.

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

1.1.1. Sivil Toplumun Modern İçeriği

Kavramın çağdaş anlamında, doğasında, temelinde demokrasi yatmaktadır. Ancak demokrasinin yaşam olanağı bulabilmesi için de birtakım koşulların varlığı zorunlu hâle gelmektedir. Bunun için öncelikle bireyler kendilerini toplumsal, siyasal yaşamın temel bir ögesi olarak görmeli, bunları yeşertecek ve kurumsallaştıracak bir ortama sahip olabilmelidir.

Modern sivil toplum kuruluşları olan STK'lar, özellikle gelişmiş Batı ülkelerinde sosyal politikanın sağlanmasında yeni bir yöntem olarak tekrar ilgi görmeye başlamıştır. Merkezî yönetim, yerel yönetimler ve STK'lar arasında hizmet paylaşımı ortaya çıkmış, devletin, STK'lar ile ileri düzeyde iş birliği yaptığı gözlenmiştir. Devlet, bazı hizmetleri üretmek yerine bu kurumlardan almayı tercih etmiştir. Özellikle 1970'lerden sonra canlanmaya başlayan bu süreç, çoğu ülkede karma refah hizmetlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Uslu, 1999: 10). Keyman (2006: 5); "Biz bugün sivil toplumla demokrasiyi beraber düşünüyoruz. Modern toplumun başlangıcındaki ilk sivil toplum tartışmalarında sivil toplum demokrasiyle beraber düşünülüyor" diyerek sivil toplumun modern içeriğinde demokrasinin önemli olduğuna vurgu yapmaktadır.

1.1.2. Sivil Toplum Aktörleri

Sivil toplum; ortak paylaşımlar, amaçlar ve değerler etrafında herhangi bir baskı ve yaptırım olmadan kolektif aktivite içinde olmaya karşılık gelir. Teoride sivil toplumun kurumsal yapıları devlet, aile ve piyasa gibi kurumlardan farklıdır ancak pratikte devlet, sivil toplum, aile ve piyasa arasındaki sınırlar genellikle karmaşık, puslu ve tartışmaya açıktır. Sivil toplum ortak kanı olarak derecesi otonom yapılara ve güce göre değişen alanların, aktörlerin ve kurumsal yapıların çeşitliliğini kabul etmektedir. Sivil toplumlar genellikle kayıtlı hayır işleri, kamu dışı örgütlerin gelişimi, topluluklar, kadın örgütleri, inanç temelli örgütler, profesyonel oluşumlar, ticari birlikler, kendini geliştirme grupları, sosyal hareketler, iş birlikleri/odalar, ortaklıklar ve taraftar grupları gibi organizasyonlar etrafında toplanırlar (Erdem, 2008: 9).

Sivil toplum aktörleri, sivil toplumun faaliyetlerine katılan, yürüten, rehberlik eden kimseleri kapsamaktadır. Birleşmiş Milletler, sivil toplum aktörlerini BM amaçları (barışın ve güvenliğin sağlanması, kalkınmanın gerçekleştirilmesi ve insan haklarına saygı gösterilmesi ve korunması) ile uyumlu ortak çıkarlar, hedefler ve değerler ile kamusal katılım ve eylem biçimleri etrafında gönüllü olarak bir araya gelen bireyler ve gruplar olarak tanımlamaktadır (URL-8). Yazının devamında sivil toplum aktörleri olarak şunlar verilmiştir:

- Online aktivistler de dâhil olmak üzere tüm insan hakları savunucuları
- İnsan hakları kurumları (Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), dernekler, mağdur-destek grupları)
- Koalisyon ve networklar (kadın, çocuk hakları, çevresel sorunlar ya da toprak hakkı, LGBT vs.)
- Engelli bireyler ve bu bireyleri temsil eden kurumlar
- Toplum temelli gruplar (yerli halklar, azınlıklar ve kırsal topluluklar)
- İnanç temelli gruplar (kiliseler, dinî gruplar)
- Birlikler (sendikalar ve barolar, gazeteci dernekleri, hâkim ve savcı cemiyetleri gibi meslek kuruluşları, öğrenci birlikleri)
- Toplumsal hareketler (barış hareketleri, öğrenci hareketleri, demokrasi yanlısı hareketler)

- İnsan haklarından yararlanılmasına doğrudan katkıda bulunan meslekler (insani yardım çalışanları, avukatlar, doktorlar ve sağlık çalışanları)
- İnsan hakları ihlal edilen mağdurların akrabaları ve dernekleri ile insan haklarının geliştirilmesi için çalışan kamu kurumları (okullar, üniversiteler ve araştırma merkezleri) (URL-8).

1.2. Sivil Toplum Örgütleri

İngilizcede “Non Governmental Organisation-NGO” olarak ifade edilen sivil toplum kuruluşları, Türkçede “hükümet dışı kuruluşlar”, “üçüncü sektör kuruluşları” gibi değişik ifadelerle tanımlanmaktadır (Gönel, 1998: 1). Sivil toplum örgütleri BM ana sözleşmesinde de NGO (Non Government Organization) yani “hükümet dışı kuruluşlar” olarak adlandırılmaktadır. “Hükümet dışı kuruluşlar” çoğu zaman “hükümet karşıtı” olarak algılandığı için Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) “volunteer organization” (pvo) yani “özel gönüllü kuruluşlar” diye kullanılmaktadır. Bundan başka “kar amaçsız kuruluşlar”, “üçüncü sektör” olarak da kullanılmaktadır (Dinçe, 1996: 49’den akt. Bayhan, 2002: 7).

Sivil toplum kuruluşları ya da sivil toplum örgütleri, resmî kurumların dışında kalan ve bunlardan bağımsız olarak çalışan, politik, sosyal, kültürel, hukuki ve çevresel amaçları doğrultusunda lobi çalışmaları, ikna ve eylemlerle çalışan, kâr amacı gütmeyen ve gelirlerini bağışlar veya üyelik ödemeleri ile sağlayan kuruluşlardır. Sivil toplum örgütleri; oda, sendika, vakıf ve dernek adı altında faaliyet gösterir (URL-9). Bu kuruluşlar devletlerin resmî olarak ulaşamadıkları sosyal ve siyasal sorunlara getirdikleri çözüm önerileri ya da devletin üzerinden kısmi olarak da olsa aldıkları bu yükler itibarıyla dolaylı olarak devletlerin sosyal denge ve refah düzeyinin artırılmasına da katkı sağlayan sivil kurumlardır (Taş, 2015: 201). Genel kabul görmüş yaklaşımlara göre dernekler, vakıflar, kulüpler, tüzel kişiliği olmayan düzenli topluluklar, iktidar alternatifi olmayan siyasal partiler, platform, alternatif, girişim, ağ türündeki yapılar STÖ sayılabilmektedir (Banger, 2011: 6).

1.2.1. Sivil Toplum Örgütlerinin Özellikleri

Sivil toplum ve sivil toplum örgütlerinin tanımlarına bakıldığında sivil toplum örgütlerinin farklı amaçlarla kurulacağına kanaat getirilmiştir. Sivil toplum örgütleri çok çeşitli amaçlarla kurulsun da yurtseverlik, doğaseverlik, insan severlik, kâr amacı gütmeme, gönüllülük, devlet kurumlarından bağımsız olma, insan haklarını savunma vb. birtakım ortak özelliğe sahiptir.

Sivil toplum kuruluşları ya da sivil toplum örgütlerinin özelliklerini Tekeli (2004:108-110) şu şekilde ortaya koymaktadır:

- STK’lar gönüllük ve özel alandan fedakârlık yapılmasına dayandırılmalıdır.
- STK’ların nihai amaçlarının topluma bir şey sunmak, toplumsal iyiye katkıda bulunmak olmalıdır.
- STK’lar açık ve belli bir konuda uzmanlaşmış olmalıdır.
- STK’lar içerisinde hiyerarşik ilişkiler kurmamakta, buna ihtiyaç duyulmayıp kurulacak ilişkilerin yatay ilişkiler ya da eşitler arası ortaklık ilişkileri olması sağlanmalıdır.

Seyyar ve Adalı (2004: 113-119) ise toplum örgütlerinin özelliğini aşağıdaki gibi 4 maddede özetlemektedir:

- *Gönüllülük*: Örgütün kurulmasını öneren ya da engelleyen hiçbir yasal düzenlemenin olmaması gerekli olduğu gibi katılımın da gönüllü olarak gerçekleşmesi gerekmektedir.
- *Bağımsızlık (Özerklik)*: STK'lar toplumun kuralları dâhilinde kendilerini oluşturan yasalarla veya üyelerin denetimi için yetki verdiği kurullarca denetlenirler. Bu, STK'ların merkezî ve mahallî idarelerden bağımsız oldukları anlamına geldiği gibi kamu yararı konusunda siyasi partilerden farklı görüşlere sahip oldukları anlamına da gelmektedir.
- *Kâr amacı gütmemek*: STK'lar, kişisel kâr veya kazanç için faaliyet göstermezler. Ancak bu kuruluşlarda sürekli olarak çalışanlar ücret alabilirler. Ayrıca gelir getirici faaliyetlerde bulunabilirler fakat elde edilen gelirleri üyelere dağıtmazlar. Örgütün gelişimi için harcarlar.
- *Vizyon ve bir ideale sahip olmak*: STK'lar, amaçları ve buna bağlı değerler doğrultusunda gayretli faaliyetlerde bulunurlar.

2. Sosyal Medya Kavramı ve Özellikleri

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde giderek gelişen ve yaygınlaşan internet teknolojisi ve sosyal etkileşim, sosyal medya olgusunu oluşturmaktadır. Web 2,0 sosyal ağ ya da sosyal iletişim siteleri olarak da ifade edilen bu alan, yeni kuşak internet uygulamalarını içermektedir. Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrim içi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir (Veysel ve Eren, 2014: 198). Gelişen yüksek teknolojiler ile sosyal medya olarak tanımlanan internet tabanlı uygulamalarla yeni bir eğilim ortaya çıkmaktadır. Bu internet uygulamaları özellikle sosyal medya uygulamaları kullanıcılar arasında (içerik üretici ve tüketici) her geçen gün daha çok artan bir etkileşim ortamı sağlamaktadır. Bu içerikler bireyler ya da kurumlar tarafından üretilen ses, metin, video, fotoğraf ve medyaya ilişkin karışık oluşumları içermekte ve çeşitlilik göstermektedir.

Genel olarak sosyal medya "sosyal ağlar veya sosyal birlikler" den oluşan, karşılıklı bilgi, fikir, tecrübe ve etiklerin paylaşılabilirdiği internet topluluklarından oluşmaktadır. Kullanıcının hem tüketici olarak hem yayıncı olarak yer alabildiği bir internet sahasıdır (Şapçı, 2015: 14). Kullanmaya alıştığımız Facebook, Twitter, İnstgram, LinkedIn, Youtube, Wechat vb. sosyal medyanın öğeleri sayılmaktadır.

2.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

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

Farklı araştırmacılar sosyal medyanın farklı özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Bunlardan birkaç tanesini Mayfield (URL-11) şu şekilde sıralamaktadır:

Katılım: Sosyal medya ilgili olan herkesten geri bildirim almayı ve herkesin katkıda bulunmasını olanaklı kılmaktadır. Medya ve izleyici arasındaki sınırı bulanık hâle getirmektedir.

Açıklık: Çoğu sosyal medya hizmetleri katılım ve geri dönüşüme açıktır. Bilgi paylaşımına, oylamaya, yorum yapmaya destek sağlamaktadır. İçerikten faydalanmak ve giriş için nadiren (çok az) engel vardır. Şifre konulan içerikler hoş karşılanmamaktadır.

Karşılıklı konuşma- diyalog: Geleneksel medya herkese yayın (dağıtıcı merkezli) ile ilgilidir. Sosyal medyada ise “çift yönlü iletişim” daha önemlidir.

Topluluk: Sosyal medya daha hızlı ve etkili iletişimi biçimlendirmede topluluklara olanak tanımaktadır. Topluluklar sevilen bir resim, politik bir konu ya da favori bir TV Show gibi ortak beğenilenleri paylaşabilirler.

Bağlanabilirlik: Çoğu sosyal medya mecraları bağlanabilirlik özelliği ile genişlemekte ve başka sitelere, kaynaklara ve insanlara bağlantıları paylaşabilmektedir (link vermektedir).

2.3. Sosyal Medya ve Sivil Toplum Örgütleri

Sosyal medya, ticari kurumlar açısından önemli olduğu kadar varlığı bağışlara dayanan STK'lar için de daha fazla kişiye ulaşma, bağış toplayabilme, gönüllü katılımı sağlama gibi konularda fırsatlar sunan önemli bir ortamdır. Özellikle geleneksel medya ile ulaşmakta zorluk çektiği hedef kitlelere etkileşimin yoğun olduğu, hızlı ve daha düşük maliyetlere dayanan bu ortamlar aracılığıyla sesini duyurabilmesi mümkündür. Bu ortamlar STK'ların geniş kitlelere kendisini anlatabilmesine, faaliyetleri hakkında bilgilendirmesine, düşüncelerinin daha fazla kişi tarafından paylaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Şahin ve Öztürk, 2008).

Sivil toplum örgütleri için sosyal medya iletişim stratejilerini uygulama imkânı ve geniş iletişim ortamı sunmakla birlikte hedef kitleyle etkileşime geçmek için yeni yollar sağlamaktadır. Bu bağlamda Mayfield'in (URL-11) bahsettiği sosyal medyanın temel özellikleri olan katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve bağlanabilirlik sivil toplum örgütlerinin etkileşim amaçlı stratejik iletişim süreçlerinde önemli rol üstlenmektedir. Stratejik iletişim “bir örgüt tarafından amacının gerçekleştirilmesi için enformasyonel, ikna edici, söylemsel ve ilişkisel iletişimin bir amaca uygun olarak kullanılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Hallahan vd., 2007: 17). Sosyal medya, sivil toplum örgütlerinin etkileşim amaçlı stratejik iletişim süreçleri için de önemli bir rol üstlenmektedir.

Gücü fark edilen internet ve sosyal ağlar çok daha büyük kitlelere ulaşan bir iletişim aracı olarak hem baskın kültürün yayılımını sağlamakta hem demokratikleşmeye hizmet etmekte hem de sivil toplum örgütlerinin bu aracı kullanarak dünya çapında kendilerini duyurmalarına imkân vermektedir. Sosyal medya, haberi açık olarak ve çok daha büyük kitlelere duyurabilmektedir. Yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte sivil toplum kuruluşları da internet üzerinden siyasi yönetimlere karşı stratejiler belirledikleri için zaman zaman ulusal ya da uluslararası medya şirketlerinin sansürüne uğrayan aktivitelerini tüm dünyaya duyurmakta, yine internet üzerinden üyelik hizmeti sunarak üye sayılarını ve bilinirliklerini arttırabilmektedirler (URL-12). Sosyal medya; bireyleri, grupları ya da kamuoyunu belli bir algı, tutum ve davranış konusunda kolayca ikna edebilmek için benzersiz avantajlar sunmaktadır. Vatandaşlar akıllı cep telefonlarını kullanarak sosyal ağlar vasıtası ile bilginin dolaşımını sağlamaktadır. Demokratikleşmede hayati önem taşıyan sivil toplumun örgütlenmesi ve sesini duyurması açısından yeni medya teknolojileri ve sosyal ağlar sivil toplumun gözeneklerine girerek farklı yurttaş toplulukları arasında anlam ağları inşa etmektedir. Modern yaşamın atomlaştırıcı etkisine karşı toplumun daha güçsüz kesimleri arasında sarsılanların dayanışmasını sağlamakta, merkezçiliğe son verilmiş iletişim ağları sayesinde birçok yurttaş çeşitli örgütler aracılığıyla sivil toplum içinde yer alabilmektedir (Keane, 2010: 133-141).

Genel olarak sivil toplum örgütleri sosyal medyanın temel özelliklerinden faydalanarak hedef kitleleri ile etkileşim kurabilmektedir. STÖ'ler ile hedef kitle arasında kurulan bağ

örgütün faaliyetlerini daha geniş ve etkin yürütmesine olanak sunmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının kullanım kolaylığı, erişim hızı, dağılım genişliği STÖ'lerin siyasal, kültürel ve dinî faaliyetlerinin düşük maliyetle yayılmasına olanak tanımaktadır. Diğer yandan STÖ'ler sosyal medyanın açıklık ilkesi sayesinde bağlantı kurdukları kitlelerden maddi ve manevi gönüllü destek isteyebilmektedir. STÖ'ler örgütün kuruluş amacı ve misyonları bazında sosyal medya aracılığıyla kendi tanıtımını ve propagandalarını yapabilmektedir. Son olarak seslerini duyuramayan ana akım medyalar, görmezden gelinen olay ve eylemleri STÖ'ler kendi hesaplarıyla duyurmaktadır.

2.4. Sosyal Medya ve Kurumsal İletişim

İletişim bir mesajın bir alıcıya gönderilmesi ve alıcı tarafından algılanması sürecidir. Kurumsal iletişim ise medya ilişkileri, halkla ilişkiler, itibar yönetimi, iç ve dış iletişim gibi farklı uzmanlık alanlarındaki disiplinlerde yapılan çalışmaları denetlemekten ve koordine etmekten sorumlu olan bir yönetim işlevi olarak tanımlanmaktadır (URL-1). Kurumlar, internet ve sosyal medyanın iletişim faaliyetlerinde oynadığı önemli rolü fark etmişlerdir. Alternatif bir iletişim ve pazarlama ortamı sunan bu araçların çok daha düşük maliyetli ve yüksek etkiye sahip olmasının sağladığı avantajlardan faydalanarak hedef kitlelerle etkileşim için geleneksel kanallardan daha çok bu mecralara yönelmektedirler (Castronovo ve Lei, 2012: 117). Ayrıca kurumsal kimlik oluşturma hususunda da sosyal medyanın rolü belirgin olmaktadır.

Kurumsal kimlik, bir kuruma veya örgüte ait olan madde kaynaklarının şekil, ebat, tasarım gibi fiziki özellikleri ile insan kaynaklarının düşünce, motivasyon, ortak hedef iletişim gibi sosyal yönlerinden oluşan bir bütündür. Kurumun sahip olduğu binaların renginden dış cephe kaplamasına, logosundaki renklerden ismine, iç paydaşların motivasyonundan dış paydaşların kurumla ilgili tavır ve davranışların tamamı kurumsal kimlik kavramını oluşturur (URL-10). Sosyal medya platformları, kurumların kimliklerini yansıtan isim, renk, ayırmaç, slogan, sembol, imza ve markaların fotoğraflarını kurumun sosyal medya hesapları üzerinde hedef kitleye aktarmaktadır. Bu durum, kurum ile birey arasındaki iletişimi daha kolay hâle getirmektedir.

3. Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımı: World Uyghur Congress Facebook Sayfası Örneği

Bu çalışmada, sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını belirlemek amacıyla *World uyghur Congress* Facebook sayfası analiz edilecektir. Uluslararası STÖ olan *World Uyghur Congress* (WUC), kuruluş amacını aşağıdaki gibi belirtmektedir:

Demokratik ilkeler temelinde barışçıl yöntemlerle Doğu Türkistan halkının demokratik hakları, kişilik ve insan hakları, kendi kaderini tayin etme hakkı (self-determination)ni elde etmek için mücadele etmektir (URL-2).

World Uyghur Congress (Dünya Uygur Kurultayı), Doğu Türkistan halkının uluslararasıdaki tam yetkili tek yönetim organıdır. WUC, "Doğu Türkistan (Uyguristan) Millî Kurultayı" ile "Dünya Uygur Gençleri Kurultayı'nın 16-19 Nisan 2004 tarihlerinde Almanya'nın Münih şehrinde birlikte düzenlediği toplantıda, her iki kurultay temsilcilerinin ortak iradesi ve diasporadaki tüm Doğu Türkistan teşkilatlarının katılımı ve oy birliğiyle onaylaması sonucunda oluşturulmuştur. Şu ana kadar demokratik ilkeler temelinde barışçıl yollarla Uygur halkının özgürlüğü, demokratik hakları, insan hakları ve Doğu Türkistan'ın bağımsız siyasi geleceği için mücadele etmektedir. Bu bağlamda WUC, Çin hükümetinin Uygurlar başta olmak üzere Kazak, Kırgız, Özbek gibi Türki milletlere uygulamakta olduğu baskıcı politikalarını, insan hakları ihlallerini, din, dil, ifade özgürlüklerini kısıtlanmalarını, seyahat özgürlüğünün engellenmelerini, keyfi tutuklamalar ve asılsız iddialarla yargısız

uzun süre hapisanelere mahkûm etmelerini uluslararası siyasi arenaya taşıyarak BM, AB, ABD, Japonya, Kanada hatta Türkiye’de kurulan ulusal ve uluslararası STÖ’ler ile siyasi faaliyetlerde bulunmakta, lobicilik çalışmalarını yürütmekte, basın aracılığıyla Doğu Türkistan halkının sesini duyurmaya çalışmaktadır. Şu anda 20 ülkede, 35 teşkilat WUC’e bağlı olarak beraber çalışmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımını belirlemektir. Bu kapsamda sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımının belirlenmesi amacı ile 2004 senesinde Almanya’da kurulan uluslararası bir STÖ olan WUC Facebook sayfası örnek olay incelemesi olarak ele alınacaktır. WUC, kâr amacı gütmeyen bir siyasi kuruluştur.

3.2. Araştırmanın Önemi

Yapılan literatür taramasında Türkiye’deki sivil toplum örgütleri ve sosyal medya kullanımı hakkında yapılan birçok çalışma bulunmasına rağmen yabancı ülkelerde kurulan sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımı ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Türkiye’de yapılan bir ilk niteliği taşıması bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır. *World Uyghur Congress* misyonunda örgütü, “demokratik ilkeler temelinde barışçıl yöntemlerle Doğu Türkistan halkının demokratik hakları, kişilik ve insan hakları için mücadele eder” şeklinde tanıtmaktadır. İnsan haklarına yönelik bir sivil toplum örgütünün Facebook sayfasının incelenmesi de bir başka öneme sahip olmaktadır. WUC, diasporik bir STÖ’dür. Diasporik bir STÖ’nün sosyal medyayı nasıl kullandıklarını incelemiş olması ise bu çalışmanın son önemini oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Soruları

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

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

- WUC’un Facebook sayfasında hangi içeriksel ve biçimsel bilgilere yer verilmiştir?
- WUC’un Facebook sayfasında yer alan konuların dağılımı nasıldır?
- WUC’un Facebook sayfasında yapılan gönderilerin gündemle ilişkisi nasıldır?
- WUC’un Facebook sayfasında değindiği konular ile resmî internet sitesinde yer alan konu başlıkları uyumlu mudur?

3.4. Araştırmanın Kapsamı

World Uyghur Congress’e ait Uygurca ve İngilizce Facebook sayfası bulunmakta olup bu çalışma İngilizce sayfası üzerinde yürütülecektir. *World Uyghur Congress*’in Facebook sayfası 2011’de açılmış olup 25 Mayıs 2019’a kadar olan tüm içerikler araştırma kapsamında yer alacaktır.

3.5. Yöntem

Çalışmada yöntem olarak nitel ve nicel içerik analizine başvurulacaktır. Erdoğan’a göre (2012:17-118) içerik analizi, bir metnin (basılı medya, bilgisayar aracılı içerikler, radyo veya televizyon programları, reklam metinleri, konuşmalar gibi pek çok iletişim kaynağı ile iletişim sürecinin hedeflediği kitle) belirlenen kodlar aracılığı ile incelenmesine olanak

tanımlanmaktadır. Araştırmada ele alınacak analiz birimi WUC'un Facebook sayfası, kodlama birimi ise WUC'un sayfasında yer alan içeriklerdir (fotoğraf, video, link, ileti, beğeni, yorum, paylaşım). WUC tarafından gerçekleştirilen paylaşımların içinde birden çok içerik türü yer alabileceği düşünülerek her paylaşım bir "gönderi" olarak kabul edilmekle birlikte gönderilerin içinde yer alabilecek olan fotoğraf, video, link, ileti ise "içerik türü" olarak adlandırılacaktır. Kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen beğeni, paylaşım, yorum etkinlikleri ise "etkileşim türleri" olarak tanımlanacaktır. Kodlama tablosunun birinci kısmı örgütün kimlik öğelerini ve örgütsel imajını içerisinde bulunduran biçimsel tasarım unsurlarından oluşmaktadır. Bu bağlamda örgütün kimlik öğeleri, sayfa yapısına yönelik içeriksel bilgiler başlığı altında tanımla ilgili bilgiler ve iletişim bilgileri olarak kategorize edilerek incelenecektir. Örgütün imajına yönelik veriler ise sayfa yapısına yönelik temel biçimsel bilgiler ve sayfanın ana görünümünü esas alacaktır. Aynı kısımda STÖ hakkında detaylı bilgi edinilmesi konusunda önemli bir unsur olan kurum hakkında genel bilgiler, tarihçe, vizyon, misyon, değerler, hedefler, çalışma alanları yer alacaktır. Kodlama tablosunun ikinci kısmında STÖ'lerin sosyal medya üzerinden paylaştıkları iletilerin konu, içerik ve etkileşim gibi değişkenler ekseninde incelenmesini sağlayan iletilerin incelendiği kısım yer alacaktır

3.6. Bulgular

WUC, 2004 senesinde kurulmasına rağmen WUC'un Facebook sayfası ancak 27 Nisan 2011'de oluşturulmuştur. Bu nedenle incelenecek gönderilerin tarihi 27 Nisan 2011'den 25 Nisan 2019'a kadar olmak üzere belirlenmiştir. Ancak veri toplama sırasında 2 Ocak 2019'den başlayan gönderilere ulaşılmıştır. Yapılan inceleme sırasında 27 Nisan 2011'den başlayan gönderilerin fotoğraflar bölümünde yer aldığı ve o gönderilerin çoğunluğunun resim içerikli olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun detaylıları içerik türünün dağılımını ele alırken ortaya konulacaktır.

3.6.1. WUC'un Facebook Sayfasında Yer Alan İçeriksel ve Biçimsel Bilgiler

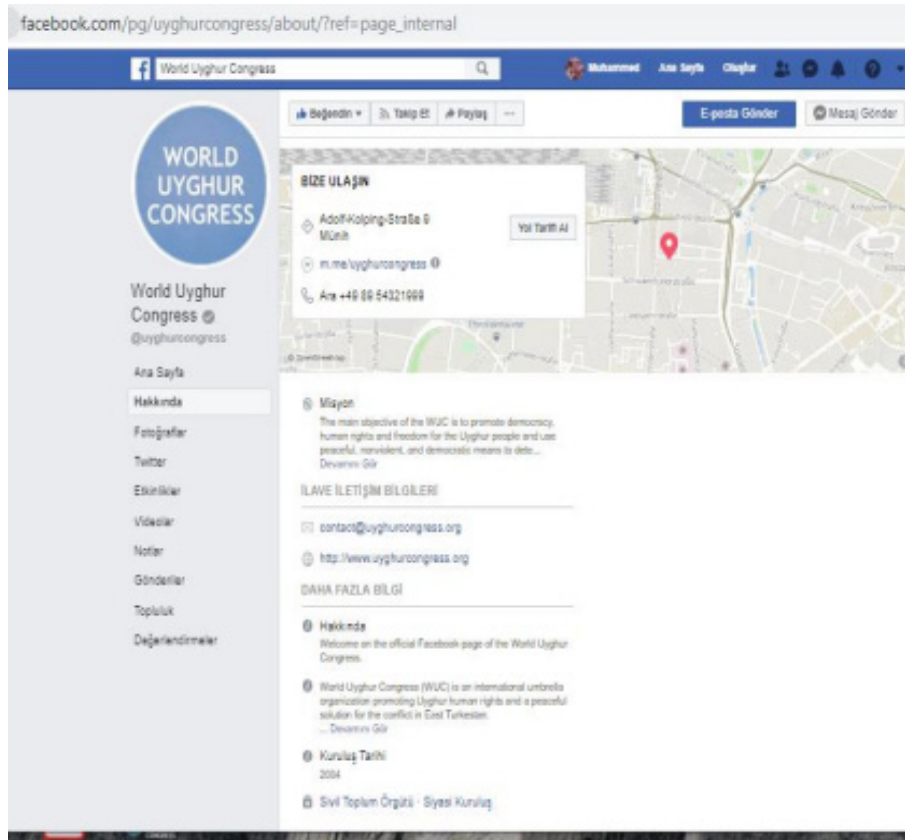
Araştırma kapsamında WUC'un Facebook sayfasında hangi içeriksel bilgilere yer verildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. WUC'un resmî web sitesinde de belirtildiği gibi Facebook sayfasında da WUC'un misyonunun insan hakları ve demokrasi savunuculuğu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla WUC'un sosyal medya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

Tablo 1: WUC'un Facebook Sayfasının İçeriksel Bilgileri

Örgütün Kimlik Öğeleri	
Tanımla İlgili Bilgiler	İletişim Bilgileri
WUC'un resmî Facebook sayfası olduğu belirtilmiştir.	WUC'un adresi verilmiştir.
WUC'un misyonuna yer verilmiştir.	WUC'un telefon numarası verilmiştir.
WUC'un değerlerine yer verilmiştir.	Mesaj panosuna yer verilmiştir.

WUC'un hedeflerine yer verilmiştir.	Kurumsal e-mail adresine yer verilmiştir.
WUC'un çalışma alanlarına yer verilmiştir.	WUC'un resmî web sitesinin linki verilmiştir.
WUC'un tarihçesine yer verilmiştir.	

Tablo-1'de görüldüğü üzere WUC'un Facebook sayfasında yer alan içeriksel öğeler kurumsal kimlik ekseninde incelendiğinde sayfanın WUC'un resmî Facebook sayfası olduğu "hakkında" başlığı altında belirtilmiştir. Bu durum ilgili paydaş grupları ile sürekli ve etkileşimli iletişim kurabilme açısından çok önemlidir. Diğer yandan WUC'u takip etmek isteyen ya da bilgi almak amacıyla sayfayı ziyaret edecek kimselere kolaylıkla ulaşabilme imkanı sunacaktır. Diğer bilgiler, tanımla ilgili bilgiler ve iletişim bilgileri olarak ele alınırken tanımla ilgili öğelerden örgütün tanımı, misyonu, değerleri, hedefi, çalışma alanı ve örgütün kuruluş tarihine yer verildiği; iletişim bilgilerinde ise örgütün Almanya'daki ofisinin adresi, telefon numarası, e-mail adresi, WUC'un resmî web sitesi gibi iletişim bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir. Sayfada verilen iletişim bilgileri ise örgütün güvenilirliğini artırırken aynı zamanda ilgilenen kimselerin istediği iletişim türüyle iletişime geçmesini kolaylaştıracaktır. Şekil 1' de örgütün kimlik öğelerinin yer aldığı sayfa verilmektedir.



Şekil 1: Örgütün Kimlik Öğeleri (URL-3).

Tablo 2: WUC'un Facebook Sayfasının Biçimsel Bilgileri

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

Tablo 2'de görüldüğü üzere WUC'un Facebook sayfasında yer alan bilgiler örgütün örgütsel kimliğini yansıtmaktadır. Temel biçimsel bilgiler incelendiğinde diğer Facebook sayfalarında yer alabilecek öğelerin birçoğunun yer aldığı görülmektedir. Ancak WUC'un Facebook sayfasında örgütün başka sosyal medya hesaplarına ulaşabilecek linklerden sadece Twitter linki verilmiştir. Sosyal medya ağlarının bağlanabilirlik özelliği göz önüne alındığında farklı sosyal medya bileşenlerinin linklerine yer verilmemesi bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Az olsa da bazı STÖ'lerin kendi örgütsel sosyal medya hesaplarında kullandığı Facebook puanlama butonu da kullanılmamaktadır. Örgüte doğrudan katılma ya da bağış yapma olanağı da sayfada gözükmemektedir. Facebook sayfasında karşımıza çıkan en büyük eksikliklerden biri kişiyi doğrudan eyleme geçirebilecek "gönüllü ol", "üye ol" veya "bağış yap" gibi STÖ'lerin ciddi anlamda sıkıntı yaşadıkları zaman fon ve insan kaynağına katkıda bulunabilecek uygulamaların yer almamasıdır. Bu durum sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan katılım özelliğinin WUC tarafından yararlanılmadığını göstermektedir. Öte yandan sayfada topluluk butonu yer almasına rağmen herhangi bir grup oluşturulmamıştır. Bu da örgütün hedef kitleleri ve gönül dostlarıyla kolayca fikir alışverişinde bulunabileceği, grup katılımcılarının farklı fikir ve önerilerinden yararlanabileceği, özellikle de sabit kitle yaratma hususunu ihmal ettiği anlamına gelmektedir. Bu durum WUC'un sosyal medyanın topluluk özelliğinden yararlanmadığını göstermektedir. Özet olarak söylemek gerekirse WUC Facebook sayfasının biçimsel bilgileri

incelendiğinde sosyal medyanın temel özelliklerinden bağlanabilirlik, katılım, topluluk özellikleri WUC tarafından kullanılmamıştır.

Tablo 3: Facebook Ana Sayfasının Genel Görünümü

Ana Sayfanın Genel Görünümü	
Ana sayfada kurumsal renklere yer verilmiştir.	Ana sayfa butonu yer alan başlıkların hemen altında sık hayranların listesi yer almaktadır.
Profil logosu kurum logosundan farklıdır.	Örgütle ilgili temel iletişim bilgileri yer almaktadır.
Kapak fotoğrafında kurumsal kimlikle bağlantılı bir görsel yer almaktadır.	Tarafından yüklenen fotoğraflar sekmesi yer almaktadır.
Sayfa arka planında kurumla ilgili bir tasarım yer almaktadır.	Tarafından yüklenen videolar sekmesi yer almaktadır.

Tablo 3'te görüldüğü üzere ana sayfanın genel görünümüne bakıldığında sayfada örgütsel renklere önem verildiği göze çarpmaktadır. Ancak Facebook profili ile örgütün resmî web sitesindeki örgüt logosu karşılaştırıldığında farklılık görülmektedir. Kapakta bir resim yer almakta ve tamamen WUC'un örgütsel kimliğini yansıtmaktadır. Ana sayfada kolayca erişilebilecek şekilde fotoğraflar ve videolar sekmeleri verilmektedir. Ana sayfanın genel görünümü örgütün renkleri ile aynıdır. Üstelik sayfa tasarımı estetik ve çekici şekilde olduğu görülmektedir. Sayfanın genel görünümünde dikkat çeken en büyük eksiklik sayfa profilinin örgüt logosu ile farklı olmasıdır. Bu durum örgütün örgütsel kimlik ve imaj oluşturması ekseninde değerlendirildiğinde WUC'un örgütsel kimlik ve imaj oluşturma konusunda yeterince hassas olamadığını göstermektedir.



Şekil 2: WUC Facebook Ana Sayfasının Genel Görünümü (URL-4).



Şekil 3: WUC'un Facebook Profili (URL-5). **Şekil 4:** WUC'un Kurumsal Logosu (URL-6).

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

3.6.2. WUC'un Facebook Sayfasında Yer Alan Konuların Dağılımı

Araştırma kapsamında WUC'un Facebook sayfasında yer alan konuların dağılımı üzerinde durulmuştur. Öncelikle WUC Facebook sayfasında bulunan veriler toplanmıştır. Sonrasında WUC'un Facebook sayfasında hangi konularda paylaşım gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda toplanan veriler temel konular ve diğer konular olmak üzere iki kategoriye ayrılarak incelemeye çalışılmıştır. Toplanan verilere dayanarak temel konular başlığı altında WUC örgütünün ilgilendiği Uygurların insan hakları meseleleri ve örgüt çalışanların yürüttüğü faaliyetleri, dünya basınında çıkan Uygurlarla ilgili haber konuları yer almaktadır. Bu konular "Uygurlar", "Doğu Türkistan/Xin Jiang-", "Çin", "Kazak", "Tibet", "Islamic World", "insan hakları", "toplama kampı", "WUC" dur. Diğer konular başlığı altında ise WUC'un örgütle alakalı paylaşımlarına ve güncel haberlerine yer verilmiştir. Diğer konular "dini özgürlük", "Adil Mijit", "İlham Tohti", "Organ kaçakçılığı", "Bendeuyghurum", "Pakistan", "tehdit edilen kişiler", "New Zelanda" ve "diğerleri" ni içermektedir.

Tablo 4: Gönderilerin Konulara Göre Dağılımı

Temel konular	Gönderi sayısı	Diğer konular	Gönderi sayısı
Uygurlar	43	Dinî özgürlük	1
Doğu Türkistan(Xinjiang)	34	Adil Mijit	4
Çin	26	İlham Tohti	3
Tibet	10	Organ kaçakçılığı	1
WUC	20	Metouyghur	4
Kazak	5	Pakistan	2

Toplama kampları	64	Tehdit edilen kişiler	6
İnsan hakları (HRW)	30	New Zelanda	3
		Diğerleri	7
Toplam	240	Toplam	31

Tablo 4'te görüldüğü üzere 2 Ocak 2019'dan bu yana WUC Facebook sayfasında en çok "toplama kampları kapatılsın" konusunda gönderi yapıldığı, ikinci olarak "Uygurlar" konusunda gönderi yapıldığı, "insan hakları HRW" " WUC", " Doğu Türkistan" konularının takip ettiği görülmektedir. En az gönderinin " Islamic World", " Kazak", " Tibet" konularında yapıldığı görülmektedir. *World Uyghur Congress*, insan haklarının korunmasını, özellikle Uygur halkının insan haklarının korunması, Çin hükümetinin Uygurlar, Kazaklar ve Tibetler üzerindeki baskıcı politikalarının duyurulmasını sağlamaya çalıştığı tespit edilmiştir. Gerçi gönderiler "Uygurlar", "Çin", "toplama kampları" gibi konular altında toplansa bile genel olarak bakıldığında ihtiva edilen içerikler Uygurların insan hakları meselesi ve Çin'nin insan hakları ihlalleri suçlarını kamuoyunun dikkatine sunmak olduğu kanaatine varılmıştır.

World Uyghur Congress'in insan hakları yaklaşımı bir iletişimi önemseydiği, yapmış olduğu gönderilerinde insan haklarının korunması, eşitlik, demokrasi, adalet, şiddete karşı olma değerlerine riayet ettiği görülmektedir. WUC'un Facebook sayfasında yer alan içerikler üzerinde etkili olmaktadır. Toplanan veriler incelendiğinde elde edilen 270 gönderinin 250'sinin insan hakları üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Hatta güncel konularla ilgili yapılan gönderilerde bile insan hakları söz konusudur.

WUC tarafından Facebook sayfasında yapılan gönderilerde kullanılan içerik türlerinin dağılımı nasıldır?" sorusu incelendiğinde Tablo 5'teki gibi sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 5: Gönderilerin İçerik Türüne Göre Dağılımı

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

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

Tablo 6: Paylaşılan Gönderilerinin Etkileşim Bazında Dağılımı

Etkileşim Türü	Sayısı
Gönderilerin paylaşım sayısı	11605
Gönderilerin yorum sayısı	3286
Gönderilerin beğen sayısı	11100
Sayfayı tavsiye eden kişiler	187
Sayfanın diğer kullanıcıların gönderilerini paylaşması	17

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

3.6.3. WUC'un Facebook Sayfasında Yapılan Gönderilerin Gündemle İlişkisi

Araştırma kapsamında WUC tarafından Facebook sayfasında yapılan gönderiler, WUC'un Facebook sayfasında yapılan gönderiler gündemle ilişkisi nasıldır?" sorusu incelenmiştir. WUC'un insan hakları odaklı bir sivil toplum örgütü olması ve bir siyasi kuruluş olması nedeniyle hâlihazırda gündemdeki konularla ilgilendiği, yaptığı paylaşımlara yansımaktadır. Bu durum özellikle insan hakları söz konusu olduğunda daha belirgin bir biçimde görülebilmektedir. Örneğin 3 ve 4 Nisan 2019'da yapılan paylaşımlarda, Çin-Avrupa zirvesi toplantısı hakkında paylaşımlar yapılmış ve yine aynı günde Uygur ve Tibetlerden oluşan insan hakları savunucularının AB merkezi binası önünde Çin'e karşı protesto gerçekleştirileceği, katılmak isteyen takipçilerden destek beklediği hakkındaki duyuru paylaşılmıştır. 9 Nisan'da yapılan bir paylaşımda, 21. AB-Çin zirvesi toplantısı gerçekleştirildiği sırada, WUC bu konuya ilişkin olarak AB merkezi binası önünde protesto yapmakta ve AB rehberlerini insan haklarını korumaya davet etmektedir. WUC Facebook sayfasında da bu doğrultuda gönderiler yapılarak takipçileri başta olmak üzere Uygur meselesi ile ilgilenen toplum ve kişiler arasında bir kamuoyu yaratmaya çalışmıştır.

WUC, yalnızca Uygurların insan hakları meselesi ile kalmamıştır. Örgütün kuruluş amacına uygun olarak başka insanların insan hakları meseleleri ile de yakından ilgilenmektedir. WUC'un Facebook sayfasında Kazakların ve Tibetlerin insan hakları mücadelesine de yer verdiği, ilgili paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Tibetlerle ilgili yapılan paylaşımlarda, Tibetlerin uğradığı insan hakları ihlalleri ve sürgündeki Tibetlerin yaptığı eylemlerinin yer aldığı görülmektedir. Benzer örnekler çerçevesinde bakıldığında, WUC

Facebook sayfasında yer alan gönderilerde dünya gündeminde olan veya örgüt tarafından gündeme getirilmek istenen konular öne çıkmaktadır.

Sivil toplum örgütleri, baskı gücü yaratmak yoluyla üyelerinin ve örgütün temsil ettiği toplumun çıkarlarını, haklarını korumayı, daha geniş bir siyasal platformda savunma gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca sivil toplum örgütleri, bağımsız bir aracı niteliği taşımaktadırlar. Örgütlü dernek, girişim, ajans ve sivil toplum kuruluşunu temsil eden sivil toplum kavramı; demokrasi, insan hakları ve hukuk devleti kavramlarının öne çıkmasıyla birlikte başta Avrupa Birliği olmak üzere tüm sanayileşmiş toplumların ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir (URL-7). Bu bağlamda WUC, çatısı altında bulunan dernek, vakıf ve örgütlerle gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerinde kimi zaman dünya çapında hak hukuk savunuculuğu yapan örgüt ve teşkilatlar, kimi zaman ise devletler üzerinde kamuoyu oluşturarak toplumun baskısını ortaya koymaya çalışmakta oldukları tespit edilmiştir. Örgüt, bu baskı yoluyla Uygurların ve Doğu Türkistan halkının insani ve demokratik haklarını korumayı hedeflemektedir. Kamuoyunun oluşturulmasında sosyal medyada özellikle Facebook'ta gerçekleştirilen stratejik iletişim çalışmaları önem taşımaktadır. WUC Facebook sayfasında kendine bağlı olan çeşitli ülkelerde bulunan dernek ve cemiyetlerin faaliyetlerini de paylaşmakta, yürütülecek olan protesto, konferans, toplantılara ilişkin WUC Facebook sayfasında duyuru ve çağırılar yapılmaktadır. Paylaşımlarda fotoğrafların renkleri, estetikliği kurumun kimlik unsurlarıyla ilişkili olmaktadır. Böyle yapılması WUC'un hem örgüt kimliğinin oluşturulması hem örgüt itibarının artmasında önemli yer tutmaktadır. Genel olarak takipçilerinin güvenini kazanmak, desteğini, katılımını sağlamak açısından WUC'un kamuoyu oluşturmayı hedefleyen gönderileri gündemle ilişkilidir ve başarılı olmuştur.

3.6.4. WUC'un Facebook Sayfasında Değindiği Konular ile Resmî İnternet Sitesinde Yer Alan Konu Başlıkları Uyumlu Mudur?

Araştırma kapsamında WUC'un Facebook sayfasında değindiği konular ile resmî internet sitesinde yer alan konu başlıkları uyumlu mudur? konusu ele alınmıştır. WUC'un resmî internet sitesine bakıldığında Uygurca, Çince, Japonca, Arapça, Türkçe, Fransızca, Rusça, İngilizce ve Almanca olmak üzere 9 dilde hizmet vermekte olduğu görülmektedir. Bu çalışma İngilizce sitesi üzerinden yürütülmektedir. WUC, İngilizce sitesinin kapak resmi örgütün logosu ve örgüt renklerini yansıtmaktadır. Kapak resminin hemen altında sekmeler yer almaktadır. Bu sekmeler "Ana sayfa", "haberler", "faaliyetler", "sorunlar", "basın açıklamaları", "raporlar", "Doğu Türkistan", "hakkımızda", "bağış yap" sekmelerinden oluşmaktadır. "Haberler" sekmesi altında "Uygurlar hakkındaki haberler" ve "etkinlikler" alt başlığı yer almaktadır. "Faaliyetler" sekmesi altında sosyal faaliyetler, "AB", "BM", "Alman hükümeti", "protestolar", "kapasite artışı" alt başlıkları yer almaktadır. "Sorunlar" sekmesi altında "siyasi mahpuslar", "sığınmacılar", "zorluklar", "kayıp kişiler", "Profesör İlham Tohti" alt başlıkları yer almaktadır. "Medya" sekmesi altında "basın açıklamaları", "haftalık raporlar", "bülten" alt başlıkları yer almaktadır. "Raporlar" sekmesi altında "WUC raporları", "UAA ve UHRP raporları", "diğer raporlar" alt başlıkları yer almaktadır. "Doğu Türkistan" sekmesi altında "hakkında" küçükbaşlığı içerisinde Doğu Türkistan coğrafyası, Doğu Türkistan'ın tarihi, Doğu Türkistan'ın millî bayrağı ve amblemi, Doğu Türkistan'ın millî marşı, Uygur medeniyeti başlıkları yer almaktadır. "Hakkımızda" sekmesi altında "biz kim", "yönetim kadrosu", "genel kurul", "bağlı teşkilatlar", "iletişim" alt başlıkları yer almaktadır. İlgili sekmelere ve alt konu başlıklarına tıklanıldığı zaman ilgili haberlere, içeriklere, fotoğraflara, videolara ve raporlara ulaşılabilir. WUC'un resmî internet sitesinde yer alan konulara ilişkin kategori isimleri ile içerik analizi kapsamında belirlenen WUC Facebook sayfasındaki kategori isimleri arasında farklılık bulunmaktadır. Ancak içerik açısından bakıldığında internet sitesi ve Facebook sayfası arasında bir tutarlılık olduğu,

genel olarak insan hakları konusu, özel olarak da Uygurların insan hakları konusunun ağırlıklı olarak yer aldığı görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, STÖ'lerin hedef kitleleri ile etkileşim kurmak için sosyal medyayı stratejik iletişim çerçevesinde kullandığı, Facebook sayfası ile kurumsal kimlik oluşturmaya özen gösterdiği, yaptığı paylaşımlarında insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği ve Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmakta olduğu varsayımından hareketle World Uyghur Congress Facebook sayfası ele alınarak içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. World Uyghur Congress'in Facebook sayfası biçimsel olarak incelendiğinde sayfada topluluk bölümü yer almasına rağmen örgüt herhangi bir grup oluşturma girişiminde bulunmamıştır. Örgütün diğer sosyal medya araçlarına ulaşılacak linklerinden sadece Twitter'a yer verilmiştir. Bu durum örgütün sosyal medyanın topluluk ve bağlanabilirlik özelliklerinden yararlanmadığını göstermektedir. Facebook sayfasında karşımıza çıkan en büyük eksikliklerden birisi, kişiyi doğrudan eyleme geçirebilecek "gönüllü ol", "üye ol" veya "bağış yap" gibi STÖ'lerin ciddi anlamda sıkıntı yaşadıkları zaman fon ve insan kaynağına katkıda bulunabilecek uygulamaların yer almamasıdır. Bu durum sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan katılım özelliğinin WUC tarafından yararlanılmadığını göstermektedir. Dikkat çeken diğer bir konu ise WUC Facebook sayfasındaki gönderilere yapılan 3286 tane yorum bulunmasına rağmen WUC'un herhangi bir yorumda bulunmaması ve kullanıcıların sorularına yanıt vermemiş olmasıdır. Bu durum STÖ ağını genişletecek şekilde paydaş gruplarla etkili bir iletişim biçimi inşa edemediğini yansıtmaktadır. Yapılan gönderilerin etkileşim düzeyine bakıldığında da WUC'un hedef kitle ile etkileşim içerisinde olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu çalışmayı ele alan araştırmacı da sayfada yer alan "mesaj gönder" butonundaki iletişim yoluyla örgütle iletişim kurmaya çalışmasına rağmen örgüt görevlileri ya da hesap yöneticileri tarafından herhangi bir yanıt erişememiştir. Bu durum örgütün sosyal medyanın temel özelliklerinden biri olan karşılıklı iletişim özelliğini benimsemediğini göstermektedir.

Literatürde yer alan sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımları üzerinde örgütün stratejileri, kapasitesi ve yönetim özelliklerinin etkili olduğu bilgisi, WUC Facebook sayfasında yansımamaktadır. Bu durum WUC Facebook'u stratejik iletişim çerçevesinde kullanmıştır varsayımını geçersiz kılmaktadır. Facebook sayfasının temel biçimsel bilgileri ve sayfanın genel görünümü incelendiğinde sayfa tasarımı ve renkler kurumsal kimliği yansıtmaktadır. Üstelik sayfada örgüt hakkında detaylı bilgi olmakla birlikte, iletişim bilgilerine de yer verilmiştir. Ancak en büyük eksiklik kurumsal logo ile Facebook profilinin farklı olması olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçi Facebook profili örgütün logosundan farklı olsa da profile büyük harflerle yazılan "World Uyghur Congress" ismi bu eksikliği kapatacak tarzdadır. Ana sayfadaki genel görünüm, temel biçimsel bilgiler, içerik başlıkları örgütün resmî web sitesi ile tutarlılık göstermektedir. Dolayısıyla diğer bir varsayım olan örgüt Facebook sayfası ile kurumsal kimliği yansıtmaya özen göstermiştir varsayımı geçerlilik taşımaktadır.

WUC'un Facebook sayfasında paylaştığı içeriklere bakıldığında örgütün kuruluş amacı ve misyonuna uygun olarak Uygur halkının insan hakları meselesine odaklandığı görülmektedir. WUC'un insan hakları yaklaşımı bir iletişimi önemseyen, yapmış olduğu gönderilerinde insan haklarının korunması, eşitlik, demokrasi, adalet, şiddete karşı olma değerlerine riayet ettiği tespit edilmiştir. WUC'un Facebook sayfasında yer alan içerikler insan haklarının korunması üzerinde etkili olmaktadır. Toplanan veriler içeriksel olarak değerlendirildiğinde elde edilen 271 gönderinin 250'sinin insan hakları içerikli olduğu tespit edilmiştir. Hatta güncel konularla ilgili yapılan gönderilerde bile insan hakları söz

konusudur. Bu durum örgütün yaptığı paylaşımlarda insan haklarına yönelik içeriklere öncelik verdiği varsayımını doğrulamaktadır.

WUC'un Facebook sayfasında değinilen konu başlıkları ile resmî internet sitesindeki başlıklar arasında farklılık olmakla beraber içerik olarak tutarlılık göstermektedir. WUC Facebook sayfasında WUC çalışanların faaliyetleri, katıldığı toplantılar, gerçekleştirdiği protesto ve kültürel etkinliklere "Uygurlar", "Doğu Türkistan", "İnsan hakları", "Toplama kampları kapatılsın", "MeTooUyghur" konu başlıkları altında sıklıkça yer verilmiştir. WUC'un Facebook sayfasının ana sayfasında yer alan gönderilerin bir kısmı New York Times, Washington post, BBC, CCN, Bitterwinter, Aljazeera gibi küresel medya platformlarında yayınlanan Uygurlar hakkındaki haberlerden oluşmaktadır. WUC, paylaştığı haber linkleri, resim ve videolarda şiddetten uzak kalmış, yönlendirici içerikler yapmamıştır. Ağırıklı olarak hedef kitleyi bilgilendirmeyi, Uygurların durumunu ilm-i siyaset yollarıyla duyurmayı amaç edindiği görülmektedir. Literatürde yer alan sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı insan hakları savunuculuğu çerçevesinde kullandıkları bilgisi toplanan verilerden edinen sonuçlara göre geçerlilik taşımaktadır. Bu durum son varsayım olan WUC Facebook sayfası üzerinden hedef kitleyi bilgilendirici paylaşımlar yapmaktadır varsayımının da geçerli olduğunu göstermektedir.

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

- Sosyal medya, sivil toplum örgütleri için stratejik önem taşıdığı için örgütler bu mecraları kullanırken stratejik iletişim planıyla hareket etmeli, geliştirmeli ve etkin olarak kullanılmalıdır.
- Sosyal medyanın en büyük özelliği olan etkileşim STÖ'ler tarafından küçümsenmemeli, göz ardı edilmemelidir. STÖ'ler yapılan paylaşım ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmalı, paylaşım ile alakalı sorulara cevap vermeye önem vermelidir.
- STÖ'lerin resmî internet sitesi ile resmî sosyal medya hesapları arasında içeriksel ve biçimsel olarak tutarlılık olmalıdır.
- STÖ'ler sosyal medya hesaplarında örgütün yapısal ve kurumsal özelliğine göre başlıklar, alt başlıklar geliştirmeli, kitle ile en kolay, en hızlı bir şekilde iletişim kurabileceği butonlar tasarlamalıdır.
- STÖ'ler sosyal medyanın kurumsal kimlik ve kurumsal itibar oluşturmadaki rolüne ehemmiyet vermeli, kurumsal renk, kurumsal logo, kurumsal slogan ve kurumsal profillerin tasarlanmasına önem vermelidir.
- Sosyal medyanın gücü ve etkisini göz önünde bulundurarak özel olarak sosyal medya çalışanlarını işe almalı, gerekirse özel personel yetiştirmelidir.
- STÖ'ler özellikle uluslararası STÖ'lerin sosyal medya hesapları sadece bir ya da birkaç dilde hizmet vermekle yetinmemeli, STÖ'ler paylaştıkları içeriklerin ulaşması gerektiğini düşünen kitle ve toplulukların dilinde de aynı isim ve amaçla hesap açmalıdır. Böylece örgütlerinin uluslararası arenada popülerliğini, tanınırlığını, etkinliğini artırabilirler.

Kısaltmalar

STÖ	Sivil Toplum Örgütü
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
BM	Birleşmiş Milletler
WUC	World Uyghur Congress
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
akt.	Aktaran

Kaynakça

- Akpınar Gönenç, Ayşenur (2011). *Sivil Toplum; Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi*. İstanbul: Altıkitap Yayınevi.
- Banger, Gürcan (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Yönetişim Rehberi*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.
- Bayhan, Vehbi (2002). "Demokrasi ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj ve Nepotizm". *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26 (1): 1-13.
- Beckman, Bijörn (1998). "Demokratikleşmeyi Açıklamak: Sivil Toplum Kavramı Üzerine Notlar". *Sivil Toplum, Demokrasi ve İslam Dünyası*. C. 1. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Cristina, Castronovo ve Lei, Huang (2012). "Social Media in an Alternative Marketing Communication Model". *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6 (1): 117-131.
- Erdem, Derya (2008). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Etkinlik Ölçümü: Türkiye Örneği*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan Tosun, Gülgün (2001). *Demokratikleşme Perspektifinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Erdoğan, İrfan (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Es, Muharrem (?). "Sivil Toplum Kuruluşlarının Yerel Yönetişimlere Etkisi". *Sivil Toplum Ve Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel ve Kavramsal Bakış*.
- Gençoğlu Onbaşı, Funda (2005). *Sivil Toplum*. İstanbul: Timaş Yayın Grubu.
- Gönel, Aydın (1998). *Önde Gelen STK'lar Araştırma Raporu*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Guloglu, Tuncay ve Es, Muharrem (2006). "Sivil Toplum Kuruluşlarının Yerel Yönetimlere Etkisi". *III. Uluslararası STK'lar Kongresi*. Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi.
- Hallahan, K. vd. (2007). "Defining Strategic Communication". *Journal of Strategic Communication*, 1 (1): 3-35.
- Kaypak, Şafak (2012). "Yerel yönetimlerde Katılımcı/Müzakereci Demokrasi Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(8): 171-196.
- Keane, John (2010). *Medya ve Demokrasi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keyman, Fuat (2006). "Türkiye'de ve Avrupa'da Sivil Toplum". *Sivil Toplum ve Demokrasi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi.

Kurt, Süleyman ve Taş, H. Yunus (2015). "Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler ve Fırsatlar". *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4 (8): 199-214.

Öztürk, Canan ve Şardağı, Emine (2018). "Kurumsal Kimlik Aracı Olarak Facebook Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Bir Değerlendirme". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (28) 115-141.

Seren, Merve (2018). *Sosyal Medya El Kitabı*. Ankara: Orion Kitapevi.

Seyyar, Ali ve Ömer, Adali (2004). "Türkiye'de Yoksullukla Mücadelede STK'ların Roller ve Önemleri (Deniz Feneri Örneği)". *Küresel Demokrasinin Gelişmesi ve Katılım Sağlanması Açısından Sivil Toplum Kuruluşları Bildiriler Kitabı*. I. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi.

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

Şapçı, Ahmet Ataner (2015). *Sosyal Medyadaki Arayüzler*. İstanbul: Beyaz Yayınları.

Tekeli, İlhan (2004). *Katılımcı Demokrasi ve Sivil Toplum Kuruluşları*. Ankara: Sosyal Demokrasi.

Uslu, İbrahim (1999). *Bir Sosyal Siyaset Vasıtası Olarak Kâr Gütmeyen Kuruluşlar: ABD Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları:

URL-1: <https://www.uyghurcongress.org/tr/?cat=38> (Erişim: 20.04.2019).

URL-2: <https://www.bariscanunal.com.tr/kategori/yazilar/kurumsal-iletisim/> (Erişim: 15.03.2019).

URL-3: https://www.facebook.com/pg/uyghurcongress/about/?ref=page_internal (Erişim: 25.08.2019).

URL-4: <https://www.facebook.com/uyghurcongress/> (Erişim: 26.08.2019).

URL-5: <https://www.facebook.com/uyghurcongress/> (Erişim: 26.08.2019).

URL-6: <https://www.uyghurcongress.org/en/> (Erişim: 26.08.2019).

URL-7: <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/siviltoplumkuruluslari.pdf> (Erişim: 16.04.2019).

URL-8: <http://www.un.org.tr/humanrights/images/pdf/Civil-Society-Space-Turkish.pdf> (Erişim: 04.03.2019).

URL-9: <https://www.airlinehaber.com/sendika-vakif-ve-derneklerdeki-uye-iliskisi/> (Erişim: 07.03.2019).

URL-10: <http://www.kto.org.tr/d/file/kurumsal-kimlik.pdf> (Erişim: 07.03.2019).

URL-11:

https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf (03.03.2019).

URL-12:

https://www.academia.edu/9727840/Demokrasinin_D%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BC_Kuvveti_Yeni_Medya_Teknolojileri (Erişim: 04.03.2022).