

**T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM BİLİMLERİ PROGRAMI**



**SİVİL TOPLUM KURULUŞU OLARAK AHBAP
PLATFORMU'NUN İTİBARI: AHBAP SAMSUN ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Fatma Gül DELİOĞLU

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT

SAMSUN

2023

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun enstitü yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığını taahhüt ve beyan ederim.

Etik Kurul Gerekli mi?

Evet ☒ (Gerekli ise ekler kısmına ekleyiniz)

Hayır ☐

İmza

27/02/2023

Fatma Gül DELİOĞLU

TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI

Tez Başlığı: SİVİL TOPLUM KURULUŞU OLARAK AHBAP PLATFORMU'NUN İTİBARI: AHBAP SAMSUN ÖRNEĞİ

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 23.06.2022 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : % 20

Tek kaynak oranı : % 3 çıkmıştır.

İmza

27/02/2023

Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT

ÖZET

SİVİL TOPLUM KURULUŞU OLARAK AHBAP PLATFORMU'NUN İTİBARI: AHBAP SAMSUN ÖRNEĞİ

Fatma Gül DELİOĞLU
Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı
Medya ve İletişim Bilimleri Programı
Yüksek Lisans, Ocak/2023
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT

Sivil Toplum Kuruluşları (STK) kâr amacı gütmeyen, büyük oranda gönüllülük esasına göre kamu hizmeti sağlayan organizasyonlardır. Genel anlamda devlet yönetimi ve ticari kuruluşlar dışında dini örgütler, siyasal hareketler ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar STK'lar olarak örgütlenebilmektedir. Bu nitelikleriyle özel işletmelerden ayrılan STK'lar, yerine getirdikleri kamusal hizmeti sağlayabilmek ve varlıklarını devam ettirebilmek için yeterli çalışan, destekçi ve fona ihtiyaç duymaktadırlar. STK'lar yapısı gereği özel işletmeler ve kamu kurumlarından farklılaşmaktadır. Ancak özel işletmeler arasındaki rekabet STK'lar için de geçerlidir. Günümüzde daha rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermekte olan STK'lar aynı alanda bulunan farklı STK'lardan ayrılmak, üye ve gönüllü sayısını arttırmak, maddi kaynak yaratmak, özel işletmeler ve kamu kurumlarının desteğini kazanmak için bazı nitelikleriyle ön plana çıkmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, STK'ların sağlayacağı itibar, kamu tarafından öncelikli olarak tercih edilmeyi ve toplumun gözünde değerli kılınmayı sağlamak, sosyal sorumluluk projelerinde kamu kurumları ve özel işletmelerle iş birliği yapmak, faaliyetlerinde kamu kurumları ve özel işletmelerin desteğini sağlamak açısından oldukça önemli hâle gelmektedir. Bir kurumun itibarı sermaye değerinden çok daha üstündür ve yüksek itibar sağlanması kuruluşa gönüllü katılımcıların daha çok destek olmasını, bağışta bulunmasını sağlayacaktır.

Dünyada 1960'lı yıllardan itibaren sayıları hızla artan STK'ların Türkiye'deki gelişimi daha çok 1980'li yıllar itibarıyla olmuştur. Ancak bu gelişmenin halen yeterli düzeyde gerçekleşemediği görülmektedir. Türkiye'de gelişmekte olan STK'lar için henüz Batı'daki gibi bir rekabet olgusundan bahsedilemese de günümüzde STK'lar itibarın öneminin farkına varmakta ve itibarlarını korumak ve iyileştirmek için çalışmalar yapmaktadır. Ancak bu kuruluşların itibarı üzerinde yeterli çalışmanın yapılmadığı gözlenmektedir. Bu amaçla çalışmada 2017 yılından beri Türkiye'de hizmet veren bir yardım platformu ve STK olan Ahbap Platformu/Derneği'nin kamuoyu nezdinde itibarının ölçülmesi hedeflenmiştir. Samsun özelinde AHBAP'ın itibarı nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak bulgulanmaya çalışılmıştır. Ankete 400 kişi katılmış ve buna göre; katılımcıların Ahbap Platformu'na genel anlamda güvendikleri, platformu iletişim kapasitesi açısından başarılı buldukları ve yetkin kapasiteye sahip bir platform olarak gördükleri, platformun katılımcılar tarafından başarılı bir yönetim kapasitesine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan hareketle AHBAP Platformunun itibarı Samsun özelinde yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sivil toplum kuruluşu, İtibar, AHBAP

ABSTRACT

REPUTATION OF THE AHBAP PLATFORM AS A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION: THE CASE OF AHBAP IN SAMSUN

Fatma Gul DELIOGLU

Ondokuz Mayıs University

Institute of Graduate Studies

Department of Communication Sciences

Media and Communication Sciences Programme

Master, January/2023

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Hasan TURGUT

Non-Governmental Organizations (NGOs) are non-profit organizations that provide their services largely on a voluntary basis. Generally, religious organizations, political movements and non-profit organizations other than government institutions and commercial organizations can be organized as NGOs. In this respect, NGOs need sufficient employees, supporters and funds in order to provide the public service they perform and to maintain their existence. Although NGOs are different from private enterprises and public institutions by nature, the competition between private enterprises is also valid for NGOs. Today, NGOs need to come to the fore with some of their qualities in order to differentiate from other NGOs operating in the same field, to increase the number of members and volunteers, to create financial resources, and to gain the support of private enterprises and public institutions. In this context, the reputation of NGOs becomes very important in terms of being preferred by the society, being valuable in the eyes of the society, cooperating with public institutions and private enterprises in social responsibility projects, and providing the support of public institutions and private enterprises in their activities. The reputation of an organization is far superior to its capital value. Institutions with a high reputation will provide more support and donations to the organization by voluntary participants.

NGOs, whose numbers have increased in the world since the 1960s, started to become widespread in Turkey as of the 1980s. However, it is seen that the level of development of NGOs in Turkey is still not at a sufficient level. There is no competition for NGOs in Turkey as in the West, but today, NGOs realize the importance of reputation and strive to protect and improve their reputations. However, it is observed that there are not enough studies on the reputation of these organizations. For this purpose, it is aimed to measure the public reputation of the AHBAP Platform/Association, which is an aid platform and NGO that has been serving in Turkey since 2017. In Samsun, the reputation of AHBAP was tried to be measured by using the survey technique, which is one of the quantitative research methods. 400 people participated in the survey and according to the results obtained, it was determined that the participants generally trust the AHBAP Platform. Participants stated that they found AHBAP successful in terms of communication capacity and that they saw it as a platform with a competent capacity. In addition, AHBAP is seen by the participants as having a successful management capacity. Based on these results, it can be said that the reputation of the AHBAP Platform is high in Samsun.

Keywords: Non-governmental organization, Reputation, AHBAP

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sırasında kıymetli bilgi, tecrübe ve deneyimleri ile bana destek olan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT’a ve her zaman bana vakit ayırıp tezimin analiz kısmı için önemli katkılar sunan Dr. Öğr. Üyesi Sinan KAYA’ya teşekkürü bir borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca beni her zaman destekleyen ve bana güvenen sevgili anneannem Safinaz KINALI’ya, her türlü fedakârlığı yaparak eğitime devam etmemi sağlayan annem Nuray ATİK, ağabeyim Murat DELİOĞLU ve kardeşim Hasret DELİOĞLU’na desteklerinden dolayı sonsuz teşekkür ederim. Tez çalışmam boyunca moral ve motivasyon veren yengem Rukiye DELİOĞLU ve yeğenim İkra DELİOĞLU’na teşekkür ederim.

Çalışmamda bana inanan, maddi ve manevi desteğini esirgemeyen, tez çalışmam boyunca beni sabır ve anlayışla karşıladıkları için yoldaşım Hüseyin KAHRAMAN’a ve Rabia GENEŞGE’ye sonsuz teşekkür ederim. Son olarak kıymetli dostum Cihan SARMAZ’a ve manevi desteğini her an yanımda hissettiğim tüm dostlarıma teşekkür ederim.

Fatma Gül DELİOĞLU

İÇİNDEKİLER

TEZ KABUL VE ONAYI	i
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI	ii
TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
TABLolar DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
2. SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE SİVİL TOPLUM KURULUŞU	5
2.1. Sivil Toplum Kavramı ve Tanımı	5
2.2. Sivil Toplum Kavramının Tarihsel Süreci	6
2.3. Sivil Toplum, Devlet ve Egemenlik	16
2.4. Sivil Toplum ve Demokrasi	17
2.5. Sivil Toplum Kuruluşu (STK)	19
2.5.1. Sivil Toplum Kuruluşlarının Temel Özellikleri	21
2.6. Sivil Toplum Kuruluşu ve Gönüllülük	24
2.7. Sivil Toplum Kuruluşu ve Güven	28
2.8. Sivil Toplum Kuruluşlarının İşlevleri	31
2.8.1. Siyasal İşlevler	32
2.8.2. Kültürel İşlevi	34
2.8.3. Bireysel İşlevler	35
2.9. Türkiye’de Sivil Toplumun Tarihsel Gelişim Süreci	36
2.9.1. Osmanlı Döneminde Sivil Toplum Ortaya Çıkarıcı Hukuksal Zemin	37
2.9.2. Cumhuriyet Döneminde Sivil Toplum	41
2.9.2.1. 1980 Öncesi Türkiye’de Sivil Toplum	41
2.9.2.2. 1980 Sonrası Türkiye’de Sivil Toplum	43
2.9.2.3. Küreselleşme Sürecinin Sivil Toplum Kuruluşlarına Etkisi	47
2.10. Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Medya	49
3. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDA İTİBARIN ÖNEMİ	55
3.1. İtibar Kavramı	55
3.1.1. Kurumsal İtibar	57
3.1.1.1. Kurumsal Kimlik	59
3.1.1.2. Kurumsal İmaj	60
3.1.1.3. Kurumsal İletişim	62
3.2. Paydaş Kavramı	65
3.3. Sivil Toplum Kuruluşları ve Organizasyonlar İçin İtibarın Önemi	66
3.4. İtibar Araştırmaları	68
4. YÖNTEM	71
4.1. Araştırmanın Önemi	71
4.1.1. Ahab Platformu/Derneği	72
4.1.2. Ahab Derneği Tüzüğü	72
4.1.3. Ahab Yönetim Kurulu	72
4.1.4. Ahab Platformu	73
4.1.5. Ahab Platformu/Derneğin Almış Olduğu Ödüller	78
4.1.6. Ahab Platformu İle İlgili Araştırmalar	78
4.2. Araştırmanın Amacı	81
4.3. Araştırmanın Problemi	82
4.4. Araştırmanın Yöntemi	83
4.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	84

4.6. Veri Toplama Yöntemi	85
4.7. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	89
4.8. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerini Gösteren Frekans Tabloları	90
4.9. Verilerin Analizi	92
5. BULGULAR.....	92
5.1. Ölçeklerin Ortalama Puanlarını Gösteren Betimsel Analiz Tabloları.....	92
5.2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ile Ölçekler Arası Farkları Gösteren Tablolar.....	98
6. SONUÇ	106
KAYNAKÇA.....	110
EKLER	125
ÖZGEÇMİŞ.....	133



SİMGELER VE KISALTMALAR

DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
IMF	: International Monetary Fund
AHBAP	: Anadolu Halk ve Barış Platformu
YADA	: Yaşama Dair Vakıf
NGO	: Non-Governmental Organizations
INGO	: International NGO
BINGO	: Businessinternational NGO
LINGO	: Labourinternational NGO
DINGO	: Developmentinternational NGO
DONGO	: Donororganised NGO
TANGO	: Technicalassistance NGO
TÜSEV	: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3. 1 Haluk Levent'in kurduğu ve yönettiği AHBAP yardım derneğinin faaliyetleri için ne düşünüyorsunuz	79
Şekil 3. 2 Türkiye'nin en güvenilir ünlüleri	80
Şekil 3. 3 2021'in en popüler Sivil Toplum Kuruluşları	81



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 3.1 İtibar Tanımları.....	56
Tablo 3.2 Paydaş Tanımları (Miles, 2012)	65
Tablo 3.3 Paydaş Ölçütlerinin Etkisiyle Oluşan İtibar Unsurları (Akt. Ergün, 2021)	66
Tablo 4.1 STK İtibar Ölçeği	85
Tablo 4.2 Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeği.....	88
Tablo 4.3 Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı	90
Tablo 4.4 Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı.....	90
Tablo 4.5 Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı	91
Tablo 4.6 Katılımcıların öğrenim durumlarına göre dağılımı.....	91
Tablo 4.7 Katılımcıların gelir durumlarına göre dağılımı.....	91
Tablo 5.1 Katılımcıların STK itibar ölçeği güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	92
Tablo 5.2 Katılımcıların STK itibar ölçeği iletişim kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	93
Tablo 5.3 Katılımcıların STK itibar ölçeği yetkinlik kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	94
Tablo 5.4 Katılımcıların STK itibar ölçeği yönetim kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	95
Tablo 5.5 Katılımcıların STK itibar ölçeğinin güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	96
Tablo 5.6 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	96
Tablo 5.7 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, kurumsal sosyal medya paylaşımlarının güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	96
Tablo 5.8 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, teyit alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.	97
Tablo 5.9 Katılımcıların sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven, kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven ve teyit alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	98
Tablo 5.10 Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	98
Tablo 5.11 Katılımcıların yaş değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	99
Tablo 5.12 Katılımcıların medeni durum değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler	100
Tablo 5.13 Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	101
Tablo 5.14 Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler.....	102
Tablo 5.15 STK itibar ölçeği alt boyutları ile sosyal medya güven ölçeği alt boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler.....	104

1. GİRİŞ

Tarihi eski Yunan sitelerine kadar dayanan sivil toplum, Batı toplumlarının gelişim evresi içinde doğup günümüze kadar gelmiştir. Sivil toplum kavramı birçok filozof ve siyaset bilimci tarafından tanımlanmış olsa da ortak bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Kavramın; dönemsel, kültürel, siyasi, bölgesel ve ihtiyaca göre tanımları bulunmaktadır. Sivil toplumun tanımlanmasında şeffaflık, kamusal alan, demokrasi, hak, kültür, devlet, ekonomi, katılım, dayanışma, güven, kamu yararı gibi nitelikleri öne çıkmaktadır. Öte yandan sivil toplum alanında faaliyette bulunan sivil toplum kuruluşları, kâr amacı gütmeyen, çıkar gözetmeyen, gönüllülerden oluşan, ortak bir değer ve hedef için bir araya gelip faaliyetler yürüten kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır.

1980’li yıllardan itibaren göstermiş oldukları faaliyetlerle önemli bir aktör haline gelen sivil toplum kuruluşları, kâr amacı gütmeyen ve ticari çıkar gözetmeyen kuruluşlar olarak bilinmektedir (Özer, 2008: 87). Sivil toplum kuruluşları devletten özerk, politik yaptırımdan uzak, faaliyetlerinde piyasa alanına girmeyen ve kamusal alanda etki sağlayabilen ortaklaşa girişimler alanı olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2007: 53). Bu yönüyle, Sivil Toplum Kuruluşları (STK), kâr amacıyla faaliyet gösteren özel sektör ve kurumlardan ayrılmaktadır, STK’lar kâr amacı gütmemektedir. STK’ların sayısı her geçen gün artmaktadır. İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü’nün istatistiksel verilerine göre; Türkiye’de sadece 324.714 dernek bulunmaktadır (Sivil Toplumla İlişkili Genel Müdürlüğü, 2022). Bu bağlamda daha fazla gönüllü ve üye sayısına ulaşabilmek, daha fazla bağışçı ve sponsor kazanabilmek, nitelikli çalışanlara ulaşabilmek için STK’ların itibarı önem arz etmektedir.

Mary Kaldor’a (2003) göre modern anlamda sivil toplumu tanımlayan iki temel özellik vardır. Bunlar özerklik ve sivil örgütlenmedir (Kaldor, 2003: 586). Sivil toplum kavramının devletin karşında bir alan olarak öz örgütlenme ve özerklik olarak nitelendirilmesi, 1970’li yıllardan itibaren yaşanan siyasal ve ekonomik krizlerin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Refah devletinin yaşanan ekonomik krizlerden sorumlu tutulması, Doğu Avrupa ve Latin Amerika ülkelerinde totaliter ve diktatör rejimlerin demokratik yapılara dönüşmesi ve yeniden canlanan kapitalist ekonomi, sivil toplum kavramının yeniden hareketlenmesini sağlamıştır. Bu hareketlenme ile

birlikte sivil toplum, devletin bir alternatifi olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin sonucunda ise ekonomik kalkınma, özgürlük ve demokrasi gibi kavramların tartışılması sivil topluma referans oluşturmaktadır (Keyman, 2004: 4-5).

Şirketlerin ve kamu kuruluşlarının itibarı literatürde yaygın olarak tartışılan bir konu olsa da sivil toplum kuruluşları alanında literatüre baktığımızda itibar üzerine yapılan çalışmaların, Türkiye’de yaygın olarak tartışılan bir konu olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte sivil toplum kuruluşları fon desteği ve bağışçılardan elde edilen gelirlere bağlı olduğundan, sivil toplum kuruluşları için itibar genellikle “şirketlerden daha önemli” olarak kabul edilmektedir. Bu da araştırmacıların bu alandaki “pazarlama” eğilimi hakkında daha çok bağışçı ve gönüllü toplamak için rekabet etmeleri gerektiğini gündeme getirmiştir (Esener, 2015). Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için itibar üzerine araştırma yapan bilimsel araştırmacılar bu kuruluşlar için itibar tanımını şu şekilde yapmaktadır: İtibar, bir kuruluşun, paydaşlarının geçmişteki ve mevcut durumdaki çalışmalarından yola çıkarak, paydaş beklentilerini karşılama yeteneğini ve istekliliğini yansıtan genel bir değerlendirmedir. Bununla birlikte araştırmacılar, kriz durumlarında olumlu itibara sahip olan kuruluşların hayatta kalmalarına yardımcı olabileceğini belirtmektedir (Yılmaz, 2009: 169). Sivil toplum kuruluşları daha çok bağışçı sağlamak, alanında uzman kişileri ve gönüllüleri kuruluşa çekmek açısından şirketlerin itibarlarıyla farklılaştığını, sivil toplum kuruluşlarının itibarının kendi özelinde çalışılması gereken bir alan olduğunu belirtmektedirler (Bykova, 2018: 10-12).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte iletişim alanında değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Sosyal ağların hayatımıza girmesiyle beraber geleneksel medyanın tek yönlü iletişimi yerini çift yönlü iletişim ve etkileşime bırakmıştır. STK’larda bu çok yönlü iletişimden faaliyet ve projelerini geliştirmek, uzman kişilere ulaşmak, daha fazla gönüllü sayısı elde etmek, bağış toplamak gibi amaçlar için yararlanmaktadır. Araştırmanın literatür kısmında bu alanda yapılan çalışmalara örnekler verilmektedir.

Bu araştırma, Ahbap Platformu’nun Samsun özelinde itibar düzeyini belirlemek ve sosyal medya haberlerine güven ile itibar düzeyi arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymayı amaçlanmaktadır. Çalışmada Ahbap Platformu’nun ele alınmasının sebebi, Ahbap Platformu’nun geleneksel dernek oluşumuna uymaması, sosyal medya

platformlarından biri olan Twitter üzerinden bir araya gelen kullanıcıların, sanatçı Haluk Levent'in eşliğinde, kendiliğinden bir platform oluşturmalarıdır. Daha sonra AHBAP, resmi bir dernek haline gelmiştir. AHBAP Derneği kuruluşu bakımından hem ilk hem de özgün olması sebebiyle, adından hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada söz ettirmiş, birçok il ile organize şekilde faaliyetler yürütmüş, devlet kurumlarıyla, özel kurumlar ve diğer STK'lar ile iş birliği içerisinde çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu boyutuyla dernek, Ahbap kurucularının da röportajlarında belirttiği gibi, dünya üzerinde de kuruluş bakımından özgün bir niteliğe sahiptir.

Ahbap'ın twitter üzerinden nasıl bir oluşum sergilediğini anlamak, araştırmanın özgünlüğü açısından önem arz etmektedir. Sanatçı Haluk Levent'in kişisel twitter hesabında paylaşımlarının altına kullanıcıların "Parti kur oy verelim"¹ şeklindeki yorumlarına karşılık Haluk Levent, parti kuracağını açıklamıştır. Bunun üzerine parti isim önerileri gelmeye başlamış ve isim olarak AHBAP (Anadolu Halk ve Barış Partisi) belirlenmiştir. Levent'in hayranları çeşitli illerden başkanlık teklif etti ve böylece Levent hayranlarını il ve ilçelere atamaya başlamıştır. Bu atmalardan Samsun'a da bir başkan atanmıştır. Levent hayranları ile şakalaşıyordu ki geleneksel medyada Haluk Levent parti kuruyor şeklinde manşetler atılmaya başlanmıştır.² Levent bu şakaların ciddiye alındığını fark edince twitter hesabından böyle bir şeyin söz konusu olmadığını açıklamıştır. AHBAP (Anadolu Halk ve Barış Platformu) şeklinde değiştirilmiştir. Samsun ilinde Levent'e yapılan yorumlar altında toplanan kişiler Atakum sahilinde bir araya gelmek üzere toplanmıştır. Belirlenen gün ve saatte toplanan kişiler kalabalık bir topluluk oluşturmuştur. Toplanan bu kalabalık toplumsal fayda sağlayacak bir şey yapmak istemişler ve sahilde çevre temizliği yapmıştır. Bunu sosyal medyada Levent ile paylaştıktan sonra bunu gören çevre illerde toplanıp etkinlik yapmaya başlamıştır. Süregelen bu çalışmalar sonucunda platformu Levent resmi bir derneğe dönüştürmüştür.³ Ahbap Platformu bugün 68 şehrin 54'ünde faaliyet göstermektedir ve 2017 yılından beri faaliyetlerine devam etmektedir.

¹<https://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/bir-tweetle-baslayan-saka-gercege-dondu-haluk-levent-parti-kuruyor-466238>

²<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/haluk-levent-parti-kuruyorum-724296>

³Haluk Levent'in kurduğu AHBAP resmen dernek oldu - Kültür-Sanat haberleri – Sözcü <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/haluk-leventin-kurdugu-ahbap-resmen-dernek-oldu/>

Araştırmanın amacına yönelik olarak aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Ahbap Platformu'nun Samsun ilindeki itibarı nasıldır? (Olumlu mu? Olumsuz mu?)
2. Katılımcıların cinsiyetlerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
3. Katılımcıların yaş düzeylerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
4. Katılımcıların medeni durumlarına göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
5. Katılımcıların öğrenim durumlarına göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
6. Katılımcıların gelir düzeylerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
7. Ahbap Platformu'nun Samsun ilindeki itibarı ile sosyal medya haberlerine güven arasında nasıl bir ilişki vardır?

2. SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE SİVİL TOPLUM KURULUŞU

Birinci bölümde sivil toplum kavramı ve kavramının tarihsel süreci, sivil toplum ile devlet ve egemenlik ilişkisi, sivil toplum ile demokrasi ilişkisi ele alındıktan sonra STK, STK özellikleri, STK işlevleri ve Türkiye’de STK oluşumu ele alınmaktadır.

2.1. Sivil Toplum Kavramı ve Tanımı

Sivil toplumu tam olarak tanımlayabilmek için sivil kelimesine odaklanılması gerekmektedir. Sözlük anlamına bakıldığında “sivil” kelimesi, askeri olmayan, resmi olmayan anlamına gelmektedir. Kelimenin etimolojik kökeni–ise Latince “civis” kelimesine dayanmakta bir yerde, bölgede ikamet eden, yurttaş anlamındadır. Latince civis kelimesinden türeyen İngilizce civil olarak geçen kelime Türkçeye de sivil olarak geçmiştir (Eyüpoğlu, 1988: 293). Bu bağlamda sivil toplum, sivil kavramının anlamı etrafında genişletilmiş bir kelime olarak, bireyin sahip olduğu kişisel hayatın aile, akraba ve sosyal çevresinin dışında kalan bununla beraber siyasi otoritelerin yönetiminden bağımsız, bir kamusal alanı ifade eder. “Yurttaşlar toplumu” olarak sivil toplum, bağımsız toplum yapısından daha çok toplumdaki bireylerce oluşturulmuş bir toplumsal grup pozisyonunu, yurttaşların gerçekleştirdiği uzvi yapılanmayı betimlemek için kullanılmaktadır (Kirman, 2000: 287).

Sivil toplum kavramı, Batı siyasal geleneğinin ve Batı toplumlarının gelişim sürecinin içerisinde ortaya çıkmış ve olgunlaşmıştır. Aynı gelenek içinde yönetsel-siyasal sistemi, demokratikleşme ve demokrasi arzularını çevreleyen ve onlara yol gösteren bir kavramdır (Tosun, 2001: 29).

John Keane’e (1994: 56) göre ise sivil toplum kavramı;

On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda ortaya çıkan ‘sivil toplum’ terimi, özel sermaye ve ücretli emeğin ‘siyaset dışı’ ilişkisinde ifadesini bulan, burjuvazinin proletarya üzerindeki tarihsel olarak kurulmuş egemenliğini anlatır. Sivil toplumun sadece içeriği değil, biçimi de burjuvadır. Sivil toplum, devlet garantisindeki meta üretimi ve mübadelesi- özel mülkiyet, açgözlü pazar rekabeti ve özel haklar- alanıdır.

Sivil toplum kavramına ilişkin bir diğer tanım ise Chandran Kukathas’ın (1999) yapmış olduğu tanımdır. Kukathas (1999); sivil toplumu, bireyin kişisel çıkarı, hukuk kurallarının şekillendirdiği ilişkiler ve ekonomik olarak karşılıklı bağımlılık etrafından oluşan karmaşık ilişkiler bütünü olarak ele almaktadır. Bu tarz bir oluşum içerisinde

arkadaşlık ilişkisi nedeniyle birleşen veyahut müşterek amaçları güden, birbirleriyle fikir alışverişi içinde olan kişiler yer alabilmektedir. Bu nedenle sivil toplum, devletten bağımsız olarak ele alınan toplum anlamına gelmektedir.

Ömer Çaha'ya (2003: 58) göre, sivil toplumun Batı ülkelerinde olduğu kadar gelişmiş bir düzeye sahip olabilmesi için gereken iki özellik bulunmaktadır. Bunlar; hukuk devleti ve sınırlı devlettir. Hukuk devleti, devletin bütün vatandaşlarını eşit mesafede olması görmesi, sınırlı devlet ise devletin gerçekleştirdiği faaliyetlerde kısıtlanmış olması gerekmektedir. Devletin birincil görevlerinden olan adalet, güvenlik ve savunma gibi alanlarda sınırlı olmalı; diğer alanlar sivil toplum öğelerine bırakılmalıdır.

Tarihsel süreç içerisinde sivil toplum kavramı, öncelikle toplum ile benzer anlamda kullanıldığını ifade etmek gerekir. Bu anlamda, Aristo'nun sivil toplum kavramını, "Politike Koinonia" şeklinde ele aldığını söylemek gerekir. Sivil toplum kavramı, 14. yüzyılda Padova'lı Marsilius tarafından yeniden ele alınmıştır. Kavram, düşünür tarafından "iyi yaşamı sağlamak" olarak yeniden tanımlanmaktadır. 18. Yüzyıla gelindiğinde ise sivil toplum, toplum sözleşmecileri tarafından, doğa halinin karşıtı olarak açıklanmıştır. Tüm bu tanımlamalar, sivil toplum kavramını, devletten ayrı bir alan olarak ele almamaktadır. 18. yüzyıla kadar sivil toplum ve devlet özdeş tutulup aralarında herhangi bir fark söz konusu değilken sonraki dönemlerde kavrama farklı anlamlar yüklenmiştir. Bu dönemde sivil toplum, devletten farklı kendine has ilkeleri, yapısı ve kuralları olan bir alan şeklinde ele alınmaktadır (Şahin, 2013: 4).

2.2. Sivil Toplum Kavramının Tarihsel Süreci

Bugün sivil toplum üzerine yapılan tanımlarında devlet ile sivil toplum ve piyasa arasında bir sınır çizgisi bulunmakta ve sivil toplum bu iki alanın dışında, bağımsız olması gereken bir alan olarak tanımlanmaktadır. Daha önce aktarıldığı üzere sivil toplum, kavram olarak devletten, 18. yüzyıl sonrasında ayrılmıştır. Ancak bu durum 18. yüzyıldan önce sivil toplumun var olmadığı anlamına gelmemekte, sivil toplumu oluşturan bileşenlerin antik dönemden beri hayatın içerisinde yer aldığı bilinmektedir. 17. yüzyıl sonlarında ortaya çıkan modernleşme ve kapitalistleşme süreçleri sonucu geleneksel toplumsal yapıyı ayakta tutan kurumlar ve değerlerin işlevsizleşmesi, bunun sonucu ortaya çıkan krizler, toprak ve emek gibi geleneksel üretim araçlarının sermayeye bağımlı hale gelmesi (Marx, 2001) var olan düzenin ve otoritenin

sorgulanmasını beraberinde getirmiştir. Bu durum sivil toplum kavramının 18. yüzyıl dönemlerinde daha somut olarak görülmesini sağlamaktadır (Seligman, 1992: 15).

Toplumsal düzeni sağlayan bir “zor aygıtına” gereksinim duyulması ile birlikte aynı zamanda “aygıtın” başıbozuk davranmasını engelleyecek onu kontrol edecek bir denge unsuruna da ihtiyaç duyulmuştur. Bu noktada sivil toplum, önemli bir rol oynamıştır. Eski Yunan felsefe geleneğinde oldukça genel bir kullanıma sahip olan sivil toplum kavramı, Orta Çağ’da bölünmüş egemenlik birimlerini, feodal düzeni, Orta Çağ Krallıklarını ve İmparatorluklarını tümüyle belirten bir kavramı oluşturmaktadır.

Sivil toplum, ilk olarak Aristo tarafından kullanılan “Politike Koinoni”nın, Çiçero tarafından Latinceye çevrilmiş biçimi olan “societas civitis”ten gelmektedir (Tosun, 2001: 30). Aristo’ya göre, devlet ile sivil toplum arasından fark bulunmaktadır. Ona göre sivil toplum, belirli kurallara göre hareket eden bu kurallar çerçevesi içerisinde yaşayan siyasal toplumdan başka bir şey değildir (Kaldor, 2003). Benzer şekilde sivil toplum olarak kabul gören siyasal toplum, devletten bağımsız olarak ya da karşıt olarak düşünülememektedir. Sosyal yaşamı, “polis” ve “oikos” olarak ayıran Aristo “Politike Koinonia” terimi ile polisi kastetmektedir. Polis, siyasi (sivil) topluluk anlamına gelmekte ve aynı zamanda kamusal alanı ifade etmektedir. Hane veya aile anlamında kullanılan oikos ise insanın hususi yaşamını temsil etmektedir (Sunar, 1999: 66).

İnsan aklının ve bunun yansıması olan dilin yansıtıldığı mekân polisi ifade etmekte; oikos ise insanların duygularını ve arzularını yaşadığı yer olarak betimlenmektedir. Polis içerisinde yer alan insanlar, ortak bir konu etrafında tartışmakta, akıl yürütmekte, ortak fikir ve ortak sözü oluşturmayı amaçlamaktadır. İnsanlar, polisin içerisindeyken hayatı yaşayabilmekte, insan olabilmektedir. İnsanı insan yapan şey, düşünebilme ve akıl yürütebilmesidir (Yıldız, 2004: 85-86). Bireyin yemek, içmek ve barınmak gibi doğal gereksinim ve arzularının karşılandığı alan olan Oikos’un içerisinde yaşamlarını sürdüren kişiler, Aristoteles’e göre hayvandan farksız değildir (Aristoteles, 2020). Ona göre insanların biyolojik ihtiyaçlarını gidermek için zorunlu olarak yer aldığı bu alandan çıkıp polis düzeyinde gruplaşabilen kişiler, hayvansal taraflarını bırakabilmekte gerçek bir insan olabilmektedir (Sunar, 1999: 66).

Kısacası Aristo'da, devlet ve aileden başka bir alanı ifade eden sivil toplum fikri bulunmamaktadır (Okutan, 2006: 74).

Aristoteles'ten sonra Padova'lı Marsilius'da sivil toplum kavramını kullanmaktadır. Marsilius, sivil toplumun esas hedefinin, iyi yaşamayı sağlamak ve sürdürmek olduğunu belirtmektedir. Siyasal toplumun, sivil toplum olarak da var olabildiğini belirten Marsilius'ın amacı, sivil toplum kavramı temelinde siyaset ve Tanrı arasındaki bağları ayırmaktır. Devletin yapısını, örgütlenişini açıklamak için Aristoteles'den faydalanan Marsilius, devletin temelini çok sayıda ev halkının birleşmesi ve gelişmesi olarak ifade etmektedir. Bireylerin tek başına yeterli güce sahip olmaması, devlet etrafında bir araya gelerek güçlerini birleştirme ihtiyacını doğurmuştur. Marsilius, devletin oluşmasını herkesin daha iyi bir yaşam sürmesini garanti altına almak olarak görmekte ve bu garantinin sağlanması için devlet düzeninin belirli yasalara gereksinim duyduğunu ifade etmektedir. Ancak bu yasaların bir Tanrıdan ya da kiliseden değil, seçimle gelen yasa koyucular tarafından gerekirse yasa yapma ve yasa uygulamada zor kullanarak yapılması gerektiğini, Tanrının ve kilisenin söylediklerinin bir önemi olmadığını ileri sürmektedir (Tannenbaum and Schultz, 2007: 160).

Sivil toplum kavramının devlet ve toplum ile bütünleşik bir kavram olmaktan kurtulup bağımsız bir alan olarak ele alınışı Orta Çağ'da başlamaktadır. Özellikle Orta Çağ'ın siyasal karakteristiği olan feodal yapıdaki değişim ve dönüşümler, sivil toplum kavramının gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Özet, 2007: 19). Siyasal yapısı feodalizm olan Orta Çağ döneminde, sosyo-ekonomik ilişkiler tarıma dayalıdır. En çok toprağa sahip olanın hakimiyet sağladığı bu dönemin başlarında sivil toplum-devlet ayrımı yapılamamaktadır. Ancak dönemin sonlarına doğru ticaretin artması, toplumsal kesimlerde örgütlenmelerin başlaması, burjuva sınıfını meydana getirmiştir. Bu sınıfın ortaya çıkışı ile ayrıcalıklı kentler oluşmaya başlamakta ve burjuva sınıfında yer alanlar, sivil toplum kavramını farklı bir bakış açısıyla ele almaktadır (Özcan, 2011). Orta Çağ'da ayrıcalıklı kentlerin oluşması, bu kentlerde yer alan burjuvazinin hayatın birçok alanında hakimiyet sağlamaya başlaması, burjuva kamusal alanın oluşması (Habermas, 2015), ulus devleti yapısı içerisinde burjuvazinin yönetim kademelerine dahil olması gibi birçok toplumsal alanda yaşanan gelişmeler sivil toplum kavramının neden bu dönemde şekillenmeye başladığını açıklar niteliktedir (Seyfi, 2016: 19).

17. yüzyılın sonu ve 18. yüzyılın başlarında Batı medeniyetlerinde meydana gelen ekonomik ve toplumsal gelişmeler, sanayi toplumunun oluşması sürecinde yaşanan değişimler, sivil toplum kavramının modern dünyadaki anlamını şekillendirmektedir. Bu dönemlerde Batı topraklarında yönetimin merkezi bir hal alması, pazar ekonomisinde yaşanan gelişmeler, tarımın ticarileşmesi, yeni keşifler ve son olarak İngiliz ve Amerikan devrimlerinin yaşanması sonucu var olan siyasal düzen sorgulanmaya başlanmıştır. Bunların sonucu olarak aile, yani özel alan ve devlet dışında yeni üçüncü bir alanın varlığı gündeme gelmektedir (Çaha, 2003: 23).

Batı Avrupa’da özellikle 17. yüzyıldan itibaren yaşanan toplumsal gelişmeler sonucu siyasal değerler üzerine tartışmalar ve anlam arayışları meydana gelmektedir. Bununla beraber sivil toplum kavramı üzerine de farklı düşünceler gelişmeye başlamaktadır. Sivil toplum kavramı bu dönemde toplum sözleşmecileri olarak bilinen düşünürler tarafından, siyasal otoriteyi ortaya çıkaran, kamusal alan olarak ele alınmaktadır. Bu toplumsal sözleşmeci düşünürler; Hobbes, Rousseau ve Locke’dur (Eraslan, 2011: 19). Anlam olarak ilk kırılma noktası Aristoteles döneminde olan sivil toplum kavramının ikinci kırılma noktası Thomas Hobbes ile gerçekleşmektedir. Toplumsal sözleşme teorisi ile Hobbes toplum ile siyasal toplum arasında yer alan ayrımı net olarak çizmekle beraber sivil toplum-devlet ilişkisini de ortaya koymaktadır (Seyfi, 2016: 19).

Hobbes’a (2017) göre “Devlet var olmadıkça herkes herkesle daima savaş halindedir.” Bireyler kendilerini kontrol altında tutacak genel bir güç olmadan yaşadığı zaman, sürekli birbirleriyle savaş halinde oldukları bir doğa durumunda yaşayacaktır. Ancak bu mücadele içerisinde yaşamının ve çalışmanın bir anlamı yoktur çünkü alınacak olan karşılığın ne olduğu bilinmemektedir (Hobbes, 2017: 101). Bu çatışma ve mücadele halinin sona erebilmesindeki tek yol insanların sahip oldukları bütün güçlerini tek bir güce devretmeleridir. Hobbes, tüm bu güce sahip olacak kurumun, onay veya rızadan başka bir şekilde yetkilendirilmesi gerektiğini belirtir. Hobbes’un doğa durumu varsayımında bireylerin birbirleri ile çatışma içinde oldukları “homo homini lupus” durumu ancak bireylerin üstünde yetkilendirilecek, bireylerin haklarını devrettikleri ve böylelikle hem bu kurumla hem de diğerleriyle kuracakları bir sözleşmeyi gerekli kılmaktadır. Böylelikle herkes tek bir kurumda, herkes için aynı olan kurumda birleşecektir. Bu kuruma ise “devlet”, Latince “civitas” denilmektedir (Gönenç, 2001: 13). Kısacası Hobbes, devleti; insanlar arasında gerçekleşmesi

gereken bir sözleşme olarak tanımlamaktadır. “Büyük bir topluluğun birbirleriyle yaptıkları sözleşmelerle, kendilerini teker teker onun eylemlerinin yazarı saydıkları bir kimsenin, genel barış ve ortak savunmaları için uygun buldukları amaç yolunda hepsinin güç ve araçlarını kullanabilmesidir” (Hobbes, 1995: 121).

Hobbes, toplumun içerisinde, devletin toplumdaki ayrı ve devlete karşı bir topluluk oluşturma ihtimaline karşı çıkmaktadır. Ona göre devletten ayrı bağımsız şekilde oluşan gruplar, merkezi devlet otoritesine karşı rakip olabilme potansiyeli barındırmaktadır. Bu nedenle Hobbes, kilisenin veya başka herhangi bir topluluğun elinde gereğinden çok para bulunmasına, askeri gücün fazla popüler hale gelmesine ve hatta bir köyün bir kasabanın gelişip büyümesine kuşkuyla yaklaşmakta ve devlet içerisinde çok fazla sayıda bağımsız tüzel kişilik olmaması gerektiğini savunmaktadır. Hobbes’un düşünce yapısında çoğulcu bir toplum anlayışı bulunmamaktadır. Bu bakımdan Hobbes toplumu yönetmeye yönelik güç ve yetkinin, bir sözleşme ile, tek güçte, devlette toplanmasını istemektedir (Doğan, 2002: 57).

Hobbes gibi mutlakiyetçi yapıya sahip olan bir diğer düşünür de Jean-Jacques Rousseau’dur. Rousseau savlarını açıklarken Hobbes’un ileri sürdüğü doğa durumu varsayımlarından hareket etmektedir. Rousseau, Hobbes’tan farklı olarak, bu durumu tarihsel süreç çerçevesinde değerlendirmektedir. Rousseau görüşlerini açıklarken sabit bir doğa durumu değerlendirmesi yapmak yerine tarihsel süreç içerisinde toplumda gerçekleşen değişim ve dönüşüm süreçlerini de göz önünde bulundurmıştır (Duman, 2007: 351).

Rousseau (2019), siyasal toplum ile sivil toplum kavramını eş anlamlı kavramlar olarak değerlendirmektedir (Tosun, 2001: 34). Rousseau doğa durumunda olan insanın, yeme içme barınma gibi temel ihtiyaçları olduğunu kısacası hayvandan farksız olduğunu dile getirmekte ve insanı, hayvanlardan ayıran iki temel özelliğin bulunduğunu söylemektedir. Bunlardan ilki, insanların hayvanlar gibi içgüdüleriyle hareket edebilmesine rağmen seçme yeteneğine sahip olmasıdır. Böylelikle insan istediği şey ile istemediği şey arasından özgürce tercih yapabilmektedir. Diğer özellik ise, insanın hayvanlardan farklı olarak gelişebilme, ilerleyebilme, olgunlaşabilme, yetkinleşebilme potansiyeline sahip olmasıdır. Böylelikle insanlar tarihsel süreç içerisinde yaşanan olay ve durumlar karşısında tecrübeler edinerek, kendilerini geliştirerek, gereksinimlerini karşılayabilmektedir (Göze, 2005: 193).

Rousseau'ya göre toplumsal sözleşmeyle, bireylerin tüm yetki ve güçlerini tek bir otoriteye devretmesi, insanların zamanla kendi gereksinimlerini karşılayamaması durumunu ortaya çıkarmakta, bunun sonucu olarak da mülkiyete yönelik mücadeleler meydana gelmektedir (Onbaşı, 2005: 22). Bu durumun yeni bir toplumsal sözleşme ve özel mülkiyetin bu sözleşme ile yasallaşması sonucu son bulacağını savunan Rousseau, sivil toplumun temeli olarak özel mülkiyeti görmektedir (Tosun, 2001: 34). Hobbes'un aksine doğa durumunun savaş olmadığını iddia eden Rousseau'ya göre özel mülkiyetin ortaya çıkması, politik ve sivil toplumu meydana getirmektedir. Aynı zamanda özel mülkiyete yönelik toplum içerisinde yaşanan kavga ve mücadelelerin son bulabilmesi adına insanlar, bir otoritenin egemenliği içerisine girmek istemektedir. Bununla beraber insanlar devlet ile yapılan sözleşme sonucu doğa durumundan çıkarak sivil ve siyasal topluma geçiş yapmaktadır (Onbaşı, 2005: 23).

Sivil toplum kavramını ele alan bir diğer düşünür John Locke'dur. Ona göre sivil toplumun başlangıç noktası Hobbes ve Rousseau'da olduğu gibi birey ve bireyler arasında yapılacak olan sözleşmedir. Fakat diğer düşünürlere göre Locke'un anlayışını farklı kılan ve hatta Locke'un liberal düşüncesinin en başta gelen düşünürlere biri yapan doğa durumunu ve toplumsal sözleşme düşüncesini siyaset felsefesinin temeline koymamasıdır (Uzun, 2009: 229). Hobbes'tan farklı olarak Locke'a göre devlet, insan ve devlet arasında gerçekleşen bir sözleşmeyle kurulmakla beraber bireyin mülkiyetini koruyacak bir yapıyı da içermelidir. Ona göre devlet tarafından bireyin sahip olduğu haklarının ve mülkiyetinin koruma altına alınıp alınmaması durumu siyasal yapının varlık gösterebilmesini etkilemektedir. Sivil toplum kavramı ile siyasal toplum kavramının birbirine karşıt iki kavram değil de iç içe geçmiş ve anlam olarak tek bir yapı haline gelmiş olduğundan bahsetmektedir. Locke'a göre bireyler, doğa durumundaki düşüncelerini terk ettikleri aşamada, sivil toplumun oluşumundan söz etmek, daha gerçekçidir (Dilaveroğlu, 2012: 9).

Bireylerin doğa durumunda olmasının temelinde özgürlük ve eşitlik var olduğu sürece, bu hal, kargaşayı ve başıboşluğu önlemektedir. Bireyin doğa durumundayken herhangi bir yasaya bağlı olmaması söz konusu değildir. Bireyi yöneten ve yönlendiren doğa yasası bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse birey, kendisinin veya bir başkasının varlığını yok etme gücü ya da özgürlüğüne sahip değildir (Locke, 2002: 35). Locke'a göre bireylerin doğa durumundan vazgeçerek kendi istekleri ile sivil toplumu oluşturmaktaki en büyük etkenlerden biri güvenlik arayışıdır (Göze, 2005:

158). Aynı zamanda Locke, mülkiyetin birey için doğal bir hak olduğunu ve bu hakkın korunması arzusunun da sivil topluma ortaya çıkmasını sağlayan etken olduğunu savunmaktadır (Monk, 2004: 140). Locke’a göre mülkiyet; sadece mal, mülk, toprak, para olarak değil aynı zamanda bireyin özgürlüğünü oluşturan, yaşamını içeren, geniş bir anlam çerçevesinde yer almaktadır (Locke, 2002: 99).

18. yüzyıl, sivil toplum kavramının gelişmesi noktasında önemli bir zaman dilimini oluşturmaktadır. Sivil toplum kavramının devlet ile eşit tutulduğu liberal siyasal düşünce akımı, George Wilhelm Friedrich Hegel ile birlikte farklı bir boyut kazanmaktadır. Hegel, 1821 yılında kaleme aldığı “Hukuk Felsefesi” isimli eserinde, sivil toplum ve devlet arasındaki ayırmadan bahsetmektedir. Sivil toplumu ekonomik yapı içerisinde rekabet ortamında yer alabilmek için özel alanından ayrılan bireyler topluluğu olarak tanımlayan Hegel, devlet ile sivil toplumu eş tutmamakta, birbirlerinden ayrı iki kavram olarak değerlendirmektedir. Aynı zamanda sivil toplumdan özgünlük ve özerklik alanı olarak da söz eden Hegel’e göre, birey ve devlet ilişkisinde bir sözleşmeye gerek yoktur. Hegel devlet ve birey arasındaki ilişkinin, bireyin devletin otoritesini kabul etmesi sonucu, kendiliğinden ortaya çıkmaktadır (Hegel, 2004; Markal, 2014: 9).

Hegel’e göre sivil toplum kavramının oluşmasındaki temel nokta ve bu alandaki bireylerin ulaşmak istedikleri esas amaç, ihtiyaçlardır. Bireyler, yaşam içerisinde kendi çıkarları ve karşılamak zorunda oldukları ihtiyaçları için çaba göstermektedir. Ancak sivil toplumda özel mülkiyeti varsayan Hegel’e göre, insanlar birbirine bağımlı durumdadır. Ona göre toplum içerisinde eşit paylara sahip olmayan kişiler, sivil toplum alanı içerisinde birbirlerinin ihtiyaçlarını gidermek zorundadır. Bu da karşılıklı ilişkiyi yani bireylerin birbirine olan bağımlılığını zorunlu hale getirmektedir (Yıldırım, 2012: 26).

Sivil toplum ve devlet ilişkisinde, bireyi hareket noktası olarak ele alan Hegel, bireyin istenci ve genel istenç arasında bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bireyin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için çabaladığı sivil toplum alanında, bu ihtiyaçların karşılanması, ancak diğer bireylerin yardımı ile gerçekleşebilir. Ancak Hegel’e göre bireyin iradesi ile toplumun iradesi arasında tam anlamıyla bir uyum bulunmamaktadır. Bu nedenle devlet kavramına büyük önem veren Hegel, bu uyumun ancak devlet sayesinde sağlanabileceğini söylemektedir (Onbaşı, 2005: 30-31).

Hegel (1952) aile, sivil toplum ve devlet olarak belirlenen üç sosyal etkileşim alanının birbirinden farklı olduğunu vurgular. Özel haklar ve kamusal refah alanlarını ifade eden aile ve sivil toplumun aksine devlet, siyasi olarak bir araya gelmiş egemen ve yüksek bir kamu gücüne sahip ve diğer tüm oluşumlardan bağımsız ahlaki bir topluluktur (Hegel, 1952: 161). Hegel, sivil toplumu aynı zamanda burjuva toplumu olarak ele almaktadır. Ona göre; sivil toplum, aile ile devlet arasında aracı bir basamak rolüne sahiptir. Hegel'e göre sivil toplumun gelişmesinde ve bireyin özgürlüğünün teminatı noktasında, sözleşme bir etki unsuru değildir. Tarihsel süreç içerisinde edinilen bilgi ve birikimlerle beraber modern toplumda sivil toplum; sosyal sınıflar, bağımsız kurum ve kuruluşlar, şirketler ve bu ortamlarda oluşan pazar ekonomisi tarafından meydana gelmektedir. Kısacası Hegel'e göre bireyler ile birlikte toplumsal kurum ve kuruluşlar ve toplumsal sınıflarda sivil toplumu oluşturan önemli alanlardır. Aynı zamanda Hegel, sivil toplum sayesinde ve devletin içerisinde yer alarak ahlaki olgunluğa erişebileceğini savunmaktadır. Hegel'in sivil toplumu, devlet ile yakınlılaştırıp bütünleştiren bir devlet düşüncesine sahip olduğu söylenebilmektedir (Kırmızı, 2014: 8).

Sivil toplumu, devletten ayrı olarak değerlendiren bir değer düşünür ise Karl Marx'tır. Sivil toplum kavramını alt ve üst yapı çerçevesinde ele alan Marx'a göre, sivil toplum bir alt yapı unsuruyken devlet üst yapıda bulunan bir kurumdur. Bu nedenle sivil toplum, ekonomik ilişkilerin yer aldığı bir alanı oluşturmaktadır. Marx'ın sivil toplum kavramı, Hegel de olduğu gibi ekonomik yapıları, adaleti, kurumların örgütlenmesini içermektedir. Bu bakımdan geniş bir anlamı olduğu düşünülse de Hegel'in sivil toplum tanımında olduğu gibi aile kurumu, aile ile devlet arasındaki ilişki Marx'ın tanımında yer almamakta bu da yapılan tanımları kısıtlı hale getirmektedir (Bobbio, 1982: 15). Marx ve Engels'e (2013) göre sosyal yaşamın tüm alanlarını kapsayan yapı, devlet değildir sivil toplumdur. Ona göre sivil toplum, toplumsal yapıda, üretimi sağlayan güçlerin gelişimi içerisinde bireylerin karşılıklı ekonomik etkileşimde bulunmalarıdır. Sivil toplumu şu şekilde tanımlamaktadır:

...içinde bulunduğumuz aşamadan önceki bütün tarihsel aşamalarda mevcut üretici güçlerin kullandığı ve buna karşılık kendisine bu güçleri koşullandıran karşılıklı ilişki biçimi 'sivil toplum'dur... Sivil toplumun öncülü ve esas temeli basit aile ve klan da denilen, bileşik ailedir. Demek ki daha şimdiden de anlaşıyor ki, bu sivil toplum, bütün tarihin gerçek ocağı, gerçek sahnesidir.

Kapitalizmden önceki sivil toplum ile modern sivil toplum arasından bir ayrım olduğunu ifade eden Marx'a göre sivil toplum yalnızca özel mülkiyetin varlığı ile gelişmektedir. Bu nedenle kapitalist sistemde yer alan özel mülkiyet ile toplum ve devlet ayrımı zirve noktasına ulaşmaktadır (Savran, 2013: 270). Marx ve Engels'e göre (2013: 44) göre kapitalizm sonrası Avrupa'da yaşanan tüm ticari ve sınai yaşamı içine alan birlikte sivil toplum kavramı gelişmiştir. Bu burjuva sivil toplumu her ne kadar ulus ve devlet sınırlarını aşsa da dışarıda kendisini ulus olarak göstermiş, içeride ise devlet olarak toplumu örgütlemiştir.

Sivil toplumu ekonomi ile devlet arasında bir köprü olarak değerlendiren Marx'a (2001) göre sivil toplum kavramını da alt yapı ve üst yapı olarak incelemektedir. Ekonomik faaliyetlerin gerçekleştiği alt yapı, aynı zamanda sivil toplumun yer aldığı alanı oluşturmaktadır. Üretim güçleri ve üretim ilişkilerinden oluşan alt yapı, toplumsal ekonomiyi temsil ederken, üst yapı ise devleti yani toplumun yasal ve siyasi kurumlarını ideolojilerini, düşünce biçimlerini temsil etmektedir. Ancak alt yapının faaliyetleri, üst yapının kurumlarını büyük ölçüde etkileyebilmektedir. Kısacası sivil toplumun merkezinde yer alan ekonomik hareketler, sınıflar arası hiyerarşik bir yapı meydana getirmekte ve Marx'a göre devlet de bu yapı tarafından belirlenmektedir. Her ne kadar Hegel'in sivil toplum anlayışında olduğu gibi çatışma alanı olarak gözüксе de Marx'ın anlayışında bu çatışma ortamı devlet tarafından gözetlenip kontrol edilmekte ve hatta bizzat devlet tarafından oluşturulmaktadır (Karadağ, 2017: 9).

Sivil toplum kavramını ele alan bir diğer düşünür ise Antonio Gramsci'dir. Sivil toplum ve devlet ilişkisini, Marx'da olduğu gibi alt yapı üst yapı ilişkisine göre açıklamaktadır. Ancak Gramsci, Marx'tan farklı olarak sivil toplumun üst yapı içerisinde yer aldığını savunmaktadır. Bununla beraber Gramsci, alt yapı ve üst yapıyı birbirinde farklı iki parça olarak ele almamakta bir bütünün iki yarısı olarak değerlendirmektedir (Akkaya, 2014: 38). Gramsci, sivil toplumu, devletin karşı alanında, kişilerin özel ihtiyaçlarını karşılamak nedeniyle oluşturdukları aile, dernek ve diğer grupları içinde barındıran bir alandır. Sivil toplum, Gramsci'ye göre ikna, diyalog ve uzlaşma hallerini içermektedir. Toplumu denetleme ve yaptırım gücüne sahip olan devlet, toplum üzerinde söz hakkına sahip konumdadır (Vergin, 2000: 244).

Gramsci'ye (1986) göre sivil toplum ve politik toplum arasında kurulan ilişkinin devlet tarafından denetlenmesi ve dengelenmesi, sivil toplumun tanımlanması

noktasında önemli nokta konumundadır. Sivil toplum kavramı ile Gramsci özel bir üretim sistemi, bir hegemonya aracı ve ekonomik yapıya bağlı yaşam biçimini kastetmektedir (Gramsci, 1986: 101-102). Gramsci'ye göre ideolojilerin uygulanma ortamı olan sivil toplum, aynı zamanda ideolojik rekabet etrafında da otoriteyi belirlemektedir. Devletin sahip olduğu ideolojiyi, sivil toplum otorite aracılığıyla meşru hale getirerek toplumdaki tüm gruplara yayılmasını sağlamak ve bu ideolojinin, diğer toplumsal sınıflar tarafından da kabul görmesine neden olmaktadır. Hegemonyanın iki ayağı olduğunu ifade eden Gramsci'ye göre, bunlardan ilki olan kültürel ayağı sivil toplumu politik ayağı ise devleti, temsil etmektedir. Toplum ise bu genel hegemonyanın kuşatması içerisinde yer almaktadır. Sivil toplumu, siyasal toplumdan ayrı ele alan Gramsci, bu ayrımı, devlet kilise karşıtlığının yer aldığı döneme kadar götürmekte ve tarihsel süreç içerisinde sivil alanın kiliseyi, siyasal alanın ise devleti temsil ettiğini belirtmektedir (Bayraktar, 2015: 8). Alexis de Tocqueville, sivil toplumu, demokrasiyi korumak ve toplumsal ihtiyaçlara çözüm üretebilmek, devletin baskısına karşı müdahale edebilmek gibi faaliyetleri içeren, toplumun kendini korumak için oluşturmuş olduğu bir güven olarak tanımlamaktadır (Yetiş, 2005: 14).

Tocqueville'e göre, kişiler kendi düşüncelerini savunmak ve yayabilmek için sivil toplum kuruluşlarının çatısı altında bir araya gelirler. Amaçları toplumun diğer kesimlerine görüşlerinin haklı olduğunu anlatmak ve yaymaktır (Doğan, 2002: 96).

Sivil toplumun kavramının gelişimini, Fransa ile A.B.D'yi karşılaştırarak tanımlayan Tocqueville (1994), iki önemli özelliğe dikkat çekmektedir. Bu hüküm sürmesidir. İkinci özellik ise A.B.D'de yerinden yönetime ehemmiyet verilerek gücün sadece tek bir yerde toplanmasının önüne geçilmiştir. Her iki özellikte A.B.D.'de sivil toplumun oluşması noktasında en uygun zemini hazırlamıştır (Tocqueville, 1994: 13). Tocqueville, Fransa'da halk arasında herhangi bir kurumun neredeyse yok denilecek kadar az olduğunu; Amerika'da ise devlet ile toplum arasında aracı görevi gören kurum ve kuruluşların var olduğunu ifade ederek, bireylerin herhangi bir sorunla karşılaştığında, sorunlarını, dernek veya vakıf gibi araçlar vasıtasıyla çözüme kavuşturmaya çalıştıklarını gözlemlemiştir. Bu nedenle Tocqueville, Amerika'da sivil toplumun gelişimi ile toplumsal ve siyasal yapı arasındaki bağlantıya dikkat çekmektedir (Tumay ve Okatan, 2015: 327-336).

2.3. Sivil Toplum, Devlet ve Egemenlik

19. ve 20. yüzyıla baktığımızda sosyal alanın oluşması ve şekillendirilmesi sürecinde devletin, egemen, tek aktör olma ayrılacağına kırılmaya başladığını görmek mümkündür. Bu dönemde sivil toplum ve devlet arasındaki ayrım keskinleşmiştir. Egemenliğin paylaşımı noktasında, sivil toplum, bu dönemde devletin biricik konumunun sorgulanmasına olanak sağlayan bir alan oluşturmaya başlamıştır. Anthony Giddens'in (2021) vurguladığı üzere modernitenin dört ana sonucu olan; kapitalizm, toplumsal yapının dönüşümü ve demistifikasyonu, ulus-devlet ve askeri bürokratizasyon süreçlerinin ilk ikisi açısından değerlendirildiğinde, sivil toplumun gelişiminin, modern devletin bu alanlardaki tekeli sorgulamaya açtığını söylemek mümkündür. Sivil toplum, özellikle egemenliği sosyal, demokratik, laik ve hukuk devletinin oluşturulması ve ortak iyiye ulaşma sürecinde talep etmektedir (Demirel, 2009: 45). Her ne kadar devletle olan bu çatışma, 1929 Ekonomik bunalımı sonrasında uygulanmaya başlanan Keynesçi sosyal politikalar ve II. Dünya Savaşı sonrasında Avrupa devletleri tarafından benimsenen sosyal demokrasi pratiği ile kısmen sönümlense ve devlet ile sivil toplum arasında uzlaşma sağlansa da, söz konusu uzlaşmanın uzun ömürlü olmadığını, 1980 sonrasında benimsenen neo-liberal ekonomi politikalarının, devleti minimize etme girişimlerinin, sivil toplumun önemini bir kez daha gündeme getirdiğini ifade etmek gerekir.

Sivil toplum ve devlet kavramı siyasal düşünce içerisinde birbirini tamamlayan ama aynı zamanda birbirlerinden farklı iki alan olarak değerlendirilmektedir. Sivil toplumun gelişmiş olduğu toplumlarda genel olarak devlet; araçsal, sınırlı ve daha küçüktür. Sivil toplumun gelişmediği zayıf ve eksik kaldığı toplumlarda devlet sosyal yaşamın tüm alanlarına sınırsız ve hâkim toplum üzerinde etki sahibi olabilmektedir (Çaha, 2012: 202). Devlet ve sivil toplum arasında zıtlık olmakla birlikte sivil toplumun gelişmiş olduğu bölgelerde devletin hakimiyeti daha az iken gelişme açısından geride kalmış toplumlarda devletin varlığı daha ağır basmaktadır. Sivil toplum devletin, istibdat ve siyasal tekelliliğine karşı toplumun varlığını devam ettirmek ve korumak amacı çerçevesinde şekillenmektedir (Caniklioğlu, 2007: 40).

Sivil toplum, siyasi alana karşı diğer seçenek alan olarak ortaya çıkmamıştır. Sivil toplum alanı, devletten hür ama aynı zamanda devletin faaliyet alanı ile ilişkili bir alandır. Bu boyutuyla sivil toplumun bir başka önemli niteliği, devletten

gelebilecek baskının, topluma yumuşatılarak aktarılması ve bazı hallerde bu baskıya karşı toplumsal ittifakların kurulmasına olanak sağlamaktır. Bu işlevi dolayısıyla sivil toplum, devleti teknik bir örgüt olarak yeniden kurgulamaktadır. Sivil toplum-devlet ilişkisinde araçsal bir yapı olan devlet, sivil toplumun alanın genişlemesine ve gelişmesine yönelik uygun ortamı sağlamaktadır. Devletin faaliyet alanı anayasal çerçeveler tarafından belirlenmiştir ve devlet bu sınırlar dışına çıkamamaktadır. Sivil toplumun güncel kaldığı ve gelişim gösterdiği toplumlarda genellikle devlet otoritesinin anayasal olarak sınırlandırılması benimsenmekte, devletin anayasal sınırların dışına çıkması engellenmektedir (Tuncel, 2011: 69).

2.4. Sivil Toplum ve Demokrasi

Diane Ravitch'e göre demokrasi bir süreci birlikte yaşama ve birlikte iş yapma biçimini ifade etmektedir. Demokrasi kavramı bir süreç olarak değerlendirildiğinde sivil toplum bu sürecin gelişmesi ve sağlamlaşması noktasında katkıda bulunmaktadır. Demokratik bir sistem ile sivil toplumun işlevsel rolü arasında bir bağ olduğunu kabul eden birçok düşünürün var olduğu bilinmektedir (Akt. Tunç ve Aktaş, 1998). Etyen Mahçupyan (1997: 130) sivil toplum ve demokrasi arasındaki bağı şu şekilde tanımlamaktadır: "Sivil toplum demokrat bir yönetim biçiminin vazgeçilmez bir parçasıdır, çünkü sistemin çalışabilmesi ve meşruiyeti sivil toplumun işlevsel olabilmesine bire bir bağlıdır."

Seyfettin Aslan'a (2010) göre sivil toplum ve demokrasi ilişkisi 1980'li yıllarda SSCB, Orta ve Doğu Avrupa'daki totaliter rejimlerin çözülmesi sırasında yeniden gündeme gelmiştir. Aslan (2010), sivil toplum ve demokrasi ilişkisinde rejimleri 3 sınıfa ayırmaktadır.

1. Sivil toplum devletten ahlaki ve siyasi olarak güçlüyse, o ülkede sivil toplum etkin ve özgürse o ülke demokratiktir.
2. O ülkede sivil toplumların eylemleri ve özgürlüğü kısıtlanıyorsa ülkenin rejimi totaliterdir.
3. Sivil topluma sınırlı seviyede özgürlük verilip devlet baskısını hissettiriyorsa da ülkenin rejimi otoriterdir.

Aslan'a (2010: 358-371) göre sivil toplumun demokrasiye katkısı o ülkedeki sivil toplumun örgütlenme oranından ve çokluğundan ziyade bu kuruluşların bir araya gelerek oluşturacakları demokratik ilişkiler ile ve bu sivil kuruluşların kendi içlerinde

demokrasiyi benimsemiş olmalarıyla mümkün olacaktır. Eğer sivil kuruluşlar kendi içlerinde demokrasiyi benimsemezlerse totaliter ya da otoriter politikaların uzantısı olacaklardır. Devlet sivil toplum üzerinde baskıcı halini çok fazla gösterirse o ülkedeki sivil toplum demokratik unsurları yeterince içselleştiremeyecek ve demokratikleşmekten uzaklaşmaya başlayacaktır. Aslan'a (2010) göre sivil toplum kuruluşları demokrasi için fayda sağladığı gibi aynı zamanda tehlike de arz edebilmektedir.

Sosyal bilimciler sivil toplum kavramı ile birlikte demokrasiye uyumlu ideal bir toplumsal örgütlenmeyi resmetmek istemişlerdir. Bu nedenle demokrasiye yönelik gerçekleştirilen her tartışmada sivil toplum konusu açıklanmakta; sivil topluma ilişkin her açıklamada demokrasinin daha ne kadar "demokratikleşmesi" gerektiği üzerinde durulmaktadır. Sivil toplumun demokratik karakterine ilişkin önemli etkenlerden birisi de onun örgütlenme ve kamusallaşma düzeyinde yaşanan gelişmelerdir. Siyasi partiler de kamusallaşmış çıkar kümeleri de demokratik yapının devamlılığına, yönetilebilirliğine katılım sağlamaktadır (Tosun, 2001: 152).

Demokratik değerlere sahip olan devlet ve sivil toplum kavramları karşıtlıklar temelinde değil birbirlerini tamamlayan kurumlar temelinde değerlendirilmektedir. Sivil toplum siyasal sistemlerin demokratik olarak şekillendiği ülkelerde demokratik özelliklere sahip olmaktadır. Otoriter, demokratik nitelikten uzak olan ülkelerde ise sivil toplum siyasal otoritenin gerisinde etkisiz kalmış ya da hiç gelişmemiştir (Ulaş, 2013: 403). Bu nedenle demokratik sivil toplumunda demokratik devleti, demokratik devletin demokratik sivil toplumu, oluşturacağı düşüncesi ortaya çıkmaktadır (Tamer, 2010: 91). Liberal değerli benimseyen Batı Avrupa ülkelerinde sivil toplum ve beraberinde demokrasi gelişmişken, toplumcu değerleri ele alan Doğu Avrupa ülkelerinde demokrasi ve sivil toplum Batı ülkelerine göre gelişim gösterememiştir. Özellikle 80'li yıllardan sonra toplumcu ülkelerde yaşayan gruplar, plüralist ve özgürlükçü değerleri öncü olarak ele almaya başlamışlar ve bununla beraber sivil toplumun varlığı ortaya çıkmaya aktif hale gelmeye başlamasıyla birlikte demokratikleşme süreci başlamaktadır (Gümü, 2014: 543).

2.5. Sivil Toplum Kuruluşu (STK)

Sivil toplumun tanımı gibi STK'nın da tek bir tanımı yoktur. Bu kuruluşları tanımlamak için “üçüncü sektör kuruluşları”, “gönüllü kuruluşlar” gibi farklı isimler kullanılmaktadır. İngilizce kelime karşılığı “nongovernmental” olan ve Türkçe’ye “Sivil Toplum Kuruluşu” olarak çevrilen terim, “ne olduğundan” ziyade “ne olmadığı” üzerinden adlandırılmıştır (Kuçuradi, 1998: 24).

STK, üçüncü sektörel kuruluşlar, sivil toplum örgütü, sivil toplum kurumu, devlet ya da hükümet dışı kuruluşlar, gibi terimlerle ifade edilmektedir (Kutlu ve Usta, 2005: 199). Şahin (2007: 31) STK'ları; devletten bağımsız, gönüllü birlikteliğe dayalı ve üyelerinin çıkarlarının dışında, toplumsal çikara yönelik çalışan, kâr amacı gütmeyen ve yasal zeminde faaliyet gösteren kuruluşlar” şeklinde betimlemektedir (Şahin, 2007: 31). Sivil Toplum Kuruluşlarını ele alan Larry Diamond’a (1994) göre ise STK; gönüllü olarak faaliyet alan, kendi kendini üreten, kendi hayatını idame ettiren, özerk bir yapıya sahip, hukuki bir düzen içerisinde işleyen ve ortak değerler kümesine sahip olan toplumsal bir yaşam alanıdır (Diamond, 1994). Başka bir tanım da ise sivil toplum kuruluşları, belli sosyal, sanatsal, kültürel ve bilimsel hedefler etrafında gönüllü şekilde toplanan, belirlenen amaçlar çerçevesinde hareket eden bireylerin oluşturduğu, tüzel kişiliği ve devamlılığı olan yapılar olarak adlandırılır (Bozkurt vd., 1998: 90).

STK'nın, dar ve geniş olmak üzere iki farklı tanımı bulunduğunu ileri süren İbrahim Yıldırım’a (2004) göre yaygın anlamdaki tanımı “Sivil alanda faaliyet gösteren, devletin bir parçası olmayan her türlü örgütlenmeyi” dar anlamdaki tanım ise “yalnız sosyo-ekonomik kalkınmaya doğrudan ya da dolaylı katkı sağlamak amacıyla kâr amacı içinde olmayan, gönüllülük, kişisel ve bağımsız çıkarlarına çalışmamak gibi temellere dayanan kuruluşlar” şeklindedir (Yıldırım, 2004: 51-52).

Bu akademik tanımlama girişimlerinin ötesinde STK'ların bizatihi kendilerini tanımlama girişimleri de bulunmaktadır. Bu çerçevede ilk resmi tanımlama, BM tarafından yapılmıştır. 1910 yılında 132 kuruluş bir araya gelerek STK kavramının tanımlanmasında bazı temel niteliklere dikkat çekmişlerdir. Buna göre sivil toplum kuruluşlarının belli başlı nitelikleri; merkezi otoriteden doğrudan etkilenmeyen, politik nitelik taşımayan, kâr sağlama amacı içinde olmayan kuruluşlar olmalarıdır (Willetts, 2002).

Kuçuradi'ye (1998: 24) göre sivil toplum kuruluşları, belirli zaman ve mekân içerisinde, bilgiye dayalı olarak belirlenen bir ihtiyacın karşılanmasını hedefleyen, kâr sağlama amacı içinde olmayan, hizmet vermeyi amaçlayan ve bunun sonucunda kamunun yönetiminde rol alan kuruluşlardır.

Sivil toplum kuruluşları farklı amaçlara sahip kuruluşlar olarak birçok alanda faaliyet yürütebilirler ve bu özellikleri dolayısıyla STK'ları kategorize etmeyi hedefleyen tanımlamalar bulunmaktadır. Niteliklerine göre STK'lar (non-governmental organisation - NGO) farklı kısaltmalarla tanınmaktadır: INGO (international NGO – uluslararası STK), BINGO (businessinternational NGO – ticari uluslararası STK), LINGO (labourinternational NGO – iş gücü uluslararası STK), DINGO (developmentinternational NGO – gelişmeci uluslararası STK), DONGO (donororganised NGO – fona dayalı STK) ve TANGO (technicalassistance NGO – teknik destek veren STK).

Sivil toplum kuruluşlarını işlev tarzlarına göre iki kategoride ele alınmaktadır. Bu kategoriler, “operasyonel” ve “kampanya veya savunuculuktur. Operasyonel sivil toplum kuruluşları; çevre, sağlık, yardım veya kalkınma gibi yerleştirilmiş faaliyetler yapabilmek için ekonomik kaynakları, materyalleri ve sivil toplum gönüllülerini organize eder. Planlanan projeleri uygulamakla görevli olan operasyonel sivil toplum kuruluşları; kalkınma odaklı, yardım odaklı, seküler ya da dini bir niteliğe sahip olabilecekleri gibi kamuya açık ya da özel sektör bünyesinde de faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedir. Öte yandan bu kuruluşlar, uygulanacak olan projeler için gerekli maddi kaynağı temin etmek için kendi fonlarını oluşturabilmekte, hükümet ya da özel kuruluşlardan hibe desteği ya da lojistik yardım alabilmektedir.

Bir diğer kategori olan kampanya veya savunuculuk sivil toplum kuruluşları ise küresel politikayı etkilemeye çalışmaktadır. Bu kuruluşlar; insan hakları, kadın hakları, çocuk hakları gibi alanlarda destekçilerini harekete geçirme ve medyanın ilgisini çekme amacıyla etkinlikler düzenlemektedir. Kampanya veya savunucu sivil toplum kuruluşları, küresel sorunlara yönelik politik tepkilere karşı farkındalık yaratmaya, lobi yaparak basın açıklamaları aktivist etkinlikler yaparak bilgi üretmeye çalışmaktadırlar (Kellow and Gregory, 2018: 3-7).

2.5.1. Sivil Toplum Kuruluşlarının Temel Özellikleri

Toplum ve devlet arasında bir köprü işlevine sahip olan Sivil Toplum Kuruluşları, vermiş oldukları hizmetler, oluşum şekilleri, hizmet kapasiteleri, devamlılıkları, çalışma alanları, yaptıkları faaliyetleri açısından birbirinden farklılık göstermektedir (Yaprak ve Bacak, 2005: 421). Sivil Toplum Kuruluşlarının birçok özelliği bulunmaktadır. En temel özellikleri ise yalnızca kendi hedef ve çıkarları için değil, toplumun ya da bir grubun genelini ilgilendiren çıkarlar doğrultusunda faaliyet gerçekleştirerek toplumsal sorunlara çözümler sunmaktır. Aynı zamanda bu kuruluşlar, kâr amacı gütmeyip, gönüllülük esaslı çalışan bireylerin yer aldığı, belli bir alanda uzmanlaşmış, toplumdaki her bireye açık ve insan haklarına saygılı davranışlar sergileyen, devletten bağımsız özerk bir yapıya sahip ve toplum ile devlet arasında köprü olan topluluklardır (Akatay ve Harman, 2014: 83).

Bihter Güngör Ak (2005: 184) sivil toplum kuruluşlarının özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır.

- Toplumsal sorunların çözümü için çalışmalar yapmak,
- Toplumsal sorunların çözümünde devletle iş birliği içerisinde olmak,
- Siyasi bireyler tarafından kullanılmak yerine devlet yönetiminin verimli, sorumlu, etkili ve şeffaf bir yapıya sahip olması için çalışmak,
- Böylece sivil toplum en kuytu yerdeki vatandaştan en merkez içindeki yaşayan vatandaşa kadar ulaşarak tüm vatandaşların aktif olarak yönetime katılmasını sağlamak,
- Toplumsal yaşam içinde var olan farklı ekonomik, kültür ve sosyal şartlardan gelen herkesi şeffaf, demokratik bir yönetim anlayışı etrafında toplamak,
- Hak ve sorumlulukların toplum ve devlet arasında adaletli dağılımını gerçekleştirmek.

STK'ların niteliklerini hukuki yapılardan ziyade onların özerklikleri belirlemektedir. Bu kuruluşlar, denetim ve yönetim faaliyetlerini kendi oluşturdukları kaideleri ile sağlamaktadır. Sosyal oluşum ve kurallara izin veren yasalar, umumi bir çerçeve çizmektedir. STK'lar için özerk bir yapıya sahip olması oldukça önem arz etmektedir: “Bir kuruluş para aldığı yere bağımlı olma durumundadır ve söz hakkını kaybeder” maddi olarak kişilere ya da kurumlara bağımlılık, STK'nın özerk yapısını engellemektedir. Diğer yandan kamu kuruluşları ve devlet gelirlerinden pay

aktarılarak oluşturulan organizasyonların ise STK kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği tartışmaya açıktır. Bu nedenle STK'ların büyük ölçüde kaynak oluşturmaları ve bu kaynağı da toplumun faydasına kullanmaları istenmektedir (Yıldırım, 2004: 61).

Sivil toplum kuruluşlarında uygulamada gönüllü ve üye ayrımı yapılmaktadır. Gönüllülük, hiçbir maddi karşılık beklemeden ya da herhangi bir çıkar gözetmeden, ailesi ya da yakın çevresi dışındaki insanların yaşam kalitesini artırmak ya da topluma fayda sağladığı düşünülen bir hedefe ulaşmak için, yalnızca içinden gelerek ve doğru olduğuna inanarak, bir toplumsal faaliyete ya da sivil toplum kuruluşlarındaki etkinliklere katılması, destek olması şeklinde tanımlanabilir (Güder, 2006: 4). Gönüllü, herhangi bir organizasyona üye olmadan etkinliklerin üretilmesinde ve katılımında yer alan kişi olarak kabul edilmektedir (Yıldırım, 2004: 61). Sivil toplum kuruluşlarına üyelik ise kuruluşun amaçlarına ve yapısına göre farklılıklar göstermektedir. Bazı STK'lar etkinliklere düzenli katılım sağlayacak kişileri üye olarak kabul etmekte, bazıları üye sayısını belirli bir sayıyla sınırlı tutmaktadır. Kimi durumlarda ise gönüllü veya üyenin, kuruluştan beklentisi farklıdır. Örneğin, fiziksel olarak özel durumu olan bireylerden oluşan STK'larda, üye olma şartı fiziksel olarak özel durumda olmalı iken, gönüllülükte ise fiziken özel durumu olmayan ama onlara yardımda bulunmayı kabul eden bireylerden oluşabilmektedir (Gönel, 1998: 57).

Sivil toplum kuruluşlarının en temel özelliklerinden birisi özerkliliktir. Özerklik; sosyal toplulukların, kendi başlarına bir başkasının desteğine ihtiyaç duymadan varlıklarını devam ettirebilmeleri, devletin veya hükümetin siyasi yapısından uzak durabilmesi olarak tanımlanabilmektedir. Aynı şekilde sivil toplum kuruluşları kendilerini herhangi bir siyasal ideolojiden, ekonomik çıkar gruplarından ve devletten bağımsız yapılar olarak tanımlamaktadır (Karakul, 2006: 10).

Kamu yararı gözetmek de yine STK'ların özelliklerinden biridir. Sivil toplum kuruluşları, toplumsal sorunlara çözüm üretmek, refah seviyesini yükseltmek toplumun ve içerisinde yaşayan bireylerin iyiliği, kalkınması gibi alanlarda dolaylı ve doğrudan görev yüklenerek, kamu faydasına çalışmalarda ve faaliyetlerde bulunan kuruluşlardır (Yıldırım, 2004: 63).

Sivil toplum kuruluşlarının sahip olduğu en önemli özelliklerden birisi de kâr amacı gütmemesidir. Kâr amacı gütmemek, bilerek ve isteyerek kâr elde edebilmek

için oluşmamak, öz kaynakları kişi ya da kurumlar arasında paylaştırmamak veya devretmemektir. Ekonomik alan içinde yer alan sınai ticari ya da mali ortaklıkların bulunduğu kuruluşlardan farklı olarak kâr amacı gütmemesi, sivil toplum kuruluşlarını bu alanlardan ayırmaktadır. Genel bir şekilde ifade etmek gerekirse; ortak çıkarı ve toplumsal faydayı amaç edinmiş olan sivil toplum kuruluşları, ekonomik yapı içerisinde kâr elde etme amacı güden kuruluşlardan ayrılmaktadır. Amaçlarını elde etmek için gerekli kaynağı bağışlar ve örgütsel çalışmalar sonucu elde eden sivil toplum kuruluşları, kişisel kazanç sağlamak için faaliyet göstermemektedir. Ayrıca yapılan faaliyetler sonucu belli bir kazanç elde edilse bile bu kazanç üyeler arasında paylaşılmamaktadır (Duman, 2007: 365).

STK'ların sahip olduğu bir diğer özellik ise şeffaflıktır. Şeffaflık, iyi bir yönetim için kilit unsur sayılmaktadır. Toplumsal yaşam içerisinde bireyleri, hakları konusunda bilgilendirmek, sorunlarını ilgili kuruluşlara iletmek ve çözüm üretmek aynı zamanda çözüme ulaşan sonuçlardan haberdar olmasını kolaylaştırmak; yasal, kurumsal düzenlemeler yapmak, basılı kitapçıkların sunumu sağlamak, iletişim ve internet ağını verimli kullanmak, gibi çabalar şeffaflık için oldukça önemlidir. Burada şeffaflık toplumun beklentilerinin, karşılanabilmesinin bir aracı konumundadır. Bu bağlamda şeffaflık bir amaç değil, devleti teşvik etmek, refahı artırmak gibi hedeflere ulaşmak için bir araç konumundadır. STK'ların güvenilirliklerinin sağlanabilmesi için hedeflerinin ve ekonomik kaynaklarının şeffaf olması önem içermektedir. Varlıklarını devam ettirebilmek ve toplumsal güveni kazanabilmek için sivil toplum kuruluşları tüm faaliyetleri şüphe duyulmayacak kadar açık şekilde gerçekleştirmektedir (Yıldırım, 2006: 52-53).

Bir kamu alanına sahip olmak STK'ların özelliklerinden biridir. Yıldırım'a (2004) göre, kamu alanı özel alan dışında siyasal toplumu ve sivil toplumu ilgilendiren yaşam düzlemidir. Devletten bağımsız ve özerk olan yurttaşların, girişimlerini içeren bu organizasyonlar aynı zamanda kamusal alanda faaliyetlerini yürütmektedirler (Yıldırım, 2004: 63). Modern dünya ve küreselleşmeyle birlikte sivil toplumun faaliyet alanları ve sınırları da sorgulanmaya başlanmıştır. Küreselleşmenin etkisi kamusal alanı aşarak uluslararası bir boyuta ulaşmaktadır. Bu nedenle gelişmiş toplumlarda sivil toplum sadece kamusal alanı değil uluslararası alandaki varoluşuyla çok boyutlu bir yapıya dönüşmektedir (Melucci, 1988: 257).

Bu bağlamda küreselleşme sürecinin, STK'ların varlığını devam ettirme yeteneklerini ve potansiyelini, diğer uluslar ve uluslararası organizasyonlarla ağ oluşturabilme imkânı sağlayarak, genişlettiğini söylemek mümkündür. “Küresel sivil toplum” idealinin izini süren John Keane (2003), bu ütopyanın, yeni olmadığını, bununla birlikte bugünün dünyasının ve iletişim ekosisteminin sağladığı olanaklar nedeniyle önceki ideallerden (Hristiyanlık, İslam...vs.) daha somut olduğunu iddia eder. Keane'ye (2003) göre, küreselleşme sürecinin ortaya çıkardığı öznel olarak “küresel yurttaşlar”, sınır-ötesi bir mantaliteye sahiptir ve bu nitelikleri dolayısıyla kendine has sosyal alanlar yaratabilmektedirler. Bir başka isim, Ned Rossiter (2006), iletişim teknolojilerindeki gelişim ve ortaya çıkan ağ toplumunun, temsili-olmayan bir demokrasi anlayışını yaygınlaştırarak, temsili demokrasi anlayışının yurttaşı, kurumsal düzeyde saf-dışı bırakma ihtimalini azalttığını iddia etmektedir. Benzer şekilde Noortje Marres (2006) de iletişim teknolojilerinin, STK'lar açısından iki temel ağ oluşturduğunu iddia etmektedir. Bunlar; sosyal ağlar ve info-ağlardır. Marres (2006: 4), bu ağların, “ortaklıklar yaratma”, “farkındalık oluşturma”, “arkadaş (paydaş) oluşturma” ve “bilgi paylaşma” gibi dört temel işlevi yerine getirdiğini savunmaktadır. Bu nedenle, iletişim teknolojilerinin sağladığı olanakların, günümüz STK'ları açısından ontolojik, epistemolojik ve pratik bir nitelik taşıdığını ve bu sürecin, küreselleşme sürecinden ayrı değerlendirilemeyeceğini kabul etmek gerekmektedir.

2.6. Sivil Toplum Kuruluşu ve Gönüllülük

STK'lar günümüzde yalnızca üyelik kurumu aracılığıyla değil aynı zamanda faaliyetlerine destek olan gönüllü katılımcılarla da çalışmalarını sürdürmektedir. Bu nedenle gönüllülük çalışmanın kuramsal arka planını ortaya koymak için önem arz etmektedir. Sözlükteki anlamına bakıldığında gönüllülük kelimesi; hiçbir baskı ve zorunluluk olmamasına rağmen tamamen kendi isteği ile bir işi yapan kişi, kuruluş veya topluluk olarak tanımlanmaktadır (Rado, 1970: 441). BM'nin gönüllülük değerlendirmesine baktığımızda üç kriteri dikkate aldığı görülmektedir. Bunlar; kişinin hür iradesi, diğer kişilerde yarar sağlaması ve maddi çıkarı olmamasıdır (Musick, 2008: 11).

Her toplumda o toplumun dinamiklerine göre gönüllülük uygulamaları değişse de gönüllünün fonksiyonu ve etkisi evrensel bakımından bütünleştirici bir boyuta

sahiptir. Gönüllülük ile birlikte farklı kültür, farklı hayat, farklı din ve farklı dile sahip kişilerin paylaşım, dayanışma ve farklı görüşlere karşı hoşgörü niteliklerini geliştirebilmektedir. Bu bakımdan toplumsal gelişime fayda sağlayarak sosyal uyumun yakalanmasında ve uyuşmazlıkların çözülmesinde önemli roller üstlenmektedir (Bağcı, 2013: 48).

Gönüllü olmak ayrıca aktif vatandaşlık, içselleştirilmiş bir felsefe ve siyasi bir duruşun işareti olarak değerlendirilebilmektedir. Bu durumun nedeni gönüllü faaliyetlerin ortak fayda ya da menfaat, ortak sosyal ve siyasi tutumları olan ve ortak ilgileri olan toplulukların varlığına olan ihtiyaç olarak açıklanmaktadır (Fazlıoğlu, 2013: 69).

Gönüllü Kimdir? sorusuna Nafiz Güder (2004: 49) şu şekilde cevap vermektedir: “Gönüllü, sahip olduğu zaman, fiziki güç, deneyim, bilgi ve yetenek gibi özelliklerinden birini veya birkaçını, STK’nın proje veya olağan bazındaki çalışmaları için sunabilecek, STK’nın işleyişine katkı sağlayabilecek durumda olan ve bunun karşılığında maddi bir kazanç beklentisi olmayan bireydir.

Gönüllü olmanın pratik alanda sağladığı faydanın haricinde genel olarak yarar sağladığı olumlu sosyal gelişmeler, kişilerin ilgilerini çekmesi ve toplumun büyük bir bölümüne yayılması, daha iyi ve doğru anlatabilmesi için emek harcanması gereken bir iş olarak değerlendirilmelidir. Gönüllü olmanın sağladığı yararlar ve sahip olduğu niteliklerin ötesinde özendirilmesi gereken ve bunun yanı sıra deneyimleyerek öğrenilmesi gereken bir etkinliktir (Palabıyık, 2011: 93).

Gönüllülüğün topluma fayda sağlamasının yanında bireysel seviyede de tekil olarak kişilere katkı sağlamaktadır. Empati, katılım ve hoşgörü gibi yeteneklerin geliştirilmesi ve negatif davranışlardan ayrılma, eğitim, uyum sağlama ve farklı kültürlerden gelen kişilere anlayış gösterebilme gibi konularda yarar sağlamaktadır. Tüm bunlar ele alındığında, gönüllü olmanın bireylere iyi bir dünya ve gelecek oluşturacağına dair umut vermesi, insanlar için değerli bir kavram olduğu tüm dünyada kabul edilmektedir (Özçağdaş, 2013: 87).

Gönüllü olarak çalışan bireyler yaptıkları iş karşılığında bir beklenti içinde olmamakta ve maddi gelir elde etmemelerine rağmen saha görevleri, toplumsal muhaalif hareketler, doğa olaylarında acil kurtarma görevleri gibi konularda ciddi

oranda sorumluluk sahibidirler. Pearce'a (1993: 59) göre, profesyonel çalışanların motivasyon kaynağı parayken gönüllü çalışanların motivasyon kaynağı tutkudur.

Gönüllü çalışmanın özünde, topluma ve diğer insanlara yarar sağlama ve bu yolla kişisel ve manevi tatmin bulunmaktadır. STK'larda gönüllü çalışma kişilerde, yeni çevre ve arkadaşlıklar edinme, manevi tatmin, yeni ilgiler geliştirme, yardım severlik, hayat tatmini gibi katkılar sağlar. Bunların yanında gönüllü çalışma, sorumluluk sahibi olma, kişilerde ekip çalışması, insan ilişkileri gibi çalışma hayatında gerekli becerileri gerektirir. Gönüllülük, sosyal sorunlara çözüm bulma, diğerkâmlık başka insanlara yardım gibi sebepler dışında kişisel gelişim açısından da imkân sunan bir sosyalleşme ve eğitim aracıdır. Gönüllülüğün bireye yönelik faydalarını vurgularken gönüllülüğe yönelimi bir çıkar veya maddi kaygıyla özleştirmemeye dikkat etmek gerekmektedir (Arslan, 2018: 9).

Gönüllülük ile ilgili yapılan çalışmalarda bireylerin nasıl ve niçin gönüllü oldukları yanında yeni açılımlar arayan ve baskın varsayımları sorgulayan teorilerde bulunmaktadır (Hustinx vd., 2010: 412). Gönüllüler farklı nedenlerle STK'lara fayda sağlamaya çalışmakla beraber gönüllü motivasyonunu ve gönüllülüğü anlamaya yönelik çalışmalar, özgecilik teorisine dayanmaktadır. Bu teorilerin ortak vurgusu ise gönüllülerin ana motivasyon kaynağını başkalarına yardım etme isteğidir (Philips, 1982; Rehberg, 2005; Bang and Ross, 2009). Son yıllarda ki çalışmalarda özgeciliğe ilave olarak kişisel ilgi alanları, duygusal güdüler ve sosyal temas gibi farklı faktörlerde bulunmuştur (Yeung, 2004). Boş zaman aktivitesi çerçevesinde yapılan çalışmalarda ise ortak üretim motivasyonu öne çıkmaktadır. Amaç diğer kişilere fayda sağlamaktan ziyade boş zamanı değerlendirmektir (Parker, 1997).

Gönüllülüğün bireye katkıları yanında faaliyet gösterdiği STK'ya da katkıları bulunmaktadır. STK'nın gönüllülerden destek alması, kurumun başarı göstergelerindendir. Gönüllülerle çalışma, STK'ların çevre ve tanınırlığı ile iletişimi arttırmaktadır. Kısıtlı bütçelerle üretilen etkinlik ve projeler gönüllülerin desteği ile daha yapılabilir hale gelmektedir. Gönüllülerin verdiği destek STK'ların profesyonel çalışanları için de motivasyon kaynağı olmaktadır (Güder ve ÖSG Derneği, 2006: 6).

Türkiye'deki STK'ların yürüttükleri gönüllü politikaları incelendiğinde bu konuya bakışta genel bir yöntem ve eğilim bulunmadığı STK'ların ilke, amaç ve öncelikleri doğrultusunda kendilerine özgü yöntemler belirledikleri görülmektedir

(TÜSEV, 2013: 77). STK'ların toplumsal isteklerinin sözcüsü olarak öne çıkan gönüllüler, insan kaynaklarının önemli çoğunluğunu oluşturmakta, kuruluşun gücünü pozitif yönde etikilemektedir. Gönüllü demek başka bir bakışla maddi kaynakları harcamadan insan kaynağı gücüne sahip olmaktadır fakat katılım sağlama ve gönüllü gücünü kullanabilmek, gönüllü kuruluşu gerçek anlamda toplumsal ve sivil kılan önemli bir beceri ve yetenektir (Güder ve ÖSG Derneği, 2006: 6).

İstanbul Üniversitesi öğrencilerine yapılan üniversitede gönüllü olmak araştırmasında, gönüllülüğü sürdürmede insanlığa faydalı olma %41, huzur, mutluluk hissi %29, dini inançlar %12, kendini geliştirme %7 öne çıkan unsurlardır (Bektaş vd., 2016: 84). Aynı çalışmada, gönüllü olmanın üniversite öğrencilerinin kişisel gelişimine katkı, sosyalleştirme ve çevre edinme imkanı ve tecrübe kattığı öncelikli kazanımlar olarak sıralanmaktadır (Çakmak, 2016: 232).

STK'lar gönüllü bulma konusunda internet, kişisel network ve sosyal medya platformlarını daha sık kullanmaktadır. Geleneksel gönüllü bulma yöntemi en çok kullanılan yöntem olsa da yazılı ve görsel basım, web sitesi ve sosyal medya gibi yöntemlerinde kullanılmaya başladığı söylenebilir (Önder vd, 2019: 69).

Bir çalışmada STK yöneticileri ile yapılan odak gruplardan edinilen bulgulara göre gönüllü olmaya yönelik on üç farklı motivasyon bulunmuştur. Bunlar bireyin içsel motivasyonları olarak literatürde değerlendirilmektedir. *Bireysel tatmin, etkili iletişim, karşılık bekleme, amaçlı özgecilik, toplumsal fayda, sosyalleşme, dini değerler, kariyer sağlama, özgecilik, geri ödeme, sosyal statü, gösteriş, kişisel gelişim* (İşlek vd., 2016: 312-313).

Gönüllülerin çalıştıkları STK'da devamlılığı sağlayan motivasyon unsurlarını şu şekilde sıralanmaktadır; *Çalışma esnekliği, bir gruba aidiyet, samimi ve aile benzeri ortamı, mesleki özellikler ile gönüllü yapılan işin uyumu, kariyer ve gelişimine katkı sağlama, kurum ile gönüllü çalışma ilişkisi* olarak sıralanmıştır (Sayın vd., 2018).

STK'larda gönüllülük için en önemli faktör insandır. Gönüllü olarak nitelendirilen insan faktörü, herhangi bir STK'da etkinlik ve faaliyetlere karşılık beklemeden, kendi rızasıyla katkı sağlayarak toplumsal bir sorumluluğu, bilinci yerine getirmektedir. Bununla birlikte gönüllüler, STK'lar açısından; kurumun sürdürülebilirlik kazanmasında, STK'ların hizmetlerini verimli ve etkin şekilde

gerçekleştirilmesinde ve toplumsal problemlerin çözümü konusunda büyük rol oynamaktadır (Güngör ve Çölgeçen, 2014: 165).

STK'ların toplumsal değişimlerin önemli aktörleri olarak faaliyetlerine devamlılığı sağlayabilmeleri için öncelikle yönetim anlayışları, kendi organizasyon ve uygulamalarında gerekli olan değişimleri yapabilmeleri gerekmektedir. Bugün gelinen noktada STK'lar; organizasyonel yapı, insan kaynağı, amaçlanmalarına odaklanma, finansal kaynaklar ve stratejik tercihler bakımından yeniden yapılanmaya ve değişime ihtiyaç duymaktadır. Son yıllarda STK'lar artan bir şekilde profesyonel ve gönüllü insan kaynağı bulma arayışı içerisinde. STK'lar, nitelikli insan kaynağını çekmek, elde tutmak ve motive etmek bakımından sıkıntılar yaşamaktadır. Bu sorunlar, insan istihdamını STK'ların gündemine getirmiştir. Gönüllü ve profesyonel çalışanlar söz konusu olduğunda STK'ların insan kaynakları ve kurumsal yönetim sistemleri oluşturmaları ve çalışma ortamını ve ilişkileri geliştirmeleri gerekmektedir (Erdoğan, 2020: 251).

2.7. Sivil Toplum Kuruluşu ve Güven

Küreselleşmeyle birlikte STK'ların genişleyen etki ve faaliyet alanları bu kuruluşlara katılımı dönüştürmektedir. Bu nedenle STK'lara olan güven araştırmanın bir diğer boyutunu oluşturmaktadır. Güven ile ilgili literatürde birçok farklı tanım bulunmaktadır. Sosyal bilimlerde literatüründe güven, toplumda yaşayan bireylerin birbirlerine, içinde yaşadıkları sistemin kurumlarına ve kurallarına yönelik olarak söz konusu birey, kural ya da kurumların işlevlerini ve rollerini belirleyen çerçevede en iyi şekilde yapacaklarına duyulan inanç olarak tanımlanmaktadır (Demir ve Acar, 2005: 177). Oxford İngilizce sözlüğünde ise güven, "Bir kişi veya şeyin kalitesine veya bir ifadenin gerçekliğine ya da niteliğine inanma, bel bağlama veya itimat etme" olarak tanımlanmaktadır (Misztal, 1996: 16).

Denise M. Rousseau'nun (1998: 395) göre güven, başka insanların davranış ve niyetlerinin olumlu beklentilere dayalı olarak dürüst ve açık olacağını kabul etme konusundaki psikolojik durumudur. Hosmer'a (1995: 399) göre ise güven, kurumun, grup veya bir kişinin ortak işlerde veya ekonomik etkinliklerde etiksel olarak doğru kararlar vermesi ve hakkaniyetli bir biçimde davranacağına dair diğer kurum, grup veya kişilerin beklentisidir.

Grathe Jones ve Jennifer George (1998: 536) güvenin, farklı koşullar altında farklı özellikler taşıyacağını ileri sürerek güveni koşullu ve koşulsuz olarak ikiye ayırmaktadır. *Koşullu güven*, tarafların birbirlerine uygun bir şekilde davrandıkları sürece birbirleriyle iş yapma eğiliminde oldukları; durumu tanımlama noktasında benzer bir yorumlayıcı şablon kullandıkları ve diğerlerinin rolünü alabildikleri bir güven durumudur. Koşullu güvende taraflardan birinin ötekine karşı tutumu, gelecek etkileşimleri sürdürebilmeleri için yeterince etkilidir; yeterli pozitif etki ve negatif etkinin göreceli eksikliği bu tutumları güçlendirmektedir. Dolayısıyla ekonomik ve sosyal değişimlerin önemli bir bölümünün koşullu güveni ortaya çıkardığı söylenebilir. *Koşulsuz güven*, bireylerin dramatojik rollerini terk etmesiyle birlikte başlar, bu süreçte bireylerin arasında paylaşılan değerler bir güven ortamı yaratarak sosyal ilişkilerin oluşmasında birincil araç haline gelir. Bu durumda taraflar arasındaki ilişkiler, zaman içerisinde bir takım tecrübelerle biçimlenmekte, güven ortamının oluşmasıyla ilişkiler, ortak kimlik algısını ve değerleri ortaya çıkarmaktadır.

Güven, belirli olaylar veya sonuçlar kümesi göz önüne alındığında bir sistem veya kişilerin güvenilebilirliğine olan itimattır. Burada itimat etme önemli bir anahtar sözcüktür. İtimat, başkalarının sevgisine, dürüstlüğüne veya soyut ilkelerin doğruluğuna yönelik olarak beslenen inançtır (Giddens, 2004: 39-40).

İnsanlar çoğu zaman güvenilir kaynaklardan edindikleri mesajları, destekleyici kanıtlara önem vermeden kabul etme eylemindedirler. Kaynağın güvenilir olması, iletişimin etkisinde çoğu zaman belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Mesajda ileri sürülen savları destekleyici nitelikte yeterli kanıt olmasa da, mesaj güvenilir bir kaynaktan geliyor ise hedef tarafından benimsenmesi kolaylaşmaktadır. Mesajın doğruluğunu test edecek herhangi bir kanıtın olmadığı durumlarda kaynağın güvenilir olması önem kazanmakta, hedef, söz konusu mesajı kullanma ve benimseme sürecinde kaynağın güvenilirliğine göre hareket etmektedir (İnceoğlu, 2004: 180-181).

Güven, sosyal sistemlere özgü, sosyal ilişkilere özgü ve bireylere özgü olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bu kavramsallaştırma, bireysel düzeyde uyumu ve eylemler üzerindeki davranışlara yönelik dikkate göre yapılmaktadır. Bireylere özgü kavramsallaştırmada vurgu; kişisel değerler, algılar ve duyular üzerindedir. Dolayısıyla bireysel düzeyde güven, kişilik değişimlerinin bir aracı olarak görülmektedir. Sosyo psikolojik çalışmalarda bireysel düzeydeki güven; dürüstlük,

saygı, sadakat, başkalarını düşünme, umut, akıl ve güven gibi kavramlarla karşılaştırılmış ya da ilişkilendirilmiştir (Misztal, 1996: 14). Sosyal ilişkilere özgü kavramsallaştırmada ise güven, toplumun kurumsal çatısı olarak görülmektedir. Güven belli kurumsal hedeflere ulaşmak için sosyal bir kaynaktır. Sosyal sistemlere özgü yaklaşımda güven, üye ve gönüllülerin sürekli eylemleri sonucunda oluşan kamusal yarardır. Misztal'a (1996: 14) göre ise güven, toplumsal sistemin önemli bir boyutu olarak ne kurumsal ne de psikolojik düzeyde olmayan, her ikisine de nüfuz eden bir kavramdır. Güven ve inanç arasındaki ayrım, güvenin bireysel karar verme ve alternatifler arasından seçim yapmasıyla ilgilidir. Örneğin "risk almaya karar verdim, yeni meslektaşına güveniyorum" ifadesi, bir kimseye veya şeye inanmanın daha çok alışkanlık sonucunda oluşan bir beklenti olduğunu göstermektedir (Misztal, 1996: 16).

Güven konusunda çıkarımlar yapmaya olanak sağlayan çalışmaların gerçekleştirildiği alanların başında iletişim çalışmaları yer almaktadır. Bu çerçevede iletişim bilimleri literatürüne katkı sunan pek çok çalışma, kaynak değişkenin, birey üzerindeki etkisini araştırmıştır. Yapılan bu tür araştırmalarda kullanılan kaynak özellikleri arasında kaynağın uzmanlığı, güvenilirliği, karizması ve çekiciliği gibi değişkenler bulunmaktadır. Kaynağın güvenilir olması diğer etkenlere göre tutum değişimini daha fazla etkilemektedir (İnceoğlu, 2004: 180).

Gruplar arasında ve grup içi ilişkilerde güvenin oluşmasını sağlayan faktörlerden biri güvene konu olan durumla ilgili beceri, bilgi düzeyidir. Kişiler uzmanlık sahibi olmadığı herhangi bir konuda karar verme durumunda kaldıkları zaman, güvenilir olarak düşündükleri aktörlere ya da uzmanlara güvenmektedirler (Kahan vd., 2011).

Öte yandan örgütsel bağlamda güvenin oluşması için en önemli unsurlar; algı ve duyguları doğru bir şekilde paylaşmak, açık iletişim, kritik bilgileri paylaşmak ve paydaşlara karar vermede söz hakkı tanımak olarak belirtilmektedir (Mishra and Morrissey, 1990: 446).

Güven ilişkileri kurumsal, ortaklaşa ve kişisel düzeylerde tanımlanmaktadır. Kurumsal güvenin nesneleri; yasal düzenlemeler, devlet, işletme alt yapısı ve kültürel kurallardır. Ortaklaşa güven ise; organizasyon, topluluk, endüstri içinde gözlenen grup özellikleri profesyonel standartlar, tavsiye, ün, bilgi ve belgelendirme gibi kaynakları olan güveni vurgulamaktadır. Kişisel güven ise kişilik özellikleri, yeterlilik, niyetler, bilgi, iyi niyet ve duygular gibi kaynakları olan ilişkilerdir (Weltwe, 2012: 193).

Bir organizasyona güven duymak, o organizasyonun düzenleme ve kurallarına bağlı olduğu genel çıkarlara hizmet ettiğine ve iyi çalıştığına dair inancı gerekmektedir (Mishra, 1996). Bir araştırmada organizasyona duyulan güvenin, adillik ve yeterlilik boyutları ile organizasyona bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Vanhala and Ritala, 2016). Bununla beraber organizasyona yüksek seviyede güvenen paydaşlar, organizasyonun yükümlülüklerini takip etmemesi riskine rağmen ona itimat etmektedirler (Colquitt vd., 2007). Bu güven organizasyonel eylemlere karşı paydaşları savunmasız kılmakla beraber psikolojik olarak da organizasyona daha bağlı hale getirmektedir (Thomas, 2015: 154).

Paydaşların organizasyona olan güvenleride güçlü bir şekilde organizasyonun yetkinliğine dair algıları tarafından belirlenmektedir. Dahası organizasyona yüksek derecede güven duyan paydaşlar yetkin ve yardımsever olarak gördükleri bir kuruluş sorumlusu için çaba sarfetme noktasında daha fazla motivedirler (Pirson and Malhotra, 2011). Organizasyona güvenen paydaşlar ise yaptıkları işi, çalıştıkları örgütün hedeflerine ulaşmasını bir aracı olarak görmektedir (Schoorman vd., 2007).

Güven onarımı mekanizmaları altı başlıkta toplanmaktadır. Bunlar, güvenin bozulmasının getirdiği negatif duygulara karşı sembolik eylem ve sosyal ritüelleri içeren *ilişkisel* boyut, ortaklaşa bir anlayışı gerektiren *anlam yaratma* boyutu, biçimsel olmayan kültürel kontrolü ifade eden *etik kültür* boyutu, örgütsel karar verme süreçlerinde bilgiyi açık ve net bir biçimde paylaşmayı ifade eden *şeffaflık* boyutu, güvenilir olmayan davranışı engellemek adına biçimsel denetim ve kuralları ileten *düzenleme* boyutu ve güvenin daha güvenilir olandan daha az güvenilir olan tarafa *aktarılması* boyutlarıdır (Bachmann vd., 2015).

2.8. Sivil Toplum Kuruluşlarının İşlevleri

Dünya düzeninin sürekli değişim ve gelişime uğraması ile STK'ları da diğer kurumsal yapılarda da olduğu gibi işlevsel açıdan birçok değişime uğramaktadır. Özellikle teknolojik ve sosyolojik yapının etkisiyle bu değişiklikler daha da dikkat çeker hale gelmektedir. Bu sebeple STK'ların işlevleri hakkında birçok farklı görüş mevcuttur.

Çaha (2001: 44) STK'ların iki temel işlevi olduğundan bahseder. Bunlardan ilki toplumsal farklılaşmaya katkı sağlamak, ikincisi ise bireyleri politik iradeye karşı korumaktır. Çaha'ya (2001) göre bu işlevler, devlet açısından ele alındığında negatif

olarak tanımlamaktadır. Kısaca STK'lar, devletin olası bir müdahalesine karşı durarak bireylerin hak ve özgürlüklerinin korunmasını sağlamaktadırlar.

Nafiz Güder (2004: 10) ise STK'ları girişimci örgütler olarak görmektedir. Güder, STK'ların, mevcut problemlerin çözümünü sağlama veya var olan durumu iyileştirme şeklinde iki temel işlevi olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşlarının kendine has çözümler üretmesi, toplumsal sorunların oluşmasını engellemek veya var olan problemlere çözüm üretmek açısından önem taşımaktadır.

Faaliyet gösterdikleri alana göre STK'ların işlevleri de farklılaşmaktadır. Bu işlevler, siyasal, sosyo-ekonomik ve kültürel olmak üzere 3 başlık içerisinde toplanmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının bu işlevler ile birlikte hedef edinilen amaçlar doğrultusunda ve toplumsal fayda gözeterek toplumu bilgilendirdiği ve kamuoyu oluşmasını sağladığı aynı zamanda toplumun istekleri için bir yaptırım unsuru olduklarını ve demokrasinin gelişimi için bireylere demokratik bir düşünce yapısı kazandırdıkları ifade edilmektedir (Özer, 2008).

2.8.1. Siyasal İşlevler

Sivil toplum kuruluşlarının en temel siyasal işlevi, demokratik alanların oluşması noktasında devlet ile toplum arasında bir köprü görevi görmesidir. Bununla beraber sivil toplum kuruluşları toplumsal sorunları çözüme ulaştırmak, bireylerin talep ve ihtiyaçlarını gerçekleştirmek adına ihtiyaç duyulan yaptırım gücü için toplumda kamuoyu oluşmasını sağlayarak da siyasal işlevlerini gerçekleştirmektedir (Seyfi, 2016: 34-35).

Siyasi alana girmek bireyi baskıdan korumak sivil toplum kuruluşlarının temel siyasal işlevini oluşturmaktadır. STK içerisinde yer alan birey, insan hakları reformlarına, siyasi partilerin demokratikleşmesinden şeffaflığa kadar birçok konuda diğer bireylere oranla daha etkin konuma sahip olmaktadır. Böylelikle birey sistemin içerisinde yer alarak gündemin ve politikanın oluşmasında demokrasinin devamlılığında aktif olarak katkıda bulunabilmektedir (Tosun, 2001: 152).

Sivil toplum kuruluşlarının siyasal işlevlerini yerine getirebilmesi için siyasi partiler, yasama ve yürütme organlarıyla yakın ilişkide olması gerekmektedir. Çünkü siyasal alanda alınacak olan her kararda ilgili toplumun yurttaşların kararlarının belirlenebilmesi mümkün olmamaktadır. Bu nedenle belirli zaman aralıklarında

bireylerin iradelerini, ihtiyaç ve isteklerinin siyasal karar mekanizmalarına iletilmesi gerekmekte ve STK'lar devlet ile cemiyet arasında bu iletiyi sağlayan araç görevi görmektedir (Kamiloğlu, 2020: 59).

STK'lar amaçlarını gerçekleştirmek için siyasal alanda faaliyetler yürütmekte ve bu faaliyetler ile hedefledikleri amaçları gerçekleştirmek için siyasi grupları ikna etmeye çalışmaktadırlar. Bu çerçevede birer baskı ve çıkar grubu olarak STK'ların lobicilik faaliyetlerine değinmekte fayda vardır.

Soyut bir kavram olan baskı grupları kuramı farklı bakış açılarından değerlendirilmiş ve tarifi yapılmıştır. Genel anlamıyla baskı gruplarının amacı iktidarı etkilemektir (Acar, 2019: 237). Baskı grupları bir toplumun demokratik açıdan büyümesi ve gelişmesi için gerekli olan, birçok insanın bir araya toplanmasıyla oluşan gruplara denilmektedir (Kitapçıoğlu, 2013). Baskı grupları, birden çok kişinin beraber kullanabildiği toplu hareket özgürlükleri, grupları geçici veya devamlı kişilerden oluşan ve kişilerin yalnız başına gerçekleştiremedikleri idealleri hedef alan hareketlerdir. Bu gruplar sürekli veya geçici olabilmektedir. Süreklilik sağlayan gruplardan bazıları; siyasal kuruluşlar, dernekler ve sendikalarlardır. Toplu eylem faaliyetlerinin içeriğini kapsayan baskı grupları, demokratik halkların vazgeçilemez bir parçasıdır (Kaboğlu, 2006). Baskı grupları; teşkilatlıdır, disiplinlidir ve organize olmuşlardır, demokratik kitle örgütleridir ve demokratik katılımı temin eder, süreklidir ve ortak bir çıkarı savunur ve siyasi karar merkezine etki yapmaktadır (Ay, 1998: 432 akt. Acar, 2019: 240).

Baskı grupları esas itibariyle çoğulcu toplumu oluşturan sosyal grupların bazı özellikler taşıyan bir türüdür bu bakımdan bunlara bazen çıkar grupları da denilmektedir. Baskı grupları ve çıkar grupları eş anlamlı kavramlar değildir. Her çıkar grubu mutlaka bir baskı grubu değildir. İkiisi arasındaki fark yöntem ve davranış farkıdır. ıkar grubu, siyasal karar merkezlerizerinde sistemli bir etkileme faaliyeti gösterdikleri zaman baskı grubu haline gelmektedir. “Etkileme” baskı grubunu etkileyen temel bir faktör sayılmaktadır (Acar, 2019: 239).

ıkar grupları kavramı, maddi ya da manevi ortak çıkarların etrafında toplanan bu çıkarlar sonucunda uzmanlığı gerektirecek duruma göre örgütlenen, ortak çıkarlar etrafında siyasi yönetimden isteklerde bulunan toplumsal gruplar olarak ifade edilmektedir. Bir grup sadece, toplumu belirli bir amaç veya tutum doğrultusunda

toplanarak çıkar grubunu oluşturmaktadır (Aktan vd., 2007). Çıkar grupları; teşkilatlı değildir, demokartik kitle örgütleridir ve demokratik katılımı temin ederler, organize olmaları güçtür, her zaman ortak ve devamlı bir çıkarları yoktur, siyasi karar merkezine etkileme yapamazlar (Ay, 1998: 432).

2.8.2. Kültürel İşlevi

Sivil toplum kuruluşlarının en önemli işlevlerinden biri de toplum ile bireyleri kaynaştırmak bütünleştirmek ve ortak değerler etrafında yer almalarını sağlamaktır. Toplum ile bireyin iletişim halinde olabilmesi birlikte hareket edebilmeleri için sivil toplum kuruluşlarının kültürel işlevi büyük önem taşımaktadır. Kültürel işlev sayesinde toplum içerisindeki bireyler, ortak kültür, milli ya da tarihsel değerler, amaçlar ya da hedefler üzerinde buluşabilmekte, toplumsal anlamda gerekli olan değişim ve dönüşümleri gerçekleştirebilmekte, birbirinden karakter, yapı, fikir olarak farklılaşan bireyler bir araya gelebilmektedir. Örneğin sivil toplum kuruluşları toplumda demokrasi kültürünü sağlamak, bu kültürü topluma yayarak bireylerin benimsemesini ve hayata geçirebilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle kültürel işlevleri dolayısıyla sivil toplum kuruluşları, bireyler arasında ortaklıklar oluşturarak, bir araya gelmelerine katkıda bulunmaktadır (Aksoy, 2018: 68).

Gelişen teknoloji ile birlikte günümüz toplumlarında, yaşanan hızlı değişim süreçlerinin bireylere aktarılması ve bireylerin söz konusu süreçlere katılımı noktasında, STK'ların kültürel işlevlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Toplumsal hoşgörünün ve plüralist kültürün oluşması noktasında, sivil toplum kuruluşları önemli bir konuma sahiptir (Kabasakal, 2008: 36).

Toplumların aynı zamanda kendi kültürel varlıklarına uygun olarak yeni yaklaşımlar geliştirip, dönüşüm sürecine girmeleri de kaçınılmazdır. Siyasal toplumun resmi kuralları, resmi olmayan kültürel yapıya nüfuz edememektedir. STK'lar ise toplumsal sorunların giderilmesinde kullandıkları yöntem ve yaklaşımları kültürel dinamiklerden süzme imkanına sahiptirler (Yıldırım, 2004: 87).

Sivil toplum kuruluşlarının işlevleri ülke düzeylerine göre farklılık içermektedir. Demokrasi olarak geride kalmış ve ekonomik olarak gelişim sağlayamamış olan ülkelerde sivil toplum kuruluşları demokrasiyi güçlendirici ve sosyo-ekonomik durumu geliştirici işlevler taşımaktadır. Demokrasi ve ekonomi bakımından gelişmiş

olan ülkelerde ise sivil toplum kuruluşları daha çok faydacı katılım işlevi üstlenmektedir (Şenatalar, 2001: 13-14).

2.8.3. Bireysel İşlevler

Küreselleşme sürecinin, STK'ların önemini arttıran bir başka çıktısı, ortaya çıkan yeni risklerle mücadele edebilmesi için bireye sağladığı olanaklardır. 18 yüzyıl sonrasında Batı toplumlarında dillendirilmeye başlanan liberal talepler, özünde hak ve özgürlüklerle donatılmış, soyut birey varsayımına dayanmaktadır. Bununla birlikte söz konusu soyut bireyin, liberal düşüncelerin, Batı toplumlarında yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte kendiliğinden ortaya çıktığını iddia etmek mümkün değildir. Bu bağlamda daha önce vurgulanmaya çalışıldığı üzere, bireyin, devlete karşı, hak ve özgürlüklerini güvence altına alma süreci, aşağı yukarı 200 yılı aşkın bir süredir devam eden dinamik ve diyalektik bir süreçtir. Bu çerçevede modern sivil toplum olgusunun, bireyin devlete karşı elde ettiği kazanımlarla şekillendiğini söylemek gerekir. Öte yandan Ulrich Beck ve Zygmunt Bauman gibi isimlerin dikkat çektiği üzere, bu süreçte bireyin elde ettiği kazanımlar ve bireyselleşme, çeşitli riskler ve tehditlerle mücadele etmek zorundadır. *Risk Toplumu* çalışmasında Beck (2019), günümüzde, geleneksel toplumsal yapının, “baskıcı” niteliğinden özgürleşen bireyin karşılaştığı en önemli sorun risklerin küreselleşmesi ve bireyin, bu risklerle mücadele edebilme konusunda yetersiz olmasıdır. Beck’e göre modern toplumların karşı karşıya kaldığı, ekonomik, ekolojik, kimlik temelli riskler ve tehditler küresel bir niteliğe sahipken, “özgür” birey, tek başına bu riskler ve tehditlerle mücadele edebilecek kapasite ve araçlardan yoksundur. Benzer şekilde Bauman (2020), geleneksel toplumsal yapıyı oluşturan cemaatlerden özgürleşen bireyin, özgürlüğün bedelini güvenlik endişesi duyarak ödediğini iddia etmektedir. Bauman'a göre, cemaatler, bireylere güvenlik sağlayan ama karşılığında bireyin özgürlüğünü törpüleyen yapılardır. Modern toplumlar ise birey mefhumu üzerine oluşmuştur, bu nedenle, birey, mahrem alanında sınırsız özgürlüğe sahipken, güvenlik endişesi duymakta; yüksek güvenlikli sitelerde yaşamak, kişisel verilerini paylaşmamak gibi güvenlik endişeleri tarafından yönlendirilmektedir. Modern birey, yurttaş olarak özgürlüklerini ve haklarını devlete karşı ileri sürmekte ve güvenlik talep etmekte ise de bunun karşılığında kendi varlığını da yalnızca devlete emanet etmektedir. Geleneksel toplumların devlet ve birey arasındaki cemaatler gibi aracı kurumları, özellikle Batı toplumlarında zayıflamış, ama

karşılığında bireyin güvenlik endişeleri ortadan kalkmamıştır. Devlet, bireyin tüm taleplerini karşılayamamaktadır. Özellikle neo-liberal ekonominin, devleti minimize etme girişimi, sosyal devleti zayıflattıkça, bireylerin duyumsadığı endişeleri gidermek adına sivil toplum daha önemli hale gelmiştir.

Sivil toplumun tarihi ile bireyin tarihi paralel bir süreçtir. Sivil toplumu bireyin kimliğinden bağımsız düşünmek mümkün değildir çünkü sosyal ve ekonomik yaşamda özerk davranabilen, geleceğini akıl ve bilim ile belirlemeye çalışan, ekonomik özgürlüğünü kazanmış bireyin ortaya çıkmasıyla sivil toplum önem kazanmaya başlamaktadır. Sivil toplumu mümkün kılan faktör, bireyin geleceğini belirleme imkânı olarak görülmektedir. Burada birey soyut bir kavram olarak bahsedilmemektedir. Anlatılmak istenen şey birey topluluğa karşı aidiyet duygusu taşıyan fakat topluluğa karşı kendi özerkliğini de koruyabilen bir bireydir. Kısaca bir topluluğa bağlı olmakla birlikte bağımlı olmayan bireylerdir (Uluç, 2012: 7-8).

Sivil toplum kuruluşlarının diyaloga açık ve çoğulcu bir yapı benimsemeleri üye olan bireyleri de bu yönde etkilemektedir. Kuruluş içerisinde sorumluluk alan görev üstlenen bireylerin toplumsal alan içerisinde bilinç düzeyleri daha gelişmiş olmakta aynı zamanda kuruluş içerisinde statü sahibi olarak yapılan işin takdir edilmesi gibi durumlar bireyin kendini daha fazla geliştirmesine katkı da bulunmaktadır. Bu durumun temelinde bireyin toplumsal yapı içerisinde tek başına yalnız ve güçsüzken örgüt içerisindeki diğer bireylerle bir araya gelirlerse mutlu olabilecekleri düşüncesi yer almaktadır. Gönüllülük etrafında bir araya gelen kişiler, birbirlerine bağlanmakla birlikte içlerinde gelişen aidiyet duygusuyla beraber örgütün etik değerlerini de meydana getirmektedir (Ergüden, 2001: 7).

Yıldırım'a (2004: 91) göre bireysel iletişimin sağlıklı gerçekleşebilmesi için STK'ların ayrı bir rolü bulunmaktadır. Gönüllü ya da üyelerin kendi başlarına elde edemeyecekleri bilgileri grup aracılığıyla elde edebilmektedir. Böylece güven ve etkin olma duygusunu beslemekte, gerçeklere ulaşmakta elde ettikleri bilgilerle, kendi duygularını, değer ve algılarını kıyaslama ve doğruluğunu test etme imkânı elde edebilmektedir.

2.9. Türkiye'de Sivil Toplumun Tarihsel Gelişim Süreci

Batı ülkelerinden farklı olarak Türkiye'de sivil toplum, devletle karşıtlık içerisinde, devlete karşı gerçekleştirilen mücadeleler sonucu ortaya çıkmamıştır. Sivil

toplumun gelişimi, kavramın kullanım şekli ve kökeni Türkiye’de Batı’ya göre çok farklılık göstermektedir. Bu nedenle Türkiye’de sivil toplum kavramı incelenirken farklı bir bakış açısı benimsemek gerekmektedir. Türkiye’de sivil toplumun Batı dünyasının yaşadığı sivil toplum sürecinden ayrımını anlayabilmek için ilk olarak Türkiye Cumhuriyeti’nin tarihsel arka planı niteliğine sahip Osmanlı Devleti’nin sivil toplumunu incelemek gerekmektedir. Bu kapsamda sivil toplumun Türkiye’deki gelişim süreci tarihsel bağlamda üç dönem içerisinde incelenebilir. Bu dönemler ilk olarak Osmanlı Dönemi, ikincil olarak Cumhuriyet’in ilk yılları ile Cumhuriyet’in 1980’li yılları arası ve son olarak 1980’li yıllardan günümüz olarak sıralanabilir. Sivil toplum kavramı 1980’li yıllardan günümüze olan dönemde modern halini almıştır (Akbulut, 2011: 62).

2.9.1. Osmanlı Döneminde Sivil Toplumunu Ortaya Çıkaran Hukuksal Zemin

Osmanlı dönemi belli bir bütünlük çerçevesinde incelenmelidir. Selçuklu Devleti modeli üzerine kurulan Osmanlı Devleti yeni bir devlet olmaktan ziyade merkezi iktidarın yeni bir hanedan tarafından sağlanması olarak ele alınabilir. Bu nedenle Osmanlı dönemini Osmanlı hanedanının hüküm sürdüğü 624 yıl ile sınırlamak doğru değildir (Timur, 2010: 52).

Patrimonyal toplum yapısına sahip olan Osmanlı toplumu hükümdarın egemenliği altında bulunan iki temel sınıftan oluşmaktadır. Bu sınıflardan birincisi orduda yer alan askerleri, sarayı bürokrasiyi ve ulemayı temsil eden askeri sınıftır. İkinci sınıf ise Müslim ve gayrimüslimleri ve halkı temsil eden reaya sınıfıdır. Vergi kaynaklarının korunmasına önem ve öncelik gösteren Osmanlı devletinde eğitim öğretim, kamu bayındırlık gibi sosyal hizmetler vakıflar aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla bu dönemde sosyal gruplar ve kurumlar koruma altında tutulmuş ve iç işlerine karşı bir müdahale olmamıştır. Kent ya da mahalle üzerinde değil daha çok pazar üzerinde müdahalenin gerçekleştiği Osmanlı Devletin de üretici sınıf ile devleti temsil eden birimler arasında, mahalle, aşiret ya da gayri müslim cemaatler gibi sosyal gruplar tarafından seçilen ve bu grupları temsil eden kethüdalar yer almaktaydı. Esnaf kesimin ve diğer grupların seçtiği kethüdalar, vergi ve diğer konuları grup adına siyasal otoriteye iletmekte görevli kişilerdir. Ancak bu kethüdalık zaman içerisinde muhtarlığa dönüşmüş durumdadır (Arslanel, 2017: 87).

Osmanlı döneminde ekonomik hayatı düzenleyen sivil toplum kuruluşları olarak ahilik ve loncalar bulunmaktayken kültürel ve sosyal hayatta ise sivil toplum kuruluşları olarak dini cemaatlerin ön plana çıktığı daha çok din temelli toplulukların var olduğu bilinmektedir. Bu dönemde yer alan sivil toplum kuruluşlarının halk ve devlet arasında bir aracı olmakla beraber devletin, bireyin sahip olduğu özgürlüğünü kısıtlamasına engel olduğu da görülmektedir. Osmanlı Döneminde bireyin ve devletin birlikte hoşgörü ve özgürlük ortamı içerisinde yaşamasında ve devletin gelişmesi yükselmesi noktasında bu sivil toplum kuruluşlarının önemli bir yeri bulunmaktadır (Çaha, 2000: 147).

Osmanlı Döneminde toplumsal alanda dini, siyasi, etik-ahlaki, ailevi, cemaat ve tarikat ilişkilerinin karmaşık yapısı ile birlikte ekonomik ve diğer sosyo-politik ilişkilerinde çok düz yapıya sahip olmaması nedeniyle bu dönemde sivil toplum kavramının özelliğini net şekilde ortaya koymak çok kolay olamamaktadır. Aynı zamanda sadece STK adı altında oluşan ve bu yönde işlevler gerçekleştiren nitelikte kurumların henüz oluşmamasına karşın, toplumsal alanda faaliyet yürüten birtakım kurumların sivil toplum işlevini yerine getirdiği söylenebilir (Arslanel, 2017: 94-95).

Osmanlı Döneminde sosyal ve kültürel alanın şekillendirilmesinde etkisi olan kurumlardan bir tanesi de eğitimidir. Bu dönemde eğitim, medrese ve ilmiye zümresi tarafından, kamu idaresi içerisinde bulunan ilmi-dini kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Osmanlıda sivil toplum alanının gelişimi esnaf birliklerinin oluşturduğu lonca teşkilatından ayrı düşünülemez günümüz anlamında birer STK olmasalar da lonca teşkilatları Osmanlı Döneminin çıkar gruplarıdır. Üyelerinin çıkarlarını korumanın yanı sıra sorumlusu oldukları üretim alanını ve piyasayı denetlemekle de görevli bu birlikler devlet ve birey arasında köprü vazifesi görmektedirler. Bu birlikleri, patrimonial bir yapıya sahip olan Osmanlı Devleti'nin doğrudan müdahil olmadığı sosyal ve kültürel alanları düzenleyen kurumlar olarak değerlendirmek mümkündür dönem içerisindeki üst düzey yöneticiler yer almaktadır (Pamuk, 2012).

17. ve 18. yüzyıllarda Osmanlı Devleti'nde merkezi otorite güç kaybetmeye, toprak sistemi çökmeye, vergilendirme yöntemlerinde değişikliklere gidilmeye başlanmıştır. Devletin tekrar güçlü konuma gelebilmesi için sorunların çözüme kavuşması gerektiği ve artık Batı ülkelerinde yaşanan gelişmelere kapalı olmanın

mümkün olmadığı anlaşılmış böylelikle reform dönemi başlatılmıştır. Bu nedenle 19. Yüzyıl Osmanlı devletinde reform dönemi olarak adlandırılmaktadır (Gönenç, 2001: 71).

Yaşanan yeni gelişmelerle birlikte 18. yüzyılın sonlarına doğru Osmanlı Devleti Batı'ya yönelmiş ve bu dönemde iki yeni düşünce ortaya çıkmıştır. Bu düşüncelerden ilki merkezi otoritenin güçlü olmasına destek olacak olan askeri yapının teknik donanımına sahip hale getirmenin yanı sıra modern eğitimler ile yetiştirmektir. İkinci düşünce ise devletin yeniden eski ihtişamına kavuşması için ekonomik ve teknolojik alanda kalkınmanın zorunlu olmasıdır. Teknolojik ve ekonomik alanda yaşanan gelişimler ile modern ve donanımına sahip ordunun oluşturulmasındaki asıl amaç ise merkezi otoritenin yeniden güçlenmesini sağlamaktır (Cihan ve Doğan, 2015: 22). Tüm bunlarla başlayan reform süreci zamanla eğitim kültür ve hukuk alanlarına kadar yayılım göstermiştir (Gönenç, 2001: 71).

19. yüzyıldan itibaren sivil toplum ve devlet alanında önemli değişim ve gelişim yaşayan Osmanlı Devleti'nde Batı etkisinin olduğu bir modernleşme süreci başlamıştır. Hukuksal alanda anayasal bir düzenin meydana gelmesini sağlayan modernleşme sürecinde, Sened-i İttifak, Tanzimat Fermanı, Kanuni Esasi gibi düzenlemeler sivil toplumun gelişmesi noktasında önem oluşturmaktadır. Yapılan bu düzenlemeler ile devlet otoritesinin tamamen olmasa da kısmen kısıtlı hale getirilmesi, bireyin hak ve özgürlüklerin kanun ile korunması, halk içinde eşitlik, farklılık, yayım hakkı gibi değişimler sivil toplumun oluşumuna zemin oluşturmuştur (Eraslan, 2011: 97).

Osmanlı Döneminin modernleşme ve sivil toplum açısından değişim ve dönüşüm yaşadığı basamaklardan birisi Sened-i İttifak Anlaşmasıdır. Osmanlı'nın son dönemlerinde meydana gelen sorunlara çözümler bulunamaması klasik sisteminin bozulması ile ayanın taşra yönetiminde otorite kazanmaya çalışması, toprak sistemindeki halk ile sipahinin durumlarının oluşturduğu etkenler Sened-i İttifak Anlaşmasının meydana gelmesine zemin hazırlamıştır. Anayasa olmasa da anayasa özelliği taşıyan Sened-i İttifak ile birlikte devlet otoritesi kısıtlanmış, ayanlar ve reaya kısmen de olsa bazı haklar elde etmiştir. Türk tarihinde ilk kez devlet otoritesini kısıtlamayı amaçlayan anayasal belge olan Sened-i İttifak, aynı zamanda Osmanlı hukuku alanında insan haklarını zikretmesi bakımından da önem taşımaktadır, aynı

zamanda işkence yasağı, vergilendirmede adil davranılması, ayanların ve devletin kendi başına hareket etmesinin önüne geçilmesi gibi koşullar yer almaktadır. Uygulama olarak çok fazla hayata geçirilmemiş olan Sened-i İttifak, Tanzimat Fermanı ve Meşrutiyet hareketleri için bir zemin hazırlamıştır (Arslan, 2013: 79).

3 Kasım 1839'da yayımlanan Tanzimat Fermanı Osmanlı Devleti'nde ciddi anlamda hukuksal düzenlemeler içermesi sebebiyle çağdaş örgütlenmenin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Tanzimat Fermanı ile siyasal, ekonomik, hukuksal alanlarda kurumsal güvenceler oluşturmak, idari ve hukuksal modernleşmeyi sağlamak amaçlanmıştır (Akça ve Hülür, 2007: 237). Ayrıca bireyin can, mal ve onur güvenliğini koruma altına alıcı koşullar içermesi nedeniyle Tanzimat Fermanı anayasal sistemin ilk adımı sayılmaktadır. Bu anayasa ile birlikte Osmanlı Devleti'nde evrensel hukuk kurallarının uygulanmasına başlanmıştır (Aktel, 1998: 182).

Tanzimat Fermanıyla başlayan anayasacılık hareketinin ortaya çıkardığı bürokratik kadroların baskısıyla devleti modernize etme çabaları 1876 yılında ilan edilen Kanuni Esasi ile somutlaşmıştır. Parlamenter sistemin ve meclis gücünün henüz tam olarak etkin olmadığı bu dönemde padişah tarafından tek taraflı olarak ilan edilen ve yine aynı şekilde herhangi bir padişahın kurallarına ters düşmesi durumunda kaldırılabilir olan bu anayasa kısacası tepeden inme bir şekilde oluşturulmuştur (Bilir, 2008: 556). Osmanlı Döneminde Kanun-i Esasi ile meydana gelen en önemli gelişmelerden biri meclis-i umumi olarak adlandırılan bir meclisin kurulmasıdır. Heyet-i ayan ve heyet-i mebusan olmak üzere iki farklı grup tarafından meydana gelen bu mecliste heyet-i ayan padişahın belirlediği üyelerden oluşurken heyet-i mebusan'da halk tarafından bireyler yer almaktaydı. Bu anlamda bu dönem halkın siyasi bir varlık olarak kabul gördüğü söylenebilmektedir (Gönenç, 2001: 77).

23 Aralık 1876 tarihinden II. Abdülhamit tarafından yürürlüğe giren Kanun-i Esasi 1878 yılında yine II. Abdülhamit tarafından kaldırılmıştır. Bunun üzerine dönemin Jön Türk grupları ayaklanmış ve teşkilatlanmaya gitmişlerdir. Böylelikle II. Abdülhamit, II. Meşrutiyeti ilan ederek Kanun-i Esasi'yi tekrar yürürlüğe almıştır. II. Meşrutiyet dönemi 1908-1912 oldukça kısa süren bir dönem olmasına rağmen dönemin özgürlükçü ortamı gerek toplumsal gerekse siyasal bakımdan olumlu ve köklü değişimlerin yaşandığı bir dönem olmuştur (Sarpaşan, 2008: 67).

2.9.2. Cumhuriyet Döneminde Sivil Toplum

Cumhuriyet döneminde sivil toplumu iki dönemde incelemek gerekmektedir. Bunlardan ilki tek parti yıllarını ve çok partili yaşama geçişin olduğu 1946'dan 1980'e olan dönemdir. İkincisi ise 1980 sonrası dönemdir (Akbulut, 2011: 68).

2.9.2.1. 1980 Öncesi Türkiye'de Sivil Toplum

Tek partili erken Cumhuriyet Dönemi ile birlikte ekonomik, toplumsal ve siyasi alana özgü politikalar, devletten bağımsız sivil toplum ortamının oluşumuna engel olmuş ve toplum devlet ilişkisinde var olan aracı kurumlar engellenmiştir (Akatay ve Yelkikalan, 2007: 160). Mevcutta bulunan sivil toplum kuruluşları da denetim altına alınmıştır (Özbudun, 2003: 116). Kuşkusuz bunun nedeni, Cumhuriyetin ilk yıllarında gerçekleştirilmeye çalışılan devrimlerin, toplum tarafından benimsenmesini sağlamaya yönelik uygulamaya konan jakoben politikalar. Her ne kadar 1925 İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlar doğrultusunda, Türkiye'de milli bir burjuvazinin yaratılması ve desteklenmesi amaçlanmışsa da 1929 yılında yaşanan Ekonomik Buhran, bu amacı akamete uğratmış, bunun sonucu olarak, devleti dengeleyecek bir burjuva kamusalılığı ortaya çıkmamıştır. Taha Parla'nın (2020) dikkat çektiği üzere, 1930 sonrası uygulamaya konan devletçi politikalar, Türk toplumunu, sınıfsız ve dayanışmacı bir bütün olarak tasavvur etmiştir. Bu çerçevede Cumhuriyet'in ilk yıllarında sivil toplum alanı, Osmanlı döneminden miras alınan güçlü devlet anlayışının da katkısıyla, sınırlı ve devlete bağımlı bir alan olarak şekillendirilmeye çalışılmıştır. Bu dönemde cılız da olsa oluşturulan STK'lar, devletle organik bağı bulunan kadroların, devrimlerin, halk tarafından benimsenmesi için yararlandıkları kurumlar ve araçlar olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Buna en uygun örnek olarak Türk Kadınlar Birliği gösterilebilir. Cumhuriyetin modern Türk kadını hedefini, topluma benimsetmek amacıyla kurulan bu birlik, 1937 yılında misyonunu tamamladığı gerekçesiyle kendisini feshetmiştir.

Cumhuriyetin ilanından sonra, modernleşme ve demokratikleşme çabaları sürekli yasal düzenlemelerle sağlanmaya çalışılmıştır (Arslanel, 2017). Bu değişiklikler iktidarın yetkilerini arttırmıştır. Bu dönemde Ceza Kanunu, Borçlar Kanunu, Ticaret Kanunu ve Medeni Kanun gibi birçok yasal düzenleme gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu düzenlemelerle birlikte sivil toplumun oluşabilmesi için gerekli temeller atılmıştır (Koç, 2005: 19).

Bu sürecin sonucunda, sivil toplumdan çok bürokratik toplum modeline varılmıştır. Türkiye’de 1924 yılında Terakki Perver Cumhuriyet Fırkası’nın kuruluşu çok partili siyasi hayata geçişin ilk denemesi olarak kabul edilebilir. Fakat parti 1925 yılında Takrir-i Sükun Kanunu ile beraber kapatılmıştır. Çok partili siyasi hayata geçiş için bir diğer deneme 1930 yılında kurulan Serbest Cumhuriyet Fırkası ile olmuştur. Bu partide aynı yıl içerisinde katıldığı ilk seçimlerde kendi kendini feshetmiştir. 1950 yılına kadar Cumhuriyet Halk Partisi iktidarda kalmıştır (Arslanel, 2017).

Türkiye’de sivil toplumun dönüm noktası olarak 1946 yılında çok partili hayata geçiş ve 1950 yılında Demokrat Partinin iktidara gelmesi gösterilebilir (Duman, 2003: 373). Sivil toplumun gelişmesi açısından çok partili hayata geçiş süreci önemli katkılar sağlamıştır. Demokrat Parti döneminde sivil örgütlenmelerin güç kazandığı ve yaygınlaştığı görülmektedir (Arslanel, 2017: 126). Bu dönemde dernekler, siyasi partiler, sendikalar ve basın kuruluşları örgütlenme imkânı bulmuştur (Duman, 2003: 373).

27 Mayıs öncesi yaşanan siyasal rejim bunalımı, sivil toplum kesimlerinin taraf olmaları ile sonuçlanmış ve sivil toplumun kendi dinamikleri çerçevesinde gelişen 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesi ile sonuçlanmıştır. Bu müdahale sonucu oluşturulan 1961 Anayasası ile çoğulcu bir demokrasi hedeflenmiştir. Bu anayasa ile beraber sivil topluma örgütlenme yolları açılmıştır. 1961 Anayasasının örgütlenme, ifade, düşünce, kişisel haklar ve basın yayın alanındaki özgürlükleri güvence altına alması sivil toplumun gelişimi açısından önemlidir (Arslanel, 2017: 127).

Türkiye’de 1946-1980 çok partili yılları sivil toplum kuruluşları için dönüm noktasını oluşturmaktadır. Tek partili dönemde uygulanan devletçilik ilkesi bu dönemde yerini yavaş yavaş liberal ekonomi politikalarına devretmeye başlamıştır. Bu dönemde bürokratik devlet anlayışından gelen grupların karşısına siyasal elitlerin oluşturduğu yeni bir ekip çıkmıştır. Bu ekip Türk siyasal hayatına yeni değerler kazandırmıştır. Bu yeni kazanımlar arasında demokratik dünya ile entegrasyon, özgürlükçü siyasal ortam, ılımlı laiklik çalışmaları ve serbest piyasa ekonomisi yer almaktadır (Çaha, 2008: 147). Bu yeni kazanımlar ile sivil toplum ortamında hareketlilik yaşanmış fakat bu hareketlilik uzun sürmemiştir. Bu dönemde iktidar olan Demokrat Parti iktidarının ilk yarısında özgürlükçü ekonomi uygulasa da iktidarın beşinci yılından sonra ülke ekonomisinde yaşanan sıkıntılar ve Demokrat Parti’nin

özellikle bürokratik kadrolardaki desteği kaybetmesi sonucu bir baskı dönemi oluşmuş ve STK’larda bu baskıdan etkilenmiştir (Tosun, 2001: 273).

1961 Anayasa ile uygulanmaya başlanan liberalleşme süreci sayesinde sivil toplum kuruluşlarında artış meydana gelmiştir. Feroz Ahmad’a göre (1995) 1971 Muhtırası sonrası faaliyete geçen düzenlemeler devleti daha da güçlendirdiği için sivil toplum yeniden güçsüz konuma geçmiştir (Ahmad, 1995: 220). Daha sonrasında sivil toplumun tekrardan güçlenmesi ancak 1980’ler sonrasında meydana gelmektedir.

2.9.2.2. 1980 Sonrası Türkiye’de Sivil Toplum

1980 sonrası dönem Türkiye’de sivil toplum bakımından dönüm noktasıdır. 1980 darbesinden sonraki yıllarda sivil toplumda demokratikleşme görülmektedir (Bora ve Çağlar, 2004: 338).

1980 yılı öncesi siyasal alanda koalisyon hükümetleri kurulmuş ve bununla beraber toplumsal ve siyasal alanda sorunlar oluşmaya başlamıştır. Koalisyon hükümetlerinin neden olduğu istikrarsızlık ortamı, siyasal ortamdaki anlaşmazlık ve kutuplaşma ve yaşanan ekonomik krizler 12 Eylül 1980 darbesine zemin hazırlamıştır. Darbe ile birlikte ordu iktidarı ele geçirmiş ve böylelikle vesayetçi bürokratik kurumlar yeniden güç kazanmaya başlamıştır (Akçeşme, 2014: 82). 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında ortaya çıkarılan 1982 anayasası ile birlikte oluşacak olan yeni toplumsal yapının hukuksal temelleri atılmaya başlanmıştır. Yapılan bu yeni anayasa ile sendikal özgürlükler önemli ölçüde kısıtlanmış ve sendika ve derneklere siyaset alanında bulunmama yasağı getirilmiştir. Memurların sendika ya da dernek kurmaları yasaklanmış, toplu sözleşme ve grev hakkı kısıtlanmış ve aynı zamanda yine bu dönemde siyasal katılım için büyük önem taşıyan birçok siyasal partini kapatılması kararı alınmıştır (Aslan ve Kaya, 2004: 220). 1980 döneminde yaşanan bu darbenin sivil toplum alanındaki etkisini açıklamak gerekirse; 1961 anayasasında “insan haklarına dayalı devlet” olarak ifadelendirilen devlet yapısı ile beraber düşünce ve ifade özgürlüğü de önemli oranda desteklenmektedir. Sivil toplumun gelişmesine önemli katkılar sunan bu anlayış sonrası darbe ile yeniden oluşturulan 1982 anayasasında devleti öncelikli kılan ve yücelten “İnsan haklarına saygılı devlet” ibaresinin yer alması, sivil toplumun gelişmesine ve örgütlenmesine büyük bir darbe olarak görülmektedir (Tosun, 2001: 52).

1980-1983 yılları arasında yasama ve yürütme misyonunu, Milli Güvenlik Konseyi üstlenmiştir. 1983 yılında gerçekleştirilen seçimlerle birlikte yeniden demokrasiye geçilmesi yasaklı olan sendikal hareketler ve sağ ve sol ideolojik oluşumlar dışındaki toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda çevreci hareketler ve feminist hareketler başta olmak üzere çeşitli toplumsal hareketler ve neoliberal ekonomi piyasasına dahil olan MÜSİAD, TÜSİAD gibi çıkar grupları 1980 sonrası Türkiye’de sivil toplum alanında faaliyet yürütmeye başlamışlardır. 1985 sonrası sivil toplumda asıl gelişimin kaynaklarından biri Turgut Özal zamanında uygulamaya başlanan liberal ekonomi politikalarıdır. Bu dönemde devlet ekonomideki rolünü azaltmaya başlayınca sivil toplum ve özel sektörde hareketlilik yaşanmaktadır (Çaha, 2008: 148-149).

1989 yılında Berlin Duvarının yıkılması ve Doğu Blok’u ülkelerin devletçi sosyalizm anlayışını terk etmeleri ile birlikte dünya ve Türkiye’de yeniden önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde küreselleşme hareketleri ile bireysel hak ve özgürlüklerin güvence altına alınması, devlet etkisinin azaltılması, özelleştirme çalışmaları, devletin küçülmesi gibi tezlerle dayanan neo-liberal söylemler sivil toplumu devletin karşısında olan bir alan olarak belirtmektedir. Serbest pazara dayalı ekonomik yapının ortaya çıkması sanayide ihracata yönelimler gerçekleşmesi, kültürel ve siyasal düzlemde ortaya çıkan etnik temelli kimlik talepleri ve küreselleşme hareketlerinin ülke üzerindeki etkisi Türkiye’de sivil toplum kavramının devletin etkisinden uzak kontrolü dışında gelişim göstermesi noktasında etkide bulunmaktadır (Yüksel ve Sezgin, 2012: 22).

Sivil toplum kavramının yeniden konuşulmaya başlandığı bu dönemlerde özellikle 1983 yılında gerçekleştirilen seçimlerle beraber sivil irade tekrar iktidara geçmiş ve sonrasında Türkiye’de sivil toplum kavramı genişlemeye ve gelişmeye başlamıştır (Akçeşme, 2013: 214). Demokrasinin yeniden tesis edilmesiyle birlikte Türkiye’de kimlik ve ulusal dayanışma gibi toplumun büyük bir bölümünü ele alan konulardan farklı olarak hava kirliliği, çevre, kadın hakları, doğa ve sağlık gibi spesifik konulara yoğunlaşmış ve siyaset ortamı da bu konular etrafında şekillenmiştir. Giderek güç kazanan sivil toplum kuruluşları devletten bazı haklar elde etmekte aynı zamanda devletin politikaları üzerinde yönlendirici etkiye de sahip olmaktadır (Kırmızı, 2014: 28).

1990'lı yıllara geldiğimizde sivil toplumun başlıca kuruluşu olan STK'lar, toplumsal ve siyasal gündemi şekillendirmeye ve gündemde yer almaya başlamıştır. 1990'lı ve 2000'li yıllarda STK'ların gündemde yer almasının nedenleri içerisinde 1999 depremi sonrası sivil toplumun olağanüstü şekilde bir araya gelerek devlet ötesi hareket etmesi, Habitat II gibi toplantıların Türkiye'de yapılması ve Avrupa Birliği'ne üyelik süreçlerinden geçilmesi sıralanabilmektedir (Akatay ve Yelkikalan, 2007: 164).

2000'li yıllarda özellikle 2001 krizi ile birlikte siyasal elitlere olan güven azalmıştır. Bu yıllarda sivil toplum, özellikle STK'lar aracılığıyla yönetimde söz sahibi olmaya çalışmaktadır. Akbulut'a (2011: 71-72) göre yine 2000'li yıllarda yaşanmaya başlanan AB-Türkiye ilişkileri bağlamında Helsinki Zirvesi sonrası adaylık statüsü edinen Türkiye'de sivil toplum alanındaki hareketlilik ivmelenmiş ve STK sayılarında artış görülmüştür.

2000 yılı başlangıcından günümüze kadar hem Türkiye'de hem de uluslararası alanda yaşanan gelişmeler doğrultusunda ekonomik sürdürülebilirlik, demokrasi, güvenlik gibi kavramlar birbirleri ile birlikte ilişki içerisinde kullanılırken, aynı zamanda sivil toplum ve STK'larda devlet ve toplum arasında bir araç görevinden farklı olarak demokratikleşme sürecinde önemli aktör olarak görülmeye başlamaktadır. Bu dönemde 1999 yılında yaşanan ve 17.480 insanın hayatını kaybetmesine neden olan Marmara depremi⁴ sivil toplum alanında önemli değişim ve dönüşümlerin yaşandığı zaman olarak ele alınmaktadır. Deprem sonrasında felaketin yaşandığı bölgeye yardım konusunda etkili olmaya, devletin yetersiz faaliyetleri doğrultusunda halkın kendi çabası ile oluşturulan sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çözümler aranmaya çalışılmıştır. Yaşanan bu gelişmelerle beraber siyasi alanda da sivil özgürlüklerin sınırlarının genişlemesi yönünde söylemler meydana gelmiştir (Çepel, 2006: 3). Gerek felaketler karşısında gerek arama kurtarma ya da insani yardım faaliyetlerinin temelinde sivil toplum kuruluşlarına yönelik ilgi ve güvenin artmasında Marmara ve Gölçükte oluşan deprem sonrası yaşananların büyük etkisi bulunmaktadır. Bununla beraber bu depremlerle birlikte toplumsal sorunların çözüme ulaşması noktasında yalnızca devlete yönelik modernleşme ve kalkınma anlayışının yeterli düzeye sahip olmadığı görülmektedir (Bikmen ve Meydanoğlu, 2006: 38).

⁴ <https://www.cnnturk.com/yasam/17-agustos-depremi-ne-zaman-saat-kacta-oldu-kac-kisi-oldu-1999-golcuk-depremi-kac-siddetindeydi>

1999 yılında Türkiye'nin AB üyelik sürecinin belirgin hal alması ile birlikte sivil toplum kuruluşlarının öñü yasal değışiklikler yapılarak genişletilmiş ve aynı zamanda bu durum sivil toplum kuruluşlarının daha aktif faaliyetler göstermesine olanak sağlamıştır (Dartan, 2012: 153). Türkiye'nin 1999'da Avrupa Birliğı girişı kabul edilmiş “Demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü ve azınlıkların korunması ve saygı gösterilmesini garanti eden organizasyonların varlığını” ifade eden Kopenhag siyasi kriterlerini sağladığı yönünde karar alınmış ve 2005 yılında tam üyelik görüşmelerine devam edilmiştir. Aynı zamanda sivil toplum kuruluşlarını doğrudan ilgilendiren kanunlar da değışiklikler yapılmış ve yeni fon kaynakları oluşturulmuştur (İçduygu vd., 2011: 58).

Ulaşım ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerle beraber aynı alan üzerinde faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşlarının daha hızlı bir şekilde görüşebilmesini ve bir araya gelip projeler oluşturabilmesine ortam hazırlamaktadır. Yaptıkları faaliyetler ve projeler ile özellikle 2010'lu yıllarda önemli sorumluluklar üstlenmeye başlayan STK'lar hem toplum hem devlet için bir model haline gelmeye başlamakta, bu durum sivil toplum kuruluşlarına olan desteğı de büyük ölçüde arttırmaktadır (Bulut, 2016: 5).

Sivil toplumların gelişmesi noktasında 2005 yılında yerel gündem 21 ve kent konseylerinin oluşturulması ve fonksiyonlarının geliştirilmesi için takip edilen projelerden sonra 5393 sayılı Belediye Kanunu 2005 ve Kent Konseyi Yönetmeliğı 2006 esas alınarak yönetim etrafında kent konseyleri oluşmaya başlamıştır. Bununla birlikte kent konseyleri yasal bir statü elde etmiş ve Türkiye genelinde faaliyet gösterebilme fırsatı bulmuştur. Çıkarılan bu kanun etrafında belediyelerin ilgili STK'ların, üniversite ve kamu kuruluşlarının, mahalle muhtarlarının, siyasi partilerin ve noterlerin temsilcilerinin katılımı ile kent konseyleri gerçekleştirilmek istenmiştir. Böylelikle bu kanunla birlikte yerel halkın konseye katılarak kente dair görüşleri alınarak kente yönelik kararlara katılım sağlanmasına ve bilincin gelişmesine katkı sağlamak amaçlanmaktadır (Kaypak, 2013: 34).

Türkiye'de sivil toplum açısından önemli olan bir diğör tarih ise 16 Nisan 2017'dir. Bu tarihte yapılan referandum ile anayasada değışikliğe gidilmiş ve yeni sitem olan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmiştir. Bu yıllarda kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında yönetişimci bir anlayışla

beraber iş birliği oluşturulmaya başlanmaktadır böylelikle sivil toplum bilincinin oluşturulması ve hem halk hem de bu sektörler arasında sivil toplum farkındalığının artırılması hedeflenmektedir (Demirkaya, 2018: 32).

2.9.2.3. Küreselleşme Sürecinin Sivil Toplum Kuruluşlarına Etkisi

Küreselleşme sürecinin sonuçlarından biri olan liberal politikaların güç kazanması, siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik alanda birtakım gelişmeler meydana getirmektedir. Liberal politikaların güç kazanmasındaki gelişmelerden bir tanesi de sivil toplum kavramı ve STK'ların gün geçtikçe artan bir öneme sahip olmasıdır. Toplumsal sorunların çözümünde aktif rol oynayarak birtakım roller üstlenmesidir (Şahin ve Öztürk, 2008: 3).

Liberal ilkeler doğrultusunda baktığımızda, ulus-devletin yetki ve otorilerinin bir kısmı STK, yerel yönetimler “ulus-altı” ya da Dünya Bankası, DTÖ ve IMF “ulus-ötesi” gibi düzeyde olan kurumlara dağıldığı gözlemlenmektedir. Bu sebeple, STK'nın gelişmesinin ardında yatan en büyük etkenlerden biri liberal politikaların güçlenmeye başlamasıdır. Neo-liberal ilkeler doğrultusunda, devletin üstündeki sosyal ve ekonomik yükümlülüklerin azaltılmasının bir yolu olarak STK'lar ön plana çıkmaktadır (Özdemir, 2004: 142). Bu doğrultudan hareketle; neo-liberal politikalar, kamu iktisadi teşebbüslerin özelleştirilmesi, sağlık, ekonomi, eğitim gibi toplumu ilgilendiren alanların özelleştirilmesini dayatarak sosyal politikaların bireylere sağladığı çeşitli güvenceleri ortadan kaldırmış; kamu hizmeti anlayışının ve toplumsal refahın yeniden dağıtımını önlemiştir (Kutlu ve Usta, 2005: 8).

Refah devleti anlayışının gerilemesi ve yaygınlaşan neo-liberal politikalar devlet ile sivil toplum ilişkisini yeniden şekillendirmektedir. Özellikle de küreselleşmenin etkisi refah devletinin yetersizliğini gündeme getirmektedir. Bu bağlamda küreselleşmenin, sivil toplum kuruluşlarını kapsayarak, güç dengesini kamusal alan öze doğru değiştirdiği iddia edilmektedir (Şenkal, 2005: 332). Küreselleşen ekonomi refah devleti krizlerine neden olmaktadır. Ulusal, küresel ekonomilerde toplumsal yeni formların aranması gibi politik mücadelenin yükselmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle devlet, sivil toplum ve özel sektör kuruluşlarının idaresi için yaratıcı, yeni mekanizmaların geliştirilebileceği alan olarak değerlendirilmektedir (Albareda vd., 2006: 388).

Friedman (1970: 2), neoliberal ekonomik yapıda sermayenin öncelikli görevinin “kâr sağlayarak, üretim boyunca kaynaklarından yararlandığı, faaliyet alanında “vergi ödemeleri yapmak” olduğunu açıklamaktadır. Ancak kâr elde etmek amacıyla, doğayı tahrip etmek, insan haklarını hiçe sayan koşullarda üretim yapmak, çocuk işçi çalıştırmak gibi üretim yapılan alanda yasalar ve uygulamalar ile çelişmeyen bu sistem, hem sivil toplumu hem devletleri bu süreç içerisinde müdahale mekanizmalarını iyileştirmeye ve sermaye ile etkileşime girmeye itmiştir. Sermaye, değişik sosyal şartlar altında yeniden üretilebildiğinden, kârın düşmesine karşı çözümler getirerek, diğer taraflarla iletişim ve etkileşim halinde olmaktadır (Yılmaz, 2002: 87).

Piyasa sistemi içerisindeki risk oluşturma karşısında, tüketicinin korunması, eğitim, sosyal güvenlik, sağlık, rehaf, iş sahibi olma, konut, beslenme, barış, iş emniyeti, çevre, uluslararası yardım gibi haklar konusunda devlet rol üstelenmek zorunda kalmaktadır. Bununla birlikte piyasanın kendi sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla yarattığı sorunları gidebilmek için rehah harcamaları artırmaktadır. Devlet, ekonomik kalkınma, toplumsal refah ve çevresel problemler gibi alanlarda mücadele etmesi konusunda şüpheler yoğunlaşmaktadır. Dünya genelinde karşılaşılan risk, tehlike, sorunların global olması, global sorunlarla global mücadele etme yöntemlerinin gerekli olduğu kanısını beraberinde getirmektedir (Keyman, 2006: 15). Sermayenin küreselleşmesi, STK’nın etki alanının küreselleşmesi, çevresel problemlerin globalleşmesi, ortaya çok katılımcı bir yapı çıkarmaktadır (Öztimur, 2008: 5).

Globalleşen ekonomi, sermayenin üretim kaynaklarının daha hesaplı olduğu coğrafyalara yayılmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple sermayenin dolaşım sürecinde gerçekleştirdiği STK tarafından veya tüketici kitleleri tarafından kontrol edilip gerektiğinde müdahale edilebilmesi önem taşımaktadır. Bu sebeple sermaye kârını oluştururken bu sürece diğer paydaşları da ekleme yoluna gitmektedir. Sermayenin bu süreçte STK’lar ile ortak çalışmalar girmesine ortam hazırlamaktadır. Çok paydaşlı ortalıklar, STK’lar, şirketler ve devlet arasında kurulmakta ve küresel yönetim modeli olarak görülmeye başlanmaktadır (Blowfield, 2008: 388).

Çevre ve emek sömürsünün, yolsuzlukların, kurumsal skandalların piyasanın gelişmesiyle beraber doğayı, insan hayatını tehdit etmesi ve beraberinde ekonomik

yapının bir sonucu olarak devletin giderek küçülmesi ve devletin giderek güçlü olduğu yapılardan çekilmesini beraberinde getirmekte ve yerini yeni arayışlara bırakmaktadır. Bir diğer ifade ile devletin etkisinin daraltıldığı sektörler ve devletin elini çektiği alanlarda diğer aktörlerin, STK'ların ve özel sektörün harekete geçme zorunluluğunu doğurmaktadır (Öztimur, 2008: 13).

2.10. Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Medya

İnternet iletişimi web 2.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte kökten değiştirmiştir. Web 2.0 ile birlikte internet; müşteriler, analistler, yatırımcılar, çalışanlar, medya ve birçok kişiyle iletişim kurmanın en popüler yolu haline gelmiştir. İnternet kullanımındaki artış, kişilerin internette yayınlanması için içerik üretmesi ve birbirleriyle bağlantı kurabilmelerine bağlı olarak sosyal medya kullanımlarına da yansımaktadır (Gonzalez and Smith, 2008: 143).

Sosyal ağ, kişilerin sınırları belirlenmiş bir sistemde diğer kişilere açık ya da yarı açık profil oluşturmaya, bağlantılı olduğu diğer kişilerin listesini açıkça verdiği, bu kişilerin sistemdeki listelenmiş bağlantılarını da görme imkânı tanıdığı ve aralarında gezmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Bu ağlara kayıtlı olan kullanıcıların yeni insanlar ile tanışmaktan ziyade kendi çevreleri ile iletişime geçtikleri görülmektedir. Kişi bu ağlarda profil kaydı oluşturmakta ve yine aynı ağa kayıtlı olan diğer kişiler ile iletişim sağlamaktadır (Büyüksener, 2009: 19).

Sosyal ağların bireyin hayatına dahil olmasıyla beraber kullanıcılar etkileşim ve canlılık; öneri, olay, veri, haber, fotoğraf, video ve yazı paylaşımlarıyla birlikte meydana gelen bu yeni ortam küresel bir hale gelmiştir (Alikılıç ve Onat, 2008: 1117). Sosyal ağları oluşturan ögeler karşılıklı etkileşim içinde bir iletişim platformu oluşturarak, geleneksel medya kuruluşlarının eşik bekçisi engeli olmadan, paydaşlarıyla direkt iletişime geçmesini sağlamaktadır. Oluşan bu yeni iletişim platformu, çevrimiçi kullanıcılar, tedarikçiler ve rakipleri için, kendi aralarında serbest ve denetim dışı bağlantı ve ilişki kurabilmelerine imkan sağlamaktadır (Phillips and Young, 2009: 6).

Sosyal medya, iletişim araçları, ikinci nesil internet hizmeti ve toplumsal iletişim sitelerini tanımlayan web 2.0 tabanlı uygulamaların getirisiidir. Web 1.0'a kıyasla web 2.0 daha etkileşimli ve dinamiktir; bu etkileşim kullanıcıların web sitesi aracılığıyla içeriğe erişmesi ve katkıda bulunmasını sağlamaktadır (Murugesan, 2007: 34).

İnsanların kişisel düşüncelerini ve görüşlerini, bakış açıları ve deneyimlerini, metin, video, ses ve fotoğraflarını paylaştıkları online internet ortamı, araştırmacılar tarafından sosyal medya ağları olarak tanımlanmaktadır (Kaplan and Haenlein, 2010: 61).

Mayfield, sosyal medyanın karakteristik özelliklerini şu başlıklar altında toplamaktadır:

Açıklık: Bilgi paylaşımını, oylamayı ve yorumlamayı teşvik eden sosyal medya platformlarının çoğu katılımı ve geri bildirimine açıktır. İçeriğin kullanılmasının ve içeriğe erişimin önünde nadir engel bulunur.

Konuşma: Geleneksel medya tek yönlü iletişim sağlarken sosyal medya çift yönlü iletişim sağlamaktadır.

Katılım: İzleyici ve medya arasındaki ayrımı bulanıklaştıran sosyal medya, kullanıcıların geri bildirim sağlamasını ve katkıda bulunmasını teşvik eder.

Bağlılık: İnsanlara, kaynaklara ve diğer sitelere bağlantı kuran sosyal medya bu bağlantılılıklarıyla gelişir.

Topluluk: Ortak ilgi alanlarına sahip olan kullanıcıların hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlar (Mayfield, 2008'den Akt. Yavuz, 2022: 10).

Geleneksel halkla ilişkiler uygulamalarının sürdürülebileceği yeni bir ortam sağlayan internet, bu aracı kullananlar arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesine yönelik yeni fırsatlar oluşturmaktadır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte tüm organizasyonların, paydaşlarıyla olan ilişkileri daha hızlı ve zahmetsiz bir niteliğe dönüşmüştür. Organizasyonlar için mevcut varlıklarının ötesinde internet aracılığıyla kurdukları etkileşim ve sosyal medya hesapları önem kazanmıştır. Bu duruma STK'lar açısından bakıldığında, internetin hedef kitlelere ve paydaşlarıyla iletişim sağlama ve devam ettirebilmesi bakımından sahip olduğu güç, kendini açık bir şekilde belli etmektedir (Özdemir ve Yamanoglu, 2010: 15-16). Sosyal medya platformlarının, kendini ifade edebilme fırsatı sunma, maliyeti azaltma, uluslararası işbirliği sağlama, bilgi boşluklarını doldurma ve geleneksel medyadan kaynaklanan boşluğu doldurma gibi fonksiyonları olduğunu söylemek gerekir (Çil, 2015).

Yeni iletişim teknolojilerinin bir getirisi olan sosyal medya ağları şirketlerin, kurumların, organizasyonların ve STK'ların kurumsal iletişimleri ve halkla ilişkiler

faaliyetleri için geleneksel yöntemlere göre sosyal ağlarla beraber farklı yöntemler geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişim modeli ve pasif izleyici kitlesi yerini çift yönlü iletişim ve etkileşim modeline bırakmıştır (Aşman Alikılıç, 2011: 75). Böylelikle mesajın alıcısı durumundaki taraf, mesajın içeriğinin oluşumunda rol alabilmekte ve mesajın kaynağı konumuna gelebilmektedir.

Yaşama Dair Vakfı'nın, 2015 yılında "Türkiye'de Sivil Toplumun Gelişimi ve Sivil Toplum Kamu İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi" kapsamında yaptığı araştırmaya göre STK'ların %50'sinin öncelikli hedef grupları ve paydaşlarıyla iletişim sağlamak için en sık kullandıkları ortam sosyal medya ve internettir. Bunları yüz yüze görüşmeler, cep telefonu ile görüşme ve kurumsal yayınlar gibi iletişim yöntemleri takip etmektedir (YADA, 2015).

Yeni medya ortamları çeşitli STK'lar ile siyasal ve toplumsal hareketler tarafından kendilerini tanıtmak, faaliyetlerini organize etmek, bu faaliyetleri duyurmak ve kendilerine gönüllü ve destekçi bulmak için giderek daha yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Örneğin, e-postalar veya sosyal ağlar üzerinden faaliyetler duyurulabilmekte, e-gruplar üzerinden faaliyet ve tartışmalar yürütülebilmekte faaliyet görüntülerini video paylaşım ağları üzerinden yükleyerek, bunların çevrimiçi dünyada yaygınlaşması sağlanabilmektedir (Binark ve Löker, 2011: 15).

STK'lar, hedeflerine ulaşmak ve paydaşlarıyla güçlü bir etkileşim sağlamak için sosyal ağları kullanırlar. Bu bağlamda sosyal ağlar STK'ların elini güçlendiren araçlardır. STK'lar online olarak, belirli ilgi alanlarına sahip kişileri seçerek daha özel ya da daha geniş kitlelere ulaşmak için pazarlama çalışmalarını belirli yönlelere çekebilir ve demografik yapıları hedeflemek için sosyal ağ platformlarını kullanabilmektedir (Waters vd., 2009: 20).

Techreport'un 2018 verilerine göre dünya genelinde STK'lar tarafından kullanılan sosyal medya araçlarının %93'ü facebook sayfası, %77'si twitter profili, %57'si youtube kanalı, %56'sı linkedln sayfası, %50'si instagram profili, %30'u facebook grubu, %20'si google sayfası, %17'si linkedln grubu, %13'ü pinterest profili, %9'u vimeo kanalı, %8'i flickr profili, %3'ü tumblr blog, %1'i ise reddit profili kullanmaktadır. Yine aynı verilere göre %95'i sosyal medya platformlarının online farkındalık için etkili olduğunu düşünülmektedir. STK'ların %25'i günlük

paylaşım yapmaktadır, %23'ü gün aşırı paylaşım yapmaktadır, %19'u ise haftada bir kez paylaşım yapmaktadır (Techreport, 2018).

STK ve sosyal medya ile ilgili yapılmış araştırmalarda 2007 ve 2008 yılında Fortune dergisi ABD'de faaliyet göstermekte olan STK'lar arasından seçtiği 200 sivil toplum kuruluşu üzerinden yapmış olduğu çalışmada, ilgili kuruluşların ortalama %80'i, sosyal medya platformlarının, kuruluşların faaliyetlerine olumlu katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu çalışmaya ek olarak örneklem gruba dahil olan STK'ların temsilcileri, iki yıl içerisinde sosyal medya platformlarının kullanım oranlarının %75'ten %89'a çıktığını ifade etmişlerdir (Barnes and Mattson, 2009).

İnternetin STK'lara gönüllü kazanımı, halkla ilişkiler, maddi kaynak, hak savunuculuğu, araştırma ve çift yönlü iletişim gibi konularda ciddi fırsatlar sağlayabilecek kapasitede olduğu gerçektir. STK'lar bağış toplarken bankacılık faaliyetlerinin internet ortamında kullanılan yöntemleri olan EFT, havale, kredi kartı ile ödeme, paypal gibi yöntemleri kullanmaktadır. Halkla ilişkiler açısından değerlendirildiğinde dijital bankacılık ve ödeme sistemleri, ödemeleri kolaylaştırmaktan ziyade bağış kaynaklarının arttırılmasına katkı sağlamaktadır. Örneğin ABD'de online platformlar üzerinden bağış yapma 2007'de yüzde 52 gibi bir artış göstermiştir. 2008'de ise tatil süresi boyunca ülkedeki krize rağmen, STK'lara yapılan bağış 3 milyar dolar gibi bir rakama ulaşmış ve bu bağışların yarısı internet üzerinden gerçekleşmiştir Maddi kaynak sağlamanın yanında daha fazla gönüllü sayısına ulaşmak için de internet ve sosyal medya ağları, STK'ların sıkça başvurduğu araçlardandır. Buna örnek olarak ABD'deki STK'lar gösterilebilir. Bu STK'lar, etkinlikleri için online gönüllü platformları üzerinden kalifiyeli insan kaynağına erişebilmektedir (Arthur, 2008).

STK'ların hedef kitlesine ulaşabilmek, kamunun beklentilerine cevap verebilmek, amaçlarını gerçekleştirebilmek için basın, üye, gönüllü ve destekçi gibi iç ve dış paydaşlarıyla sağlıklı bir şekilde iletişim yürütmeleri gereklidir (Özdemir ve Aktaş Yamanoğlu, 2010: 14-15). STK'lar sosyal ağlar aracılığı ile hem kendilerini ifade etme hem de toplumsal farkındalık yaratabilmektedir. Farklı çalışmalara baktığımızda sosyal medya platformlarının, STK'lar ile paydaşları arasında iki yönlü iletişim sağladığı görülmektedir (Ihm, 2015). Sosyal medya, kriz anında, STK'lara zamanında bilgi aktarımı için esnek iletişim araçları sunmakta (Brengharth and Mujkic,

2016), kapsamlı iş birliği sağlamakta (Dong and Rim, 2018), ve paydaşları, bağış yapmaya teşvik etmektedir (Attouni and Mustaffa, 2014). Buna ALS hastalığının toplumda farkındalığını arttırmak için başlatılan “ice bucket challenge” buz kovası medyan okuması kampanyası örnek verilebilmektedir (Association, 2014).

STK’ların temel amaçlarından biri aynı konulara ilgi duyan ya da aynı sosyal problemler için aynı bekleyişe sahip bireyleri bir araya getirmektir. Bu bağlamda STK’lar hak savunuculuğu yapmak, destek işlevi görmek vb. çalışmalar yürüterek müşterek paydada buluşan kişilere yardım etmektedir. STK’ların gönüllüler, destekçiler ve üyelerle gerek insan kaynağı bakımından gerekse ilişkiler kurup devam ettirmesi bakımından kurumsal seviyede öneme sahiptir (Greenberg and Macaulay, 2009: 67).

Geleneksel medyada görünürlük sıkıntısı yaşayan STK’lar için sosyal medya platformları başka bir seçenek imkanı sunmaktadır. STK’lar geleneksel medyada yaşadıkları sorunları çözebilmek amacıyla sosyal ağlara yönelmektedirler. Bu kapsamda profil sayfaları oluşturarak paydaşlarıyla doğrudan iletişim sağlayabilmektedirler. Sosyal medya araçları paydaşlarla ve kurum içiyle iletişimini hızlı bir şekilde sağlayabilmek amacıyla tercih sebebi olmaktadır. Birçok STK etkinliklerini duyurabilmeleri, imza kampanyaları düzenleyebilmeleri, sosyal konularla ilgili değişim ve gelişmeleri aktarabilmeleri, kamuoyu oluşturabilmeleri bakımından halkla ilişkiler amacıyla ilgili olarakda sosyal ağları kullanabilmektedirler (Onat, 2010: 107-108).

Jimmy A. Young (2017) bir araştırmasında, insanlara yardım yapan STK’ların sosyal medya platformlarının sunmuş olduğu hizmetlerden memnun olduğunu ve genelde bu platformları STK’ların kendi tanıtımını yapmak için kullandıklarını sonucuna ulaşmıştır. Fangfang Gao (2016) araştırması sonucunda, Çin’de bulunan kâr amacı gütmeyen 300 kuruluşun sosyal medya platformlarına, faaliyetlere teşvik, bilgi yayma, yardım çağrısı ve sorunları çözmek için bu platformalara güvendiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca halkla ilişkiler uzmanlarının sosyal medya platformlarını stratejik iletişim açısından olumlu algıladıkları ortaya konulmuştur (Wright and Hinson, 2009).

STK’lar, sosyal medya hesaplarını, halkla ilişkiler faaliyetlerini koordine etmek ve gönüllü katılımını sağlamak amacıyla da kullanılmaktadırlar. STK’lar resmi web sayfalarından ve oluşturdukları sosyal medya profilleri üzerinden üye ve gönüllü

bağlantılarını paylaşmakta, sohbet duvarı oluşturmakta ve basın bültenleri yayınlanmaktadır. Halkla ilişkiler amacıyla STK'ların internet ağından faydalanmaları, çalışmalarını şeffaf olarak yürütebilmeleri ve kamunun ulaşımını kolaylaştırması açısından kurum itibarını arttıran unsurlar olarak değerlendirilmektedir. STK'lar internet ağlarını kullanarak, toplumsal sorunlara dikkat çekmekte, katılımcıları organize etmekte, geleneksel medyada görünür olmakta, amaçlarını gerçekleştirmek için geniş bir kitleye ulaşmaktadır. (Özdemir ve Aktaş Ymanoğlu, 2010: 15-16).

İtibar yönetimi açısından da internet, STK'lar için ciddi boyutta fayda sağlayan bir araçtır. STK'ların, kamu kesimleri, farklı kurum ve kuruluşlar ile ilişkisi dikkate alındığında internet; hızlı, düşük maliyetli ve çoklu medya ortamı yönünden oldukça zengin bir araçtır. İnternet kullanıcıları gözünden STK'ların web sitelerine bakıldığında, STK'ların web sitelerinin, özel işletmelerin web sitelerine oranla daha güven veren imaja sahip olduğu bulgulanmıştır. Bu bağlamda düşük bütçe ile zengin içerikli web sayfaları oluşturmak, STK'ların itibarına pozitif yönde katkı sağlamaktadır (Tessa, 2002).

3. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDA İTİBARIN ÖNEMİ

Bu bölümde itibar kavramı, kurumsal itibar, sivil toplum kuruluşları ve organizasyonlar için itibarın önemi açıklanacaktır.

3.1. İtibar Kavramı

Soyut bir kavram olan itibarın, literatürde birçok farklı tanımı bulunmaktadır. Çalışma açısından itibar kavramının ne olduğunu daha iyi anlamak ve araştırmanın daha anlaşılır olması açısından literatürdeki itibar tanımlamalarına bakmak yararlı olacaktır. İtibar, Arapça kökenli bir kelime olup, TDK’ da saygınlık, saygı görme anlamında kullanılmaktadır (TDK).

Farklı kurum ve kişilerce yapılan birçok itibar tanımı; sosyal sorumluluk, güvenilirlik ve nitelik gibi bileşenleri kapsamaktadır. Sözlük anlamı incelendiğinde itibarın saygınlık ile açıklandığı görülmektedir. Bununla birlikte itibar, prestij ve saygınlık kavramları ile eş anlamlı kullanılmakta ve güven ile kazanılmaktadır. İtibar, bir şeyin, kişi veya kurumun ne derece tanınır olduğu ve başkaları açısından nasıl bir konuma sahip olduğunu yansıtmaktadır (Kılınç, 2018: 231).

Dennis B. Bromley’e (2001) göre itibar, bir kişi veya kurum hakkında çıkar gruplarının veya paydaşların görüşlerinin dağılımıdır (Bromley, 2001: 317). Gaines-Ross ise itibarı şu şekilde tanımlamaktadır: “bir kurumun, işletmenin, örgütün paydaşları tarafından olumlu veya olumsuz nasıl algılandığıdır” (Gaines-Ross, 2008:6). Casalo vd. (2007) itibarı, kurumun ne derece güvenilir olduğu ile ilişkilendirmekte ve kurumun sözleriyle yaptıkları arasındaki karşılaştırmaların bir sonucu olarak tanımlamaktadır (Casalo vd., 2007: 1). Bir diğer tanıma göre itibar, kurumun zaman içerisinde gösterdiği tutarlılığı ve kaliteyi ifade etmektedir (Millewicz Herbig, 1994: 39). Peter Sheldon Green’e (1996: 20) göre itibar ise, elde edilmesi zor bir değerdir. Toplumda yaşayan bireylerin herhangi bir nesneye ya da kişiye saygı göstermesi olarak tanımlamaktadır.

Canan Ergün, (2021: 5-6) literatürde yer alan itibar tanımlarını Tablo 3.1’de Baden-Fuller, Ravazzollo ve Schwiezer’i (2000: 623) temel alarak şu şekilde düzenlemektedir.

Tablo 3.1 İtibar Tanımları

Yazar ve Yıl	İtibar Tanımları
Kreps, Wilson(1982)	Bir kişiye veya topluluğa başka bir kişi veya topluluk tarafından yöneltilen bir özellik veya karakteristiktir.
Weigelt ans Camerer (1988)	Bir firmaya geçmiş faaliyetlerinden yöneltilen bir takım özelliklerdir.
Raub and Weesie (1990)	İtibar bir aktöre geçmişte gözlemlenen davranış temelinde yöneltilen bir özelliktir.
Fombrun and Shanley (1990)	İtibar, paydaşların bir kurum hakkında biriktiği bilgilerin toplam sonucudur.
Fombrun (1996)	İtibar bir sermayedir ve bu itibar sermayesi, farklı paydaşlara yansıtılan tutarlı edinimlerden elde edilir.
Whetten and Mackey (2000)	Kurumsal kimlik hakkında dış paydaşların görüşlerinin geri bildirimidir.
Mui, Mohtashemi and Halberstadt (2002)	İtibar, bir temsilcinin norm ve niyetleriyle ilgili geçmişteki eylemleriyle yarattığı algıdır.
Larkin (2003: s.1)	İtibar bir kuruma o kurumla ilişkili iç ve dış paydaşların ne kadar olumlu ya da ne kadar olumsuz baktıklarının yansımasıdır.
Berens and Van Riel (2004)	Toplumsal beklentiler sonucu oluşan hükümdür.
Gibson (2006)	En önemli kurumsal değerdir.
King (2008)	İmaj, prestij ve meşruluk toplamıdır.
Walker (2010)	İç ve dış paydaşlarının algılarının toplamıdır.

Kurumların, kişilerin en değerli varlıkları itibarlarıdır. Sosyal yaşamda itibar sahibi olanlar, topluluğa liderlik etme, daha çok iş çekme ve daha fazla kaynağı harekete geçirme fırsatını yakalar. İtibar, tutarlı ve uzun süreçli davranışlarla kazanılır; ancak, çok çabuk kaybedilebilir. Farklı bir deyişle, davranış ve söylemin tutarlılığı, itibarın temelini oluşturur (Argüden, 2003: 9).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, pazarda iyi bir itibara sahip olan organizasyonlar, rekabetçilerine göre daha fazla müşteri çeker. İtibarı elde etmek uzun bir süreci alabilmektedir. Müşterilere kurumu sevdirmek ve gönül bağı kurmak oldukça zordur. Tam da bu nedenle kurum yaptığı işlerde ve paydaşlarına verdiği sözlerde tutarlı ve güvenilir olmak zorundadır. Paydaşlar, organizasyonun güvenilir olmadığını ve tutarsız davranışlarda bulunduğunu fark ettiklerinde organizasyonla olan bağını kolaylıkla koparabileceklerdir (Karaköse, 2012: 8-9).

İtibarın kaynakları: “Bilgi ve yetenekler, duygusal bağlantılar, liderlik, vizyon ve istek, kalite, finansal güvenilirlik, sosyal güvenilirlik, çevresel güvenilirlik” başlıkları altında toplanabilir (Brady, 2005: 16-18).

Bilgi ve yetenekler: Kurumun çalışanları ne kadar yetenek ve bilgi yönünden yeterli olursa, kurumun başarısı da o derece etkilenecektir. Kurumun gelişimi açısından çalışanların yetenekleri oldukça önem arz etmektedir.

Duygusal bağlantılar: Müşteri ile organizasyonun hizmetleri ve ürünleri arasında duygusal bir bağlılık olmalıdır. Bu bağlılık; kurumun kültürü, oluşturulan değerler ve paydaş ilişkileri oluşturmayı içermektedir.

Liderlik, vizyon ve istek: Paydaşlar, organizasyonu kendi algılarına göre değerlendirmektedir.

Kalite: Kurumda üretilen, hizmetlerin ve malın kalitesi müşterilerin beklentilerini karşılamalıdır.

Finansal güvenilirlik: Bir organizasyonun başarımlarının değerlendirilmesi sonucunda belirlenir. Güvenilirlik oluşturmak için öncelikle paydaşların çıkarlarını ve beklentilerini dikkate almak gerekmektedir.

Sosyal güvenilirlik: Bir organizasyonun sosyal alan içindeki konumuyla bağlantılıdır. Organizasyon olumlu bir izlenime sahip olmalı, toplumun ihtiyaç ve beklentilerini dikkate değer görerek etkinliklerini devam ettirmelidir.

Çevresel güvenilirlik: Kurumlar gelecek nesiller için iyi bir miras bırakacaklarını garanti altına almak durumundadır (Akt. Karaköse, 2012: 9-10).

3.1.1. Kurumsal İtibar

İtibar kavramı kullanım biçimi bakımından farklılıklar göstermektedir. Örnek olarak bir şirket için itibar; karşısındakinin beğenisini, saygısını ve kabulünü artırıcı atılımlardır. Dolayısıyla şirketler kurumsal kimlikleri üzerine itibar oluştururlar yani kalite, pazarlama performansı ve köklülük gibi kavramlar üzerinden itibar kurup paydaşları nezdinde kurumlarına karşı güven kazanmayı, güveni arttırmayı hedeflemektedirler (YADA, 2020: 18).

Kurumsal itibar konusunda literatür de çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Küresel piyasada ise kurumsal itibar ile yakından ilgilenen kurumlar bulunmaktadır. Bu kurumlar itibarlarını inşa etmek ve güçlendirmek için stratejiler geliştirmektedir. Bir organizasyonun diğerlerinden farklılaşması için, pazara ve organizasyonun bugün ve istikbalinden etkilenen organizasyon ve kişilerin hissi umutlarına cevap verebilme gereksinimi doğmaktadır. Bu da soyut ancak araştırmalarda birtakım ölçümleme yöntemleri kullanılarak tespit edilebilen kurumsal itibar diye tanımlanan kavramı ortaya çıkarmaktadır (Dörtok, 2004: 57).

Kurumlar için itibarın anlamına yönelik çalışmalar, kurumsal itibar adı altında çalışılmaktadır. 1950’li yıllarda çalışılmaya başlanan kurumsal itibar kavramını Fombrun şu şekilde açıklamaktadır; “Bir şirketin, önde gelen rakipleriyle karşılaştırıldığında, tüm önemli paydaş grupları nezdinde genel çekiciliğini tanımlayan, geçmiş eylemlerinin ve gelecek beklentilerinin algısal temsilidir” (Fombrun, 1996: 72).

Fombrun’un tanımını genişleten Kent Walker (2010: 367-370) ise kurumsal itibarı, bir kurumun geçmişteki davranışlarının algısal temsilinin ve kurumun gelecekteki beklentilerinin bazı kriterlerle karşılaştırılmasının toplamı şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca Walker, literatürde yer alan kurumsal itibar açıklamalarını incelediği çalışmasında genel olarak atıf yapılan tanımlarda beş müşterek nokta olduğunu belirtmektedir bunlar:

- İtibar olumlu-olumsuz olabilmektedir,
- İtibar algılara dayalı olmaktadır,
- İtibar karşılaştırmalı olmaktadır,
- İtibar kalıcı olmaktadır,
- İtibar bütün paydaşların algıları toplamıdır.

Bir organizasyonun iç ve dış paydaşları tarafından nasıl görüldüğüne itibar denmektedir. Literatürde var olan itibar çalışmaları çoğunlukla şirketler tarafından gerçekleştirildiğinden tanımlar da kurumsal itibar olmak üzere şirketler dahilindedir. Bu bağlamda kurumsal itibar, bir şirketin bağıntılı konumunu kurumsal çerçeve ve rekabetçi bağlamda içsel olarak personelleriyle ve dışsal olarak paydaşları ile birlikte ele alınmaktadır (Fombrun and Van Riel, 1997: 1-16). Kurumsal itibar, organizasyonlarının finansal mesuliyetleriyle birlikte üstlendikleri sosyal mesuliyet, kuruma olan güven, paydaşlar ile olan bağlantılar, hizmetlerin ve ürünlerin niteliği gibi olguların toplu şekilde ele alınması ile bağlantılıdır (Sykes, 2002: 79-86).

Paydaş geribildirimi sözleriyle kurumsal itibar tanımlanmaktadır. Kurumsal itibar kurumsal bağlantıların ne durumda idare edileceğinin mühim bir göstergesidir (Whetten and Mackey, 2002: 401-402). İtibarın kurumlar için faydaları şu şekilde listelenmektedir:

- İtibar rekabet avantajı sağlar ve rakiplere karşı korur.
- İşe alım durumunda nitelikli personeli çeker.
- İyi iş ortakları ve tedarikçi sağlar.
- Zengin ekonomik kaynaklara ve yatırımcılara erişimi artırır.
- Yeni pazarların açılmasını sağlar.
- Kuruma değer katar.
- Kurumu kriz dönemlerinde korur (Sherman, 1999: 10).

Bir organizasyona, iç paydaşlar ile dış paydaşların organizasyon hakkındaki görüşleri de itibar açısından önemli bir konudur. Bu noktada itibarı oluşturan ana unsurlar olarak kimlik ve imaj kavramları ortaya çıkmaktadır (Brotzen, 1999: 54). İtibar, bir organizasyonun kimliğinden ve imajından kaynaklanan algıların toplamının kolektif bir temsildir (Çabuk, 2022: 40). Dennis Bromley ise itibarın, organizasyonun kimlik ve imajının toplamından olduğu ifade etmektedir (Bromley, 2000).

İmaj ve kimlik terimleri sıklıkla itibar teriminin yerine kullanılmaktadır. Bu terimler paydaşlardan hareketle farklılaşmaktadır. Kimlik, iç paydaşların organizasyona yönelik algılarıdır. İmaj ise dış paydaşların organizasyona yönelik algılarıdır. İç paydaşların ve dış paydaşlarının organizasyona ilişkin algılarının toplamı ise itibarı temsil etmektedir. Tam da bu sebeple bir organizasyonun kimliği organizasyon içi iletişim süreçlerinin bir sonucudur. İmaj terimi ise organizasyonun dış paydaşları tarafından gönderilen mesajlara bağlı olarak meydana gelmektedir (Lewellyn, 2002: 448).

3.1.1.1. Kurumsal Kimlik

Antik çağlarda insanların gördüklerini taşlara ya da mağara duvarlarına resmetmesi kurumsal kimliğin ilk örnekleri olarak kabul edilen simgeleri oluşturmaktadır. Daha sonrasında dinleri birbirinden ayıran simgeler, ülkeleri birbirinden ayıran bayraklar birer kimlik aracı olarak kullanılmaktadır. 12. yüzyıla geldiğimizde ticaretin ilerlemesiyle birlikte, üreticiler kendi ürünlerini diğerler ürünlerden ayırabilmek amacıyla kimliklerini belirten birtakım işaretler kullandıkları görülmektedir. 14. yüzyıl ve 15. yüzyıla geldiğimizde bu işaretlere çeşitli kalite standartları eklenmektedir. 19. yüzyılda ise mağazalar kendi kimliklerini yansıtan simgeler ve işaretleri kullanmaktadır (Meral, 2011: 8). Yine bu dönemde kurumsal kimlik, tasarım yaklaşımı olarak ortaya çıkmakta, uygulama alanı genişlemekte ve ilgi

çekmeye başlamaktadır. Bir rekabet kaynağı ve önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Tuna, 2007: 10).

Kimlik, organizasyonun itibarını güçlendirmek için giriştiği kurumsal iletişim faaliyetlerini içermektedir. Bir kurumun kendiyle ilgili düşünceleri kimliktir. Farklı bir ifade ile kurumun kendini nasıl gördüğü ve iç paydaşlar tarafından nasıl algılandığıdır (Karaköse, 2007: 5). Bir organizasyonun içeride çalışanları tarafından nasıl görüldüğü organizasyonun kimliği ile ilişkilidir. Bu nedenle organizasyonlar uzun ve kısa vadede plan yaparken, iç paydaşların organizasyona ilişkin algılamalarını belirleyerek hedeflere uyarlaması itibar açısından önemlidir (Karaköse, 2012: 15).

Kurumsal kimlik ile ilgili üç temel görüşün literatürde var olduğu bilinmektedir. Birinci görüş kurumsal kimliği *görsel tasarım yaklaşımı* olarak ele almakta, ikinci görüş kurumun *bütünleşik kurumsal iletişim yaklaşımı* olarak görmekte ve üçüncüsü ise *disiplinlerarası yaklaşım* olarak ele almaktadır. Birinci yaklaşım olan görsel tasarım yaklaşımında kurum kimliği logo, amblem, bina tasarımlarını, renklerini ifade etmektedir. Bütünleşik kurumsal iletişim yaklaşımı kurum kimliğini görsel unsurlarla sınırlamaz, bu görsel unsurların iletişim yoluyla paydaşlara aktarılması da kurum kimliğinin bir parçasını oluşturmaktadır. Bu sebeple kurum kimliğinin oluşturulması kurumsal iletişim bileşenleriyle mümkün olmaktadır. Üçüncü görüş olan disiplinlerarası yaklaşım ise kurum kimliğini, iletişim, simge ve davranış yoluyla tüm paydaşlara sunulan bir bütün olarak görmektedir. Önemli bir unsur olan kimlik halkla ilişkiler, psikoloji ve örgüt kuramı gibi disiplinlerin birlikte çalışmasıyla açıklanabilir. Kurumsal kimlik yönetiminin temelinde iyi bir itibar oluşturma çabası bulunmaktadır (Van Riel and Balmer, 1997: 340-355).

3.1.1.2. Kurumsal İmaj

Organizasyonlara ilgili olarak imaj teriminin literatüre 1950'lerden itibaren girdiği görülmektedir. Kavramı ilk kez kullanan Burleigh B. Gardner ve Sidney J. Levy'nin *The Product and the Brand* isimli çalışması 1955 yılında Harvard Business Review dergisinde yer almaktadır. Yapılan bu araştırmaya göre tüketiciler bir ürün veya hizmeti alırken fonksiyon ve fiziksel özellikleri dışında taşıdığı anlamlar nedeniyle satın aldıkları sonucuna varılmaktadır. Ürün veya hizmetin tüketicinin belleğinde bıraktığı izlenim, anlam, imajdır. Birtakım çıkarımlar, yansımalar ve

yorumlardan oluşan imaj bir semboldür; nesnenin kendisi değildir, nesneyi temsil eden ve niteleyen kavramlardır (Levy, 1999: 233).

İmaj bir organizasyonun, insanların zihninde oluşturduğu etkidir (Şişman, 2002: 165). Başka bir ifadeye göre imaj, bazı öğelerin insanların zihninde etkileşimi sonucunda oluşan izlenimdir (Demir, 2003: 13). Bu doğrultudan yola çıkarak imaj kavramı; insanların birtakım yaşantılar neticesinde, organizasyonla ilgili olarak edindikleri olumlu ya da olumsuz izlenimleri şeklinde ifade edilebilir. İmaj, bir organizasyonun dış paydaşları olarak da bilenen hedef kitlesince nasıl algılandığı anlatmaktadır (Karaköse, 2012: 17).

En basit ifade ile imaj; kurum, kişi ya da herhangi bir durum hakkında ortaya çıkan görüşlerin toplamıdır. Rekabetin yoğun olduğu durumlarda kurumlar açısından oldukça önem taşımaktadır. İnsanların organizasyonlar hakkında gördükleri, duydukları veya doğrudan organizasyonla ilişki kurduklarında edindikleri izlenimlerin bir görüntüsü kurumsal imajı oluşturmaktadır (Sabuncuoğlu, 2010: 90).

Kimlik ve imaj arasındaki ilişkiye bakıldığında; kimlik kurumun kendini nasıl ifade ettiği, kendini nasıl tanıttığıdır. İmaj ise kurumun dışardan bakıldığında nasıl algılandığı, zihinsel olarak nasıl kavradığı ve ne tür bir izlenim bıraktığı ile ilgilidir. Kurumsal kimlik, kurumun hedef kitlesine iletmek istediği mesajların tamamını oluştururken, kurumsal imaj; kurumun iletmış olduğu mesajların hedef kitlesinde nasıl algılandığının bir bütünüdür. Kurumun kimliği, kurum tarafından çabalar sonucu gerçekleştirilen somut hareketlerken, kurumun imajı hedef kitlenin kurum ile ilgili sahip olduğu somut fikirlerini, dışarıdaki grupların kurumun “olmasını istediği” durumu ya da kurumu nasıl algıladığını ifade etmektedir (Öztürk ve Şardağı, 2018: 120).

Özetle; itibar, kimlik ve imaj nosyonları arasında çapraşık bir ilişki bulunmaktadır. Kimlik, imaj, itibar birbirlerini etkileyen hatta birbirini tamamlamayan kavramlardır. İtibar hem kimliği hem de imajı kapsar niteliktedir. Organizasyonların özellikle paydaşların beklentilerini dikkate alarak, onlar tarafından nasıl algılandıklarını tespit etmeleri kurumsal itibarları açısından etkili olacaktır (Karaköse, 2012: 21).

3.1.1.3. Kurumsal İletişim

Bir organizasyonun durumunu sadece bir paydaşı ölçüt olarak değerlendirecek olursak, bu durumda paydaş ve organizasyon arasında etkileşim olduğunu kabul etmek gereklidir. Organizasyonlarda birden fazla katılımcı bulunmaktadır. İtibar; organizasyon ile paydaşlar arasında ve paydaşlarında kendi arasında oluşan komplike bir etkileşim ağının sonucunda oluşmaktadır (Dentchev and Heene, 2003). Organizasyonlar kendi özelliklerini ve paydaşlarına kendilerini iletişim yoluyla iletirler. Bunlar kurumun kimliğine ait özelliklerdir. Organizasyonlar paydaşları nezdinde kimlik unsurları ile ayırt edilebilir ve fark edilebilmektedir. Organizasyonların paydaşlarıyla kurmuş olduğu bütün iletişim faaliyetlerinin zemininde olumlu bir imaj ve olumlu bir izlenim bırakma çabası bulunmaktadır. Bu sebeple kurumsal iletişim, kurum kimliğini, kurumsal imaja dönüştürmek için yapılan her türlü hareketi içeren bir süreci ifade etmektedir (Ind, 1992: 24).

İletişim, toplumsal yaşam içerisinde gerçekleştirilen duygu, düşünce, bildirim, yargı ve tutum olarak tanımlanabilir (Oskay, 1997: 5). Başka bir deyişle iletişim, malumat üretme, anlamlandırma, aktarma süreci olarak ifade edilebilmektedir (Dökmen, 2002: 19). Organizasyonlar açısından bakıldığında yönetimin bir çalışanına nasıl dokunduğu önemlidir. Yönetim, kendi çalışanlarına saygı duymalı ve karşı tarafa bunu belli etmelidir aksi halde çalışanlarıyla iletişimi olumsuz olmaktadır (Türkmen, 1999: 171).

İtibarın, iletişimin sorumluluğunda olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Çünkü kurumsal itibar, algıların bir sonucu olarak oluşmaktadır. Algıların yönlendirilmesi ve yönetilmesi ise iletişimin sorumluluğundadır. Tüm organizasyonlar için iletişim önemli bir unsurdur şöyle ki paydaşların organizasyonlar ilgili algılamalarını yönetmek ve yönlendirmek için malumat akışını kolaylaştırmada iletişim önemli bir role sahiptir. Ayrıca verilmek istenen mesajın hedef kitlesine ulaşması için itibarın güçlenmesine katkı sağlayacaktır. Organizasyonların faaliyetlerini gerçekleştirmesinde, kamuoyu algılamalarının yönetilmesinde ve desteklenmesinde iletişimin önemi büyüktür (Deephhouse, 2002).

Kurumsal iletişim, bir organizasyon ve paydaşları arasında pozitif ilişkiler kurmak için her türlü iç ve dış iletişimin bilinçli, etkin ve verimli bir şekilde koordine edildiği önemli bir yönetim aracıdır (Van Riel, 1995: 26).

John M.T. Balmer ve Edmund R. Gray'e (2000) göre organizasyonları ve kurum kimliğine ve kurumsal iletişime izlemsel olarak yaklaşmaya zorlayan çevresel on güç vardır (Balmer and Gray, 2000). Bunlar: *Ürün yaşam döngüsünün hızlanması, Deregülasyon, Özelleştirme programları, Kamu ve sivil toplum sektöründe artan rekabet, Hizmet sektöründe artan rekabet, Küreselleşme ve serbest ticaret sahalarının kurulması, Birleşme devir ve bölünmeler, Yüksek nitelikli çalışan sıkıntısı, Kamunun kurumsal sosyal duyarlılık beklentileri, Örgütlerin iç ve dış yönleri arasındaki sınırların dağılımı* (Akt. Çabuk, 2022: 53-54).

- *Ürün yaşam döngüsünün hızlanması:* Teknolojik değişimin hızından etkilenen pazarlarda ürün ömrü kısalmaktadır. Örneğin, video kasetler ve ses kasetlerinin yerini CD'ler ve DVD'ler almıştır. Sony ve JCV gibi yüksek tanınırlığa ve iyi bir itibara sahip şirketler, böylesine dinamik bir pazarda rekabet avantajına sahiptir.
- *Deregülasyon:* Deregülasyon politikaları organizasyonlara yeni sahalarda rekabet etme imkanı sağlarken kamu nezdinde imajlarını bulanıklaştırmaktadır. Bu sebeple bu durumla karşılaşan organizasyonların yaşadığı en büyük zorluk kamusal kişiliklerini bir an önce değiştirmeleridir.
- *Özelleştirme programları:* Özelleştirme programları organizasyonları kimlik krizine karşı etkisiz bırakmaktadır. Bu gibi durumlarda organizasyonlar eski kamusal konumlarından koparak pazarda fark edilebilecek şekilde kendilerini yeniden konumlandırmaları gerekmektedir.
- *Kamu ve sivil toplum sektöründe artan rekabet:* Gönüllü yardım organizasyonlarının ve üniversitelerin sayısının hızla artması organizasyonlar arasında rekabeti arttırdığı için kurumsal kimlik ve kurumsal iletişim çalışmaları daha önemli konuma gelmektedir.
- *Hizmet sektöründe artan rekabet:* Yine benzer şekilde hizmet sektöründe artan rekabet kurumsal imaj ve itibarın önemini daha anlaşılır kılmaktadır. Buna yerinde bir örnek olarak Hong-Kong kökenli olan Cathay Pacific havayolu şirketi kendilerini İngiliz yerine, Asya kökenli bir havayolu şirketi olarak pazarda kendini yeniden konumlandırması olmuştur. Bu değişimin nedeni Asyalı olan birincil müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaktır.
- *Küreselleşme ve serbest ticaret sahalarının kurulması:* Uluslararası çapta büyüyen organizasyonların en güçlü rekabet avantajı olumlu bir itibar ve

yaygın bir imajdır. Bu organizasyonlar dünyaya diğer daha az bilenen organizasyonlara göre daha kolay bir şekilde yayılmaktadır.

- *Birleşme devir ve bölünmeler:* Bunların en belirgin sonucu organizasyonun gerçek kimliği ve kamusal imajı arasında zarar verici bir boşluk yaratmasıdır.
- *Yüksek nitelikli çalışan sıkıntısı:* Günümüzde organizasyonların rekabet gücünü sağlayan en önemli unsurlardan biri kaliteli ve yüksek motivasyona sahip bireyleri etkilemek ve işe almaktır. Organizasyonların bu amaca ulaşmasında olumlu bir itibar önemli rol oynamaktadır. Çünkü bir organizasyonun itibarı çalışanına psikolojik olarak bir gelir sağlamaktadır.
- *Kamunun kurumsal sosyal duyarlılık beklentileri:* Günümüzde toplumsal yaşamda yüksek düzeyde artan bir kurumsal sosyal duyarlılık talebi bulunmaktadır. Müşterilerin şirketlerin toplumsal performansı ile daha çok ilgilendiği ve doğaya ve çevreye faydalı ürünleri satın alma noktasında daha çok ücret ödemeye gönüllü oldukları yönünde bulgular sunan araştırmalar bulunmaktadır.
- *Örgütlerin iç ve dış yönleri arasındaki sınırların dağılımı:* Birçok organizasyon ortakları dışında danışmanları, acenteleri ve tedarikçileri ile olan ilişkilerini var olma sebeplerinin önemli bir boyutu olarak görmektedir. Bunun bir göstergesi olarak TheOneWorldAlliance ve Alliance gibi havayolu sektöründeki ittifaklar örnek niteliğindedir.

Kurumlar; iletişim sürecini doğru yönettiklerinde kurumlarının itibarını da yönetmiş olmaktadır. Bu iletişim süreçlerinde yaşanan aksaklıklar, zayıflıklar ve istenmeyen durumlar kurumun itibarını doğrudan olumsuz etkilemektedir. İletişim, kurumlar için çağımızın stratejik açıdan en önemli unsurlarından biridir. Kurumlar, iletişim alanında sürekli gelişmeyi, hataları kısa sürede bulup düzeltmelerini sağlamalı, iletişim kanallarını her zaman açık tutmak durumundadırlar. İtibarın zor kazanılıp kolay kaybedilebildiği unutulmamalıdır. Özellikle iletişim sürecindeki küçük aksaklıklar hızla istenmeyen şekiller alabilir, büyüyebilir ve itibara zarar verebilmektedir (İleri, 2022).

3.2. Paydaş Kavramı

Literatürde kurumların paydaşlara sahip olduğu düşüncesinin yaygın bir şekilde yer alması R. Edward Freeman’ın “Strategic Management: A Stakeholder Approach (1984)” isimli kitabıyla başlamaktadır (Donaldson and Preston, 1995: 65). Paydaş, kurumun amaçlarının gerçekleşmesini etkileyebilen ya da etkilenebilen bireyler veya gruplar olarak tanımlanmaktadır (Freeman, 2010: 46). Paydaş kavramının dar tanımı olarak, şirketlerin başarıları için ve uzun süre hayatta kalabilmeleri için hayati öneme sahip olan gruplar olarak tanımlanmaktadır. Geniş tanımı ise, şirketi etkileyebilen ya da şirketten etkilenebilen bireyler ya da gruplar olarak tanımlanmaktadır (Freeman and Reed, 1983: 42). Literatürde yer alan diğer paydaş tanımları tablo 3.2’de yer almaktadır.

Tablo 3.2 Paydaş Tanımları (Miles, 2012)

Yazar ve Yıl	Tanımlar
Stanford Araştırma Enstitüsü (1963)	Kurumun varlığının destekleri olmadan sona ereceği gruplardır.
Freeman (1984)	Kurumun hedeflerine ulaşmasından etkilenebilecek veya kurumun amaçlarına ulaşmasını etkileyebilecek birey ya da herhangi bir grup.
Starik (1994)	Kurumun hisse sahipleri kurumu potansiyel olarak etkileyebilen ya da kurumdaki etkilenebilen grupta olan kişi veya kişilere paydaş denir.
Clarkson (1994)	Bir işletmeye maddi değerli veya insani bir şey yatırmış olmanın sonucunda risk taşıyan kişi veya kişilerdir.
Wicks (1994)	Bir firmaya tanım, anlam veren firmayla iletişim kuran gruplardır.
Gray and ark. (1997: 330)	Hesap paylarına sahip olan kişi veya kişilerdir.
Argandona (1998)	Bir kurumda çıkarı olan kişi veya kişilerdir.
Jensen (2001)	Bir şirketin refahını önemli derecede etkileyebilecek tüm birey ya da gruplardır.
Boatright (2002)	Meşru bir isteği veya hissesi olan kişi veya kişilerdir.
Kaler (2002: 91)	Firmaların mükemmel ya da noksan ahlaki borçlu olduğu davacılarıdır.
Carroll and Buchholtz (2009: 84)	Bir firmadan çıkarları olan firmaların kararlarından etkilenenlerdir.

Paydaş beklentileri ile itibar arasında bir ilişki olduğu literatür çalışmalarında ortaya konmuştur ve bu beklentilerin organizasyonların geçmiş devrelerin başarımlarına ve gelecekteki görünümüne tabi olduğu literatür çalışmalarında görülmektedir. İtibar, bir organizasyonda kâr amacı güdülün ya da güdülmesin paydaşların isteklerini yerine getirme kapasitesini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, her organizasyon farklı paydaşlar gözetiminde farklı itibar seviyelerine tabidir (Çabuk, 2015: 39).

Bir organizasyonun muayyen nitelikleri karşısında paydaşların gösterdiği tutumlar ve sahip olduğu duygulara itibar denmektedir. Organizasyonda hizmet ve ürünlerin, etkinliklerinin ve personellerinin göstermiş olduğu başarımların paydaşlar bağlamındaki değeridir. Bu bağlamda kurumsal itibar bir organizasyonda paydaşların beklentileri sağlama kabiliyetiyle alakalı bir algıdır (Hannington, 2004: 9). İtibar bir değerdir ve kurumlar üzerinde önemli bir etkisi vardır. Şöyle ki sıkıntılı süreçlerde paydaşlar ve kurumlar arasında tampon görevini üstlenir (Schultz vd., 2000: 79).

Mats Urde ve Stephen A. Greyser (2016: 102), paydaş ölçütlerinin etkisiyle oluşan itibar unsurlarının tanımlarını aşağıdaki Tablo 3.3’de şu şekilde bir araya getirmişlerdir.

Tablo 3.3 Paydaş Ölçütlerinin Etkisiyle Oluşan İtibar Unsurları (Akt. Ergün, 2021)

İtibar Unsurları, Yazar ve Yıl	Tanımı
<i>İlgi</i> (Young and Rubicam, 2000)	Konuyla yakından veya bağlantılı, ilgili olma durumu.
<i>Güvenirlilik</i> (Fombrun, 1996)	Yapabilirliğine inanma, dürüstlük ve güvenirliliğe inanç.
<i>Farklılık</i> (Young and Rubicam, 2000)	Kontrast, farklılık, açıklık
<i>Güven verme</i> (Fombrun, 1996)	İnandırıcı olma, güven vermek.
<i>Performans</i> (Fombrun, 1996)	Performansta ya da nitelikte devamlı olma.
<i>Sorumluluk</i> (Fombrun, 1996)	Saygı ya da doğru davranmak.
<i>Yardım Gönüllülük</i> (Greyser, 2009)	Tavsiye etmek, yanında olmak, desteklemek, cesaretlendirmek.
<i>Tanınabilirlik</i> (Young and Rubicam, 2000)	Anma ya da hatırlama, tanınabilirlik.

3.3. Sivil Toplum Kuruluşları ve Organizasyonlar İçin İtibarın Önemi

Sivil toplum, vatandaşların ortak ve bireysel faydalarını gözettiği, müşterek bir amaç boyutunda organizasyonlaşarak fikirlerini belirttiği, bilgi alışveriş ilişkisi kurduğu, devletten bu amaçla alakalı isteklerde bulunduğu kamusal ortamı ifade etmektedir. Bu sebepten sivil toplum gönüllülük esasına bağlı olarak bir arada bulunan vatandaşların inisiyatif olarak oluşturdukları, yasal düzen ve kurallar etrafında oluşan ancak hükümetlerden bağımsız bulunan, özel alan ve hükümet arasında konumlanmış örgütlü içtimai yaşam ortamıdır (Diamond, 1994: 5). Sivil toplum kuruluşları hükümetler ve ekonomilerden hür olarak enformel kulüpler, kâr amacı güdülmeyen müesseseler, dini organizasyonlar, siyasal akımlar vb. gibi türlü organizasyonları, akımları ve faaliyetleri kapsamaktadır (Young, 1999: 145).

Sivil toplum kuruluşları itibar kavramını, “kendini sevdirmeye” ve “pazarlama” olarak gördüklerinden dolayı itibar kavramına olumsuz olarak bakmakta ve yok sayma

eğilimindedirler. Oysaki itibar kavramı birçok dünyanın ortak kavramıdır. Genel anlamda itibar, kişi ya da kurumların, sorunlarını anlatabilme ve sorunların çözümü etrafında oydaşma kapasitelerini geliştirme faaliyetli olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşları için itibar, ilişkinin oluşumunda ve ilişkide ortaya çıkarılan performansın sonuçlarını ölçmek için müracaat edilebilecek bir göstergedir (YADA, 2020: 9).

Sivil toplum kuruluşlarıyla ilgili literatür de yer alan itibar çalışmalarında bu kuruluşların pazar eğilimleri ile birlikte incelenmektedir. Sivil toplum kuruluşlarına yapılan birtakım hibeler, bağışlar bu kuruluşlar arasında rekabetçi bir ortamda faaliyetlerini sürdürmelerine yol açmaktadır. Kâr amacı içerisinde olmayan birçok kurum bağış yapanları etkilemek, kaliteli çalışanlara ulaşabilmek ve verdikleri hizmet açısından performanslarını iyileştirebilmek için kendilerini bir takım ticari uygulamalarla ve değerlerle uyumlaştırmaktadırlar. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları faaliyet gösterdikleri alanda kâr amacı içerisinde olmayan kurumların başarılarının, diğer kurumlar tarafından taklit edilemeyen soyut varlıklarına bağlı olduğunu fark etmektedirler. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları itibarları üzerinde çalışmaktadırlar (Çabuk, 2017: 236-237).

İtibar tüm organizasyonlarda olduğu gibi STK'lar üzerine de mevcudiyetini devam ettirebilmeleri ve misyonlarını sağlayabilmeleri açısından mühim bir kavramdır. Mevcudiyeti gönüllülük ve katılımcılığının devamlılığına tabi olan STK'lar için pozitif bir itibara tabi olmak ve bunu devam ettirmek STK'ların kalifiyeli personellerini kendisinde bulundurmasının, daha fazla gönüllüyü hizmetlerine dahil kılmasının, daha fazla bağışçıyı cezbetmesinin ve diğer organizasyonlar ile yapacağı ortaklıklarda daha fazla tercih edilmesinin yoludur. Bu bağlamda STK'lar bütün paydaşları etrafınca nasıl idrak edildikleri ve paydaşlarının taleplerini saptamak durumundadır. Bilhassa Türkiye'de etkinliklerini sürdüren STK'ların en mühim sorunlarının maddi kaynakları bulmak olduğu ve toplumun kurumlara olan güvenin zayıf kalmasının gönüllülük, bağış anlamında STK'lara olan iştirak oranını negatif yönde etkilediği bir arada ifade edildiğinde paydaşlar bağlamında pozitif bir itibara tabi olmanın ehemmiyeti daha net bir şekilde ortaya konmaktadır. STK'ların itibarını sınaması ve idare etmesi örgütsel başarılarınca bir keyfiyet değil bir zorunluluktur (Çabuk, 2015: 29).

Kurumsal itibar İngilizce “corporate reputation” kavramıyla bağdaşmaktadır. Türkçeye “kurumsal” olarak çevirilen “corporate” sözcüğü şirketlere atıf yapar. Bu sebeple itibar çalışmaları incelendiğinde yapılan incelemelerdeki ağırlığın şirketlere dair olduğu gözlemlenmektedir. Bu incelemelerde itibar, şirketler tarafınca sağladığı ekonomik getiri, alıcıları ve sermayedarları cezbetme, rekabet avantajı sağlama gibi getiriler bağlamında irdelenmektedir. Kâr amacı güdülmeyen organizasyonlarda itibar, kuruma duyulan güven ve kurumun uzmanlığı ile alakalıdır (Luoma-aho, 2007: 124-143).

Bir organizasyonun itibarı en önemli varlıklarındandır. Olumlu bir itibar, organizasyonları birbirinden farklılaştırmaktadır ve aynı zamanda kuruma sadakat ve kurumun zor zamanların da paydaşları tarafından durumun daha fazla tolere edilmesini sağlamaktadır. Günümüz rekabetçi piyasa koşullarında olumlu itibara sahip ve itibarını iyi bir şekilde yönetebilen organizasyonlar daha etkili rekabet avantajına sahip olabilecektir. Dolayısıyla hem yatırımcılarını hem tedarikçilerini ve müşterilerini cezbetmek daha kolay olacaktır.

3.4. İtibar Araştırmaları

İtibar soyut bir yapıdadır ve itibarın boyutlandırılması zor bir eylemdir. Bu sebepten bu soyut yapının ilk olarak tanımlanarak somut olgular ile bağlantılı hale getirilmelidir. Literatürde organizasyonların itibarı yoğun olarak örgütsel davranış ve performans ölçüleriyle bağdaştırılsa da itibarı kişilik nitelikleri ya da güven ölçüleriyle boyutlandıran araştırmalar da mevcuttur. Bu çeşitlilik literatür de itibarın tasvir edilmesindeki yaklaşımların adeta bir yansımasıdır. İtibarı somut ölçülerle bağdaştırmanın epistemik doğası da itibar boyutlandırmasında yapılacak metodolojik boyutları farklı hale getirir. Eğer itibar bir yapı olarak bağlantılı hale getirilen belirtilerin sebebi olarak biliniyorsa yapı ve belirtiler arasında reflektif bir bağ; eğer itibar bağlantılı hale getirilen belirtilerin bir sonucu şeklinde biliniyorsa yapı ve belirtiler arasında formatif bir bağlantı yapılmaktadır (Helm, 2005: 96).

Organizasyonların itibarlarını uygun bir biçimde idare edebilmeleri her şeyden evvel paydaşlarının kendilerinden ne umduğunu, elde bulunan itibarlarını hangi niteliklerinin meydana getirdiğini, itibarlarının kuvvetli ve yetersiz niteliklerinin neler olduğunu öğrenmeleri icap etmektedir. Bu sebeple organizasyonların itibarlarını idare etmeleri için itibarlarını boyutlandırmaları gerekmektedir. Bir organizasyonun

itibarını ölçmek genel anlamda organizasyonun paydaş taleplerini hangi ölçüde denkleme kurduğunu ve paydaşların organizasyonların toplumsal ve ekonomik başarımlarından hangi ölçüde memnun kaldığını tespit etmek demektir (Çabuk, 2015: 54).

Organizasyonlar içerisinde etkinliklerini sürdüren rekabetçi pazarlarda toplumsal konumlarını güçlendirmek için kendi niteliklerini paydaşlarına bildirirler. Organizasyonların çoklu paydaşları da örgütsel faaliyetlerini yorumlamada bu farklı enformasyonel emare ya da izlerini kullanırlar (Çabuk, 2015: 54). Fombrun ve Shanley, bu izleri “değişebilir gözlenebilir nitelikler” olarak açıklamışlardır. Paydaşlar bir organizasyonların kurumsal itibarını yorumlarken bu enformasyonel izlerden yola çıkarlar. İtibar gizli bir yapıdadır ve bu değişken ve gözlemlenebilir özellikler ile yola çıkılarak ölçülmektedir (Fombrun and Shanley, 1990: 233-258).

İngiltere’deki hayırsever organizasyonları inceleyen Roger Benet ve Helen Gabriel’den (2003: 207) aktaran Çabuk (2015: 67) insanların hayırsever misyonunun ve itibarının ana unsurlarını hangi şekilde algıladığını ölçecek ve sonuçlarının hayırsever organizasyonların idarecilerince kalite testi gibi kullanılabileceği bir vasıta geliştirmişlerdir. Bu incelemelerin sonuçlarına göre hayırsever organizasyonların misyon ve itibarını ortaya koyan on iki boyut ortaya çıkmıştır; “Politik olmamak, şefkat, samimi olmak, ulaşılabilir olmak, yetkili olmak, idealist olmak, dinamizm, kaynakları akılcı kullanmak, iyi bilinmek, güvenilir olmak, sıcak olmak, yönetim harcamaları yerine faydalanıcı harcamalara odaklanmak”

Türker, (2018: 77-102) sivil toplum kuruluşlarının itibar ve itibarsızlığın insanbiçimcilik yaklaşımından faydalanarak belirlemeyi amaçladığı çalışmada, İzmir’de yaşayan 212 kişiden itibarlı ve itibarsız olarak değerlendirdikleri sivil toplum kuruluşlarını kişiselleştirerek sıfatlar vermelerini istemiştir. Araştırma sonuçlarına göre itibarlı gördükleri sivil toplum kuruluşlarına ilişkin sıfatlar; “Akıllı, başarılı, dürüst, güçlü, güvenilir, iyi, şefkatli ve yardımsever” olarak ortaya konulmaktadır. İtibarsız gördükleri sivil toplum kuruluşlarına ilişkin sıfatlar ise; “Bencil, çıkarıcı, düzenbaz, güvenilmez, kötü, yalancı” sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu araştırma sivil toplum kuruluşlarının itibarlarını ölçmek, gerçek yansımaları belirlemek için kullanılabilecekleri bir ölçüm sağlamaktadır. Aynı zamanda araştırma bulguları, olumlu

itibar algısı için sivil toplum kuruluşlarının geliştireceği ve yürüteceği faaliyetlere girdi oluşturmaktadır.

Çabuk (2017: 233), Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının itibarını ölçmek isimli çalışmasında, kuruluşların itibarının paydaşlar tarafından hangi göstergeler çerçevesinde algıladıklarını belirlemiş ve sivil toplum kuruluşlarının itibarına yönelik bir ölçek geliştirmiştir. Araştırma sonucunda ise Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının itibarı; güven, yetkinlik kapasitesi, yönetim kapasitesi ve iletişim kapasitesi olmak üzere 4 farklı alt boyuttan oluşan bir yapı sergilemektedir.

Yaşama Dair Vakıf tarafından, Sivil toplum kuruluşlarına yönelik algı ve yaklaşımlar çalışmasında Sivil toplum kuruluşlarının itibarını, toplum ve kamu yöneticileri açısından etkileyen faktörler araştırılmaktadır. Konu kapsamında iki farklı araştırma gerçekleştirilmektedir. Birinci araştırma 2013 yılında 120 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilerek yapılmaktadır. Bakanlıkta müsteşar yardımcıları, daire başkanı, genel müdür yardımcıları ve genel müdürler ile gerçekleştirilen mülakatlarda kamu yöneticileri tarafından sivil toplum kuruluşlarının itibarını belirleyen olumlu-olumsuz faktörler belirlenmektedir. İkinci araştırmada ise anket tekniği kullanılmaktadır. 12 şehirde gerçekleştirilen çalışmada 4015 kişiye anket uygulanmaktadır. Toplumun STK algısı tespit edilerek itibarı etkileyen faktörler belirlenmektedir. Her iki araştırmada da dikkat çeken şey ise katılımcıların sivil toplum kuruluşlarının itibarını tanımlarken olumsuz örnekler üzerinden tanımlaya çalışmalarıdır. Sivil toplum kuruluşlarının itibarını olumlu ve olumsuz etkileyen faktörler sorusuna %52,3 sadece olumsuz faktörleri, %37,9 ise sadece olumlu faktörleri sıralayarak cevap vermiştir (YADA, 2014).

4. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırma soruları, araştırmanın kapsamı ve sınırlıkları, araştırma modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile toplanan verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması ile ilgili bilgiler sunulmaktadır.

4.1. Araştırmanın Önemi

İtibar, tüm STK'lar için varlıklarını devam ettirebilmeleri, hedef ve amaçlarını gerçekleştirebilmeleri bakımından önemli bir kavramdır. Daha fazla gönüllüye ulaşabilmek, daha fazla bağışçıya, üye sayısına ulaşabilmek, diğer STK'lara göre daha çok tercih edilebilir olmak, nitelikli çalışanları kendisine çekebilmek için itibar bir nevi anahtar görevindedir. Bu sebeptendir ki STK'lar kamuoyunun beklentilerini belirlemek, beklentilere cevap vermek ve kamuoyu tarafından nasıl algılandıklarını tespit etmek durumundadır. Türkiye'de faaliyet gösteren STK'ların en önemli sorunlarının kuruluşlara karşı güven düzeyinin düşük olması ve maddi kaynaklara ulaşmakta yaşanan sıkıntılar olduğunu göz önünde bulunduracak olursak, bağışçı, gönüllü ve üye olarak katılımı etkilediğini düşündüğümüzde kamuoyu nezdinde olumlu bir itibara sahip olmanın önemi daha net ortaya çıkmaktadır (Çabuk, 2015: 29).

Ahbab Platformu, sosyal medya araçlarından biri olan Twitter'da doğmuştur. Bu bağlamda katılımcıların sosyal medyada paylaşılan haberlere güven düzeyleri ile Ahbab Platformu'na yönelik itibar düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi de araştırma açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çerçevede araştırmanın amacına geçmeden önce AHBAP platformu ile ilgili bilgiler paylaşmak, araştırmanın amacını ortaya koyabilmek adına önem taşımaktadır. Türkiye'de Ahbab Platformuyla ilgili olarak gerçekleştirilmiş akademik çalışmalar sınırlıdır. Bu alanda yapılan çalışmalar; Gökaliler ve Saatcioğlu'nun (2019) makalesi, Dijital Aktivizmde Ünlüler: Ahbab Platformu Üzerine Bir Değerlendirme, Çetin'in (2019) doktora tezi çalışması, Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz, ve Özalp'in (2022) doktora tezi olan Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Medya Üzerinden Sosyal Sermaya Üretimi: Ahbab Platformu Twitter Hesabı Örneği çalışmaları örnek gösterilebilmektedir.

4.1.1. Ahbap Platformu/Derneği

Ahbap Derneği, sosyal medya araçlarından biri olan Twitter üzerinde önce AHBAP adı altında daha sonra Ahbap Derneği olarak resmileşmiş bir STK'dır. Derneğin kuruluş tarihi 31.07.2017'dir. Ahbap Derneğinin amacı, ihtiyaç sahiplerine maddi manevi yardımda bulunmak, topluma yardımlaşma bilinci ve iyiliği aşılamak, kùltürün yeni teknolojilerle beraber gelişmesini ve sürdürülebilir olmasını sağlamak şeklinde deklare edilmiştir. Resmî web sitesinde Ahbap Derneği amacını şu şekilde tanımlamaktadır;

İhtiyaç sahibi kişilere ayni ve nakdi olmak üzere her türlü yardımda bulunmak, toplumda yardımlaşma bilincinin güçlenmesini sağlamak, iyi insan ve iyi toplum inşasına hizmet etmek, yeni iş birliği modelleri ve projelerle ađdař ve sürdürülebilir yardımlaşma ve dayanışma ağları oluşturmak, yerel kùltürün korunarak günümüz teknolojik olanaklarıyla gelişmesine ve geleceğe taşınmasına katkı sağlamak amacı ile kurulmuştur (Derneğin Amacı, 2021).

4.1.2. Ahbap Derneği Tüzüğu

Ahbap Derneğinin tüzüğu 26 maddeden oluşmaktadır. Derneğin adı Ahbap Derneği'dir ve merkezi İstanbul'dur. Yurt içinde ve yurt dışında şube açabilir. Tüzükte yer alan diğer başlıklar da derneğin amacı ve bu amacı gerçekleştirmek için yapılan çalışmalara, çalışma konuları ve biçimlerine, faaliyet alanı ve üyelik işlemlerine, üyelikten çıkma, çıkarılma, dernek organlarına, derneğin kuruluş şekline, toplanma zamanı ve usulüne, genel kurulun karar alma usulüne, kurul görev ve yetkilerine, yönetim kurulunun görev ve yetkilerine, denetim kurulunun görev ve yetkilerine, derneğin gelir kaynaklarına, defter tutma esas ve usullerine, derneğin gelir gider işlemlerine, beyannameye, derneğin borçlanma usulüne, şubelerinin kuruluşuna, şubelerin görev ve yetkilerine, şubelerin organları ve uyulması gereken hükümlerine, şubenin genel kurullarının toplanma zamanı ve nasıl temsil edileceğine, temsilcilik açma, tüzüğu'n ne şekilde değiştirileceğine, derneğin feshine ve mal varlığının tasfiye şekline ve hüküm eksikliğine detaylı şekilde madde madde yer verilmiştir (AHBAP, 2021).

4.1.3. Ahbap Yönetim Kurulu

Ahbap Derneğinin resmi web sitesinde yönetim kurulunda yer alan isimler, "Haluk Acil – Haluk Levent, Prof. Dr. Çađatay Öztürk, Av. Hüseyin Kùük, Aytùl Anlar, Eylem Kaftan'dır" (AHBAP, 2022).

4.1.4. Ahbap Platformu

AHBAP 29 Nisan 2017’de Genel Başkan Haluk Levent’e Twitter üzerinden gönderilen bir tweet ile birlikte kuruldu. Bu tweette bir oy pusulası ve “Parti Kur Oy verelim” yazısı bulunmaktaydı. Tweetin üzerine Genel Başkan Haluk Levent 29 Nisan 2017’de Anadolu Halk ve Barış Platformu adıyla bir platform kurmuştur. Kısa zaman içerisinde Twitter üzerinden şehir oluşumları oluşturuldu ve şehir oluşumlarına başkanlar atandı. İlk kurulan Ahbap Şehri Samsun’dur. Twitter üzerinden kurulan şehir oluşumlarına sosyal medya hesapları açıldı ve ardından dileyen her kişi gönüllü olarak şehir oluşumlarında yer almaya başladı. AHBAP birkaç ay boyunca yukarıda yazılan açılımla anıldıktan sonra açılım ortadan kalktı ve Ahbap Platformu olarak süreç devam etmektedir.

Sosyal medya araçlarından biri olan Twitter da kurulan AHBAP resmi derneğin alt yapısını oluşturmaktadır. İlk olarak platform olarak başlamıştır ve resmi hiçbir dayanağı yoktur. Üyeler Ahbap Derneğinde yer alırken, gönüllüler tamamen AHBAP da yer alır. Gönüllülerin resmi bir üyelik kaydı bulunmamaktadır.

Ahbap Platformun da Ahbap Nedir? Ahbap değerleri, Ahbap nasıl olunur, Ahbap şehirleri, Ahbap kurulları ve Ahbap üniversite yer almaktadır. Resmî web sitesinde Ahbap şu şekilde tanımlanmaktadır, “Anadolu kültür hazinesinin birleştirici ve dönüştürücü birikimini, çağdaş bilgi ve teknolojinin olanaklarıyla geliştirerek geleceğe taşımak üzerine kurulu, dayanışmaya, paylaşım ve sevgi üzerinden aidiyete dayalı değer sistemleri ile çalışan, bir işbirliği hareketidir” (AHBAP, 2021).

Ahbap değerlerinde, Ahbap ortak zemini ve nasıl Ahbap olunabileceğinden bahsedilmiştir. Ahbap ortak zemini, aslında bir anlaşma metnidir ve ahbap olmak isteyen herkesin kabul ve beyan etmesi gerekir. AHBAP da yer almak ve etkinliklere katılmak için öncelikle Ahbap ortak zemini anlamak ve kabul etmek gerekir. Peki nasıl Ahbap oluruz? Öncelikle aday Ahbap sürecinde, derneğin resmi web sitesi olan Ahbap.org’a üye olmak gerekir, Ahbap ortak zemin anlaşmasını okumak ve kabul etmek, Ahbap ol formunu doldurmak ve 47 gün süreli oryantasyonu tamamlamak gerekir. Oryantasyon süreci üç aşamadan oluşmaktadır; okudum anladım testi, oryantasyon süreci boyunca en az üç etkinliğe katılmış olmak ve şehir başkanı, şehir yönetimi tarafından yapılacak olan kanaat bildirimini dikkate alınmaktadır. Bütün süreçleri başarıyla tamamlayanlar Ahbap olabilmektedirler (AHBAP, 2021).

Ahbap Ortak Zemini anlaşması, Ahbap olmak isteyen kişilerden beklenen özellikler ve anlayıştan oluşur. 13 maddedir, web sitesinde şu şekilde yer almaktadır,

- Sevginin peşinde: Berrak bir zeminde, birlik içerisinde, sevginin ve gerçeğin peşinden gider.
- Adaletli: Adalet, hakkın gözetilmesi ve yerine getirilmesidir. Haklı ile haksızın ayırt edilmesi adalet ile sağlanır. Ahbap, herkese eşit değil hakkı olduğu şekilde davranır.
- Dürüst: Ahbap; kendine ait hakkı bilir, başkalarının haklarını önemser, kandırmaz, yanlış yönlendirmez, hile yapmaz.
- Yardımsever: Paylaşımçı ve yardımseverdir. İhtiyaç sahiplerine üretebildiği imkanlar çerçevesinde karşılık beklemeksizin destek olur.
- Üretken: Toplumun ve dünyanın iyileştirilmesi için çaba gösterir; akılcı, barışçı çözümler, projeler oluşturur.
- Uyumlu, pozitif, şiddetsiz iletişim: Şiddetsiz ve olumlu iletişim kurar, dedikodu yapmaz. Birbirinin fikirlerini saygı ve sükûnetle diler, sorunlara çözüm odaklı yaklaşır, gereksiz kırgınlık ve yılgınlıklara düşmez.
- Gelişime açık ve yenilikçi: Kişisel gelişimine azami özen gösterir. Gelişime, değişime, eleştiriye açıktır. Sürekli yenilenir, ilerler.
- Doğa ve hayvansever: Doğa ve yeryüzündeki tüm canlılar, yaşamlarının ayrılmaz parçasıdır. Hayvanlara sevgi, yardım ve adalet duygusuyla bakar; doğayı, yaşadığımız çevreyi evini kollar gibi kollar.
- Siyasi kimliğinden arınmış: Siyasetle hiçbir bağı yoktur. Ahbap'a siyaseti karıştırmaz, tartışmasına girmez.
- Birleştirici: Bizlerle ortak değerlere sahip olan tüm insanlıkla dil, din, ırk, cinsiyet ayırmadan kucaklaşır, yardımlaşır, iş birliği yapar.
- Menfaatsiz: AHBAP kendi çıkarları için kullanmaz, başkalarının çıkarları için kullandırılmaz.
- Bilimsel: Okur, araştırır, hayatı yakından takip eder, gerçek bilgiyi paylaşır
- Çalışkan ve sorumluluk alabilen: Gayret eder, çalışmayı sever, yaptığı her davranışın sonuçlarını üstlenir (AHBAP, 2021).

Ahbap Platformu'nun ilk etkinliği Kızılay iş birliği ile kan ve kök hücre bağıışı konusunda halkı bilgilendirmek, farkındalık oluşturmak ve kan bağıışı, kök hücre bağıışını arttırmaya yönelik faaliyetidir. Akabinde, AHBAP dernekler yasasına bağlı resmi bir dernek olarak faaliyetlerini Ahbap Derneği'ne bağlı olarak yürütmeye devam ettirmeye başlamıştır.

Başlangıçta ihtiyaç sahipleri ve hayırseverleri buluşturmak üzere yardımlaşma üzerine kurulan Ahbap Platformu zamanla çeşitli farkındalık faaliyetleri, sanatsal faaliyetler, topluma ve tüm canlılara faydalı olacak faaliyetler, eğitime yönelik faaliyetler ve sokak ahbapları olarak adlandırılan, sokak hayvanlarının tedavisi, barınması, beslenmesi üzerine gerçekleştirilen faaliyetlerle çeşitli alanlara bölünmüştür. Alanlara bölünmeyle birlikte platform içerisinde kurul adı verilen ilgi alanlarına göre ayrılan birimler oluşturulmuştur. Bu birimler Ahbap şehirlerinin konusuna göre faaliyetlerinin işleyişini, onayını, sürecini yürütmek üzere çalışmalarına devam etmektedirler.

Ahbap şehirleri, Ahbap kurulları ve Ahbap üniversite, Ahbap Platformunda yer almaktadır. Ahbap şehirleri, Ahbap Genel Merkez Yönetim organizasyonu içerisinde, Şehirler Genel Koordinatörlüğüne bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Her Ahbap şehrinde farklı faaliyetleri yürüten 8 kurula bağlı olan çalışma grupları vardır. Ağ ve Organizasyon Kurulu, Bilim ve Teknoloji, Çevre, Eğitim, İnsanlık, Medya, Sanat, Yardımlaşma Kurulu olarak 8 farklı grup vardır. Ahbap Üniversite ise, üniversitelerde kurulacak Ahbap kulüplerinin başvuru süreçlerini ve kulüplerin şehir yönetimi ile bütünleşme sürecini düzenlemektedir (AHBAP, 2021).

Bu kurullar isimlerinden de anlaşılacağı üzere Ahbap gönüllülerinin ilgilendikleri alana göre belirlenmektedir. Kurullar, şehir yapılanmalarında çalışma grubu olarak adlandırılmaktadır. 8 ana kurula bağlı olarak her şehirde 8 çalışma grubu bulunmaktadır.

Ağ ve Organizasyon Kurulu: Her kurul ahbap değerlerine uygun olarak çalışır ve yol gösterir. Kurulların hepsi birbiri ile iş birliği içinde çalışır. Ağ ve organizasyon kurulunun görevi, ahbap gönüllülerinin gönüllü olma süreçlerini takip etmek ahbap şehirlerinin ve kurullarının istatistiklerini arşivlemek ve faaliyetlerin organizasyonunu sağlamaktır (AHBAP, 2021).

Bilim ve Teknoloji Kurulu: Bilime ve teknolojiye dayalı konularda bilgilendirmeler yapmak, bilim ve teknoloji alanlarında çalışma yürüten öğrencilere destek sağlamaktır (AHBAP, 2021).

Çevre Kurulu: Sokak ahbaplarının daha sağlıklı koşullarda barınabilmesi, beslenebilmesi ve tedaviye ihtiyacı olan dostlarımızın tedavisinin karşılanması konusunda çalışmalar yürütmektedir. Doğada yaşayan tüm canlılara yönelik

farkındalık çalışmaları, temiz bir çevre için gerekli koşulların sağlanmasına yönelik çalışmalarda ek olarak ilgilendiği alanlardır (AHBAP, 2021).

Eğitim Kurulu: Ahbapların ve tüm toplumun eğitime dair tüm faaliyetleriyle ilgilenen birimdir. Öğrencilerin daha sağlıklı koşullarda ve daha iyi imkanlarla eğitim öğretim hayatlarına devam edebilmesi için çeşitli çalışmalar yürütmektedir (AHBAP, 2021).

İnsanlık Kurulu: Toplumsal tüm konularda farkındalık oluşturmak, tüm canlıların haklarının korunmasına yönelik çalışmalar yapmak, nadir rastlanan hastalıklar hakkında bilgi sahibi olmak ve toplumu bilgilendirmek üzere çalışmalar yürütmektedir (AHBAP, 2021).

Medya Kurulu: Ahbap Platformu'nun sosyal medya ayağını oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen tüm faaliyetlerin şeffaf şekilde kamuoyuyla belirli standartlar eşliğinde paylaşılmasını sağlar. Sosyal medya üzerinden Ahbap Platformu'na ulaşmak isteyen her kişi ve kurumla iletişimi sağlamaktadır (AHBAP, 2021).

Sanat Kurulu: Sanata dair gerçekleştirilen her çalışma (müzik, tiyatro, resim vb.) sanat kuruluyla yürütülmektedir (AHBAP, 2021).

Yardımlaşma Kurulu: Ahbap Platformu'nun yardımlaşma faaliyetlerini yürütmektedir. Web sitesi üzerinden alınan ihtiyaç sahiplerinin başvurularıyla ilgilenen ve bu ihtiyaçların karşılanmasında köprü görevi gören birimdir (AHBAP, 2021).

Yukarıda bahsedilen 8 kurulun bağlı olduğu, kurulların işleyişini düzenleyen, gözlemleyen ve destek olan birim *Kurullar Genel Koordinatörlüğü*dür. Ahbap Platformu içerisinde bulunan 56 ahbap şehrinin işleyişinin takibi, geliştirilmesiyle ilgilenen birim *Şehirler Genel Koordinatörlüğü*dür. Ahbap Platformu içerisinde yer alan tüm üniversite temsilcilikleri ve topluluklarının işleyişini, faaliyetlerini düzenleyen ve takip eden birim *Üniversiteler Genel Koordinatörlüğü*dür. Üç koordinatörlüğün bağlı olduğu, destek aldığı birim ise *Genel Koordinatörlüktür*. Bahsedilen tüm Ahbap birimlerinin yönetim ekipleri bulunmaktadır. Bu ekipler gönüllü Ahbaplardan seçilir ve görev süreleri dolunca yerini yeni Ahbaplara bırakmaktadırlar (AHBAP, 2021).

Ahbap Platformu, ağ ve organizasyon kurulunun arşiv kayıtlarındaki bilgilere göre kurulduğu günden bu yana yapmış olduğu faaliyetler şu şekildedir.

- Kuruluşundan bu yana 745 öğrenciye burs vermektedir.
- 5.644 ailenin Ahbap'ı olup, erzak, kıyafet, ev eşyası gibi ihtiyaçlarını gidermektedir.
- Alınmadığı takdirde sağlıkları büyük tehlikeye girecek 289 hastanın medikal cihaz ve araçlarını sağlamaktadır.
- Özel günlerde 2.853 etkinlik düzenleyerek hastaları, yaşlı ve çocukları ziyarete gitmekte, onlara hediyeler ve moral vermektedir.
- Kızılay'ın da desteğiyle 404 kez kan ve ilik nakli kampanyasında, yüzlerce kişinin kan bağışında bulunmasına vesile olmaktadır.
- Yurdun dört bir yöresinden gelen Ahbaplar Ayvalık'ta, Tire ormanında ve diğer alanlarda binlerce fidan dikip, yetiştirmelerini takibe almaktadır.
- Eğitime de yönelerek. 746 etkinlikte kitap bağışı, kırtasiye yardımı, okul tadilatı, boya vs. gibi yararlı işlere imza atmaktadır.
- Hayvanları da unutmayıp sokaklarda insan vicdanına muhtaç durumda, bin bir sıkıntıyla yaşamak zorunda olan hayvanları iyileştirip kalıcı çözümler üretebilmek amacıyla, onları "Sokak Ahbapları" ilan etmektedir. İhtiyaçlarını gidermek için binlercesini kapsayan 1.181 kez toplu çalışma yürütmektedir. Birçok yaralı hayvanın tedavisini üstlenmektedir.
- 68 şehrin 54'ünde faaliyet göstermektedir. Bunun yanında Adana, Adıyaman, Ağrı, Amasya, Tarsus, Düzcce, Rize, Şırnak, Çorum, Yalova, Erzincan, Kıbrıs ve Muş olmak üzere toplam 13 şehrin asistesinde destek vermektedir. Şehirlerimizin yanında, Almanya'nın asistesinde de destek olmaktadır.
- Aktif üniversite temsilcilik sayısı: 51
- Toplam kulüp sayısı: 27
- Toplamda 78 üniversitede aktif olarak faaliyet göstermektedir. Bunun yanında 37 üniversitenin asistesinde destek vermektedir.
- Toplamda 100 bin aşkın gönüllü kaydı bulunmakta. Aktif olarak görev alan 15.102 şehir ve 5.291 üniversite gönüllüsü bulunmaktadır (EK:1, 07.01.2022).

4.1.5. Ahbap Platformu/Derneğinin Almış Olduğu Ödüller

Kahya medya tarafından erken yaşta kız çocuklarının evlendirilmesine karşı düzenlenen organizasyonda Ahbap Derneği en iyi sivil toplum ödülü aldı (Ahbap'a En İyi Sivil Toplum Örgütü Ödülü!, 2019).

Şubat 2019'da ikincisi düzenlenen "Fark Yaratanlar" ödüllerine Ahbap Derneği de layık görüldü. MEF Lisesi öğrenci ve öğretmenleri, Fark yaratanlar komisyonu üyeleriyle, çalışanlarında katıldığı, yurt içinde ve yurt dışında Fark Yaratanlar anketine göre belirlendi ("Fark Yaratanlar" Ödüllerini Aldı, 2019).

Güneydoğu Gazeteciler Cemiyeti'nin 33.'sünü düzenlediği "Yılın Başarılı Gazetecileri" yarışmasında Ahbap Jüri Özel ödülü aldı (GGC'den Ahbap'a Jüri Özel Ödülü, 2018).

Necip Hablemitoğlu anısına düzenlenen "Toplumsal Duyarlılık" ödülleri gecesinde Haluk Levent Ahbap adına ödüle layık görüldü (Ahbap Toplumsal Duyarlılık Ödülü Aldı, 2018).

Bunlara ek olarak AHBAP'ın kurumsal@ahbap.org e-posta adresi üzerinden alınan konuyla ilgili arşiv bilgilerinde yer alan ödüller şu şekildedir.

Yıldız Teknik Üniversitesi İşletme Kulübü - 2019 yılında en beğenilen sivil toplum örgütü ödülü

Engelsiz Yaşam Vakfı - 2019 Vakıf Özel Ödülü

Gelin Damat Dergisi Ödülleri - Yılın Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği 2021

Türkiye İç Denetim Enstitüsü - İç Denetim Farkındalık Ödülü 2020

Trust İstanbul 2020 - Türkiye'nin En Güvenilir Yardım Kuruluşu Üçüncülük Ödülü

2018-2019 Altın Taç Ödülleri - En Başarılı Sivil Toplum Örgütü (EK:2, 08.01.2022).

AHBAP'ın aldığı ödülleri değerlendirecek olursak, en başarılı STK, en iyi STK, en beğenilen STK ödülleri aldığını görmekteyiz. Bunun yanı sıra yılın sosyal yardımlaşma ve dayanışma derneği, toplumsal duyarlılık, fark yaratanlar gibi ödüllere layık görülmektedir.

4.1.6. Ahbap Platformu İle İlgili Araştırmalar

Ahbap Platformu ve Haluk Levent'in faaliyetlerine ilişkin geleneksel ve sosyal medyada yer alan haberler ve araştırmalar ile akademik çalışmalar şunlardır;

Ipsos Araştırma Şirketinin yaptığı, “Türkiye’nin en güvenilir ünlüleri” araştırması sonuçlarına göre, Ahbap Derneğinin kurucusu olan Haluk Levent yüzde 70.9 oran ile ilk sırada yer almıştır (Türkiye’nin en güvenilir ünlüleri araştırmasında zirvedeki isim belli oldu, 2020).



Şekil 3. 1 Haluk Levent'in kurduğu ve yönettiği AHBAP yardım derneğinin faaliyetleri için ne düşünüyorsunuz (Metropoll Araştırma, 2020)

Türkiye’nin en güvenilir ünlüleri araştırması gerçekleştiren Ipsos ve MediaCat, “Araştırma kapsamında 5–11 Ekim 2021 tarihleri arasında, CAWI (Bilgisayar Destekli Online Görüşme) tekniğiyle toplam 1000 kişiyle görüşme gerçekleştirmektedir. Araştırma örneklemini 15–55 yaş, Türkiye nüfusunu temsil etmektedir. 12 ili kapsayan örneklem planı, coğrafi olarak TÜİK’in bölge sınıflamasını (NUTS1) baz almaktadır; orantılı bir dağılıma sahiptir. Demografik olarak 15–55 yaş nüfusu temsil edecek şekilde yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statü dağılımı da kotalanmaktadır. Mevcut örneklem büyüklüğüyle örneklemeden kaynaklanan hata payı yüzde 95 güven aralığında $\pm$ yüzde 3,1’dir. Kırılımlara inildiğinde hata payı $\pm$ yüzde 4,4–8,7 arasında değişmektedir.” Ipsos ve MediaCat tarafından gerçekleştirilen Türkiye’nin en güvenilir ünlüleri, Celebrity Güven Endeksi’nin 2021 sonuçlarına göre, %71.4 ile Haluk Levent en güvenilir ünlü olarak karşımıza çıkmaktadır. Celebrity Güven Endeksi’nin verilerine göre en uzun soluklu

birincilik, tüketicinin zihnindeki en güvenilir ünlü imgesinin Haluk Levent olmasıyla birlikte, 2019'da yine % 56.1'lik oranla ve 2020'de % 70.9'luk oran ile gelen birinciliği son iki yılda yüzde 70 ve üzerine çıkması Haluk Levent'in "güvenilir" sıfatını yıllar içerisinde daha çok pekiştirdiğini kesin bir ifadesi olarak görmektedirler (MediaCat, 2021).



Şekil 3. 2 Türkiye'nin en güvenilir ünlüleri (@haluklevent, 2021)

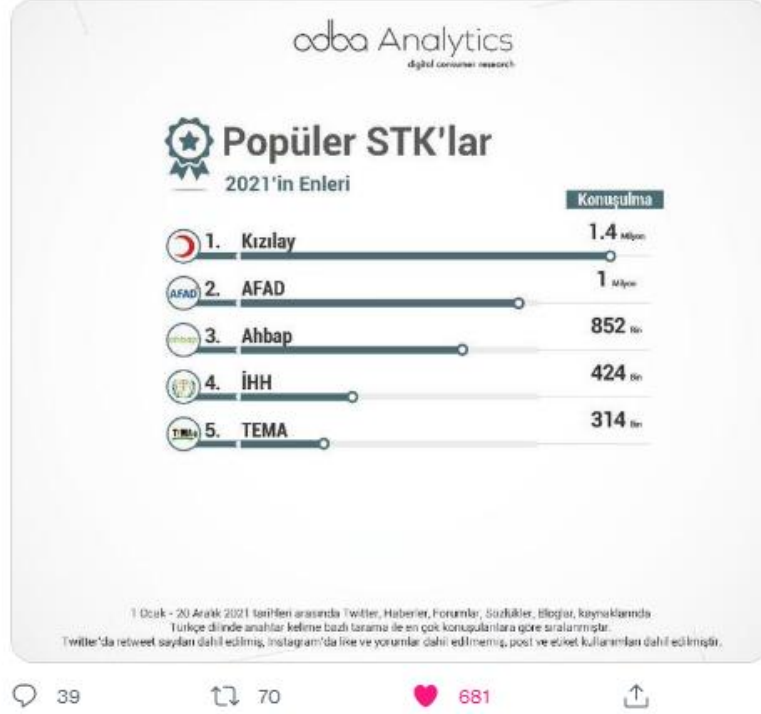
Adba Analytics (2021) tarafından gerçekleştirilen 2021'in En Popülerleri Almanak Sosyal Medya En'leri isimli çalışmasında 2021'in en popüler sivil toplum kuruluşları listesinde AHBAP üçüncü sırada en popüler STK olarak yer almaktadır. 1 Ocak 2021 ve 20 Aralık 2021 tarihleri arasında Twitter, haberler, forumlar, sözlükler, bloglar, kaynaklarında Türkçe dilinde anahtar kelime bazlı tarama ile en çok konuşulanlara göre sıralanmaktadır. Twitter'da retweet sayıları dahil edilip, Instagramda like ve yorumlar dahil edilmemekte, post ve etiket kullanımları dahil edilmektedir.



Ahbap @ahbap · 29 Oca

Adba Analytics'in yayınladığı 2021'in En Popüler Sivil Toplum Kuruluşları listesinde ilk 3'de yer aldığımız için çok mutluyuz.

2022 yılında da güveninize layık olmak için çok çalışmaya devam edeceğiz.



Şekil 3. 3 2021'in en popüler Sivil Toplum Kuruluşları (Adba Analytics, 2021)

4.2. Araştırmanın Amacı

Bu kapsamda araştırmanın amacı, kamuoyunun Ahbap Platformu'na olan itibar düzeyinin ne boyutta olduğunu ortaya koymaktır. Ahbap Platformu'nun nasıl bir itibara sahip olduğunu belirlemekle birlikte araştırmaya katılan katılımcıların Sosyal Medyada Paylaşılan Haberlere olan güvenleri ile Ahbap Platformu arasında nasıl bir ilişki olduğunu incelemek tezin amacını oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Ahbap Platformu'nun Samsun ilindeki itibarı nasıldır? (Olumlu mu? Olumsuz mu?)
2. Katılımcıların cinsiyetlerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
3. Katılımcıların yaş düzeylerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?

4. Katılımcıların medeni durumlarına göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
5. Katılımcıların öğrenim durumlarına göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
6. Katılımcıların gelir düzeylerine göre Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?
7. Ahbap Platformu'nun Samsun ilindeki itibarı ile sosyal medya haberlerine güven arasında nasıl bir ilişki vardır?

Ahbap Platformu diğer STK'lardan farklı olarak kendince özgün bir yapıya sahiptir. Önce Twitter üzerinde platform olarak kurulmuş daha sonra resmi bir dernek haline gelmiştir. Bu yönüyle geleneksel dernek oluşumundan farklılık göstermektedir. Varlığını halen sosyal medya araçları üzerinden devam ettiren Ahbap Platformu, 68 şehirde faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye'deki STK'ların oluşumundan farklı bir yapıya sahip olan Ahbap Platformu'nun kamuoyu nezdinde itibar düzeyinin incelenmesi Ahbap Platformu'nun kuruluş bakımından özgün olması ve daha önce literatürde çalışılmamış olması açısından bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.3. Araştırmanın Problemi

Yeni iletişim teknolojilerinin bir getirisi olan sosyal medya ağları, STK'ların kurumsal iletişimleri ve halkla ilişkiler faaliyetleri için geleneksel yöntemlere göre farklı yöntemler geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Yeni medya ortamları çeşitli STK'lar ile siyasal ve toplumsal hareketler tarafından kendilerini tanıtmak, faaliyetlerini organize etmek, bu faaliyetleri duyurmak ve kendilerine gönüllü ve destekçi bulmak için giderek daha yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

Twitter üzerinden bir topluluk oluşturarak, resmi dernek haline gelen AHBAP kuruluşu bakımından, klasik dernek oluşumlarından farklı ve özgün bir yapıya sahiptir. Faaliyetleriyle hem geleneksel medyada hem de yeni medyada adından söz ettirmektedir. Yapılan literatür taramasında Ahbap ile ilgili üç farklı çalışma bulunduğu bilinmektedir.

Kâr amacı taşımayan birçok kurum bağış yapanları etkilemek, paydaşlara ulaşabilmek ve verdikleri hizmet açısından performanslarını iyileştirebilmek için

kendilerini bir takım ticari uygulamalarla ve değerlerle uyumlaştırmaktadırlar. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları, faaliyet gösterdikleri alanda kâr amacı taşımayan kurumların başarılarının, diğer kurumlar tarafından taklit edilemeyen soyut varlıklarına bağlı olduğunu fark etmektedirler. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları açısından sosyal sermaye olarak, itibarları her zamankinden daha fazla öncelik taşımaktadır. İtibar; tüm organizasyonlarda olduğu gibi STK'lar açısından da, mevcudiyetini korumak ve misyonlarını sağlayabilmeleri açısından önem taşımaktadır. Bilhassa Türkiye'de etkinliklerini sürdüren STK'ların en mühim sorunlarının, maddi kaynakları bulmak olduğu ve toplumun kurumlara olan güvenin zayıf olduğu olgusundan hareketle, paydaşlar açısından, STK'ların etkinliklerine katılım ve gönüllülüğün sağlanması, bir boyutuyla STK'ların, kamuoyu nazarındaki itibarı ile yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, STK'ların itibarını sınaması ve idare etmesi örgütsel başarılarınca bir keyfiyet değil bir zorunluluktur.

Günümüz rekabetçi piyasa koşullarında olumlu itibara sahip ve itibarını iyi bir şekilde yönetebilen organizasyonlar daha etkili rekabet gücüne ve avantaja sahip olmaktadır. Ülkemizde STK'ların itibarı konusunda yapılan çalışmalar kısıtlıdır. Literatür çalışmasında da görüldüğü üzere itibar konusunda yabancı literatürden çevrilen STK itibarı ölçekleri kullanılmıştır. Bu çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren STK'lar için hazırlanmış Çabuk (2017) tarafından gerçekleştirilen STK itibar ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmanın problemi, Samsun ilinde Ahbap Platformu'nun nasıl bir itibara sahip olduğu araştırılmak istenmiştir.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Samsun Ahbap Platformu özelinde gerçekleştirilen bu çalışmada kullanılan yöntem betimsel tarama modellerinden nedensel karşılaştırma ve ilişkisel tarama modelidir. Bu araştırma modeli çalışma kapsamında ele alınan grupların mevcut durumlarının ve olası nedenlerinin bazı değişkenler etrafında incelenebilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırmalarda neden sonuç ilişkisini açıklamaya çalışması bakımıyla nedensel karşılaştırma modeli araştırmalar, deneysel araştırmalar ile benzer özellikler göstermektedir (Büyüköztürk vd., 2008). Ancak deneysel araştırmalardan farklı olarak nedensel karşılaştırma araştırmalarında, ele alınan durum araştırmacının etkisinden ve yönlendirmesinden, bağımsız olarak herhangi bir müdahale içermeden

kendiliğinden oluşmaktadır ve araştırmacı oluşan bu durumun olası nedenlerini belirlemeye çalışmaktadır (Cohen and Manion, 1994).

Bu araştırmada nicel araştırmalarda en çok kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmaktadır. Anketler, bir konuyla ilgili fikirleri, davranışları, tercihleri, beklentileri, görüşleri ve eğilimleri tespit etmek amacıyla seçeneklere dayalı bilgi toplama aracıdır. Ankette elde edilen sonuçlar, araştırmaya katılan katılımcıların görüşlerini belirlemek, karşılaştırmalar yapmak ve durumu değerlendirmek için kullanılabilir. Anket soruları yapılandırılmış veya yapılandırılmamış olarak düzenlenip sunulabilir (Doğanay vd., 2016: 136). Bu araştırmada yapılandırılmış anket tekniği kullanılmaktadır. Araştırmaya katılan bireylere araştırma soruları ile ilgili yanıt seçenekleri sunulmaktadır.

4.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında daha çok bireye ulaşabilmek adına e- posta ve Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp aracılığı ile sosyal medya ortamlarını kullanan kullanıcılara Google Formlar aracılığıyla oluşturulan çevrimiçi anketler paylaşılmış ve bu anketlere sadece Samsun ilinde yaşayan ve Ahbap Platformun'dan haberdar olan bireylerin katılması istenmiştir. Bu kapsamda sosyal medya ortamları aracılığıyla gerçekleştirilen çevrimiçi ankete 500 kişi katılmış Ahbap Platformu'nu bilmediğini ifade eden 95 katılımcı ve 5 hatalı doldurma yapan katılımcı anketten çıkartılmıştır. Toplamda 400 katılımcı anket araştırma içerisinde değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma bazı kısıtlılıklar da içermektedir. Öncelikle bu çalışma Samsun örnekleminde gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple çalışmada ortaya konan sonuçlar belirtilen örneklem etrafında yorumlanmalıdır. Farklı veri toplama yöntemleri ile elde edilecek olan verilerle yapılan araştırmaların farklı sonuçlar ortaya koyabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. İkinci olarak, bu çalışmada sivil toplum kuruluşlarının itibarı ve katılımcıların sosyal medya paylaşımlarına güven düzeyleri üstünde durulmuştur. Diğer çalışmalarda ele alınacak olan farklı örneklem ve yöntemlerle farklı sonuçlar elde edilebilir.

4.6. Veri Toplama Yöntemi

Bu araştırma da verileri toplamak için çevrimiçi anket tekniği kullanılmıştır. Google Formlar üzerinden veri toplamak amacıyla oluşturulan çevrimiçi anketler sosyal medya uygulamaları, WhatsApp üzerinden mesaj ile ileterek ve e-mail üzerinden araştırmaya katılmak isteyen bireylere ulaştırılmıştır. Çevrimiçi anket formu 13 Kasım 2021 ve 30 Kasım 2021 tarihleri arasında toplanmış ve 500 kişinin katılım sağladığı anket çalışmasında toplamda 400 anket değerlendirmeye alınmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi özelliklerini belirlemek için bilgi formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Araştırma verilerine yönelik ölçekler uygulanırken öncelikle katılımcıların bu demografik bilgileri içeren formu doldurmaları istenmiştir.

Tablo 4.1 STK İtibar Ölçeği

		Aşağıda STK itibarına yönelik ifadeler içeren soruları Ahabap Platformu'nu dikkate alarak cevaplayınız.	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
STK İTİBAR ÖLÇEĞİ Çabuk (2017)	Ahabap Platformu'nu biliyorum.						
	İletişim Kapasitesi	1. ... toplumla etkili iletişim kurar.	1	2	3	4	5
		2. ...medyada olumlu haberlerle yer alır.	1	2	3	4	5
		3. ... 'nın internet sitesi doyurucudur; istediğim bilgilere ulaşıyorum.	1	2	3	4	5
		4. ... sosyal medyayı (facebook, twitter, instagram, linkedin gibi) etkin kullanır.	1	2	3	4	5
		5. ... 'nın düzenlediği kampanyalar medyada yer alır.	1	2	3	4	5
		6. ... 'nın iletişim çalışmaları zayıftır	1	2	3	4	5
	Yetkinlik Kapasitesi	7. ...'nın faaliyet gösterdiği alan Türkiye için değerli/önemli bir meseledir.	1	2	3	4	5
		8. ... faaliyet gösterdiği alanda en iyi STK'dır.	1	2	3	4	5
		9. ... faaliyet gösterdiği alanda deneyimli bir STK'dır.	1	2	3	4	5
		10. ... 'nın faaliyet gösterdiği alanda uzmanlaşmış bir STK'dır.	1	2	3	4	5
		11. ...'nın faaliyet gösterdiği alanda daha iyi bir STK vardır.	1	2	3	4	5
		12. ... faaliyet gösterdiği alanda uzman kişilerle çalışır.	1	2	3	4	5

Yönetim Kapasitesi	13. ... başarılı bir şekilde yönetilmektedir.	1	2	3	4	5
	14. ...'nın dinamik bir yapısı vardır.	1	2	3	4	5
	15. ... bağışçılarına özen gösterir.	1	2	3	4	5
	16. maddi kaynak yaratmada başarılıdır.	1	2	3	4	5
	17. ... maddi açıdan istikrarlı bir STK'dır.	1	2	3	4	5
	18. ... taklitçi değil, yenilikçi bir STK'dır.	1	2	3	4	5
Güven	19. ... çoğunlukla bir partinin uzantısı gibi çalışıyor.	1	2	3	4	5
	20. ... toplumdaki bazı kişi ve grupları dışlıyor.	1	2	3	4	5
	21. ...'nın kaynaklarını boşa harcadığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
	22. benim için bir hayal kırıklığıdır.	1	2	3	4	5
	23. ...'nın gelirlerini nereye harcadığına dair şüphelerim var.	1	2	3	4	5
	24. ... yerine bu alanda faaliyet gösteren başka bir STK'ya bağış yapmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
	25. ... kimsenin ne düşündüğünü/istediğini önemsemeyen bencil bir STK'dır.	1	2	3	4	5
	26. ... sakladığı gerçekler vardır.	1	2	3	4	5

Samsun ili örnekleminde gerçekleştirilen araştırma kapsamında STK olarak Ahbap Platformu ve bu platformun itibarı üzerinde durulmuştur. Sivil toplum kuruluşları için itibar kavramı, ilişkinin oluşumunda ve ilişkide ortaya çıkarılan performansın sonuçlarını ölçmek için kullanılmakta ve dolayısıyla önem içermektedir. Bu kapsamda araştırmada ele alınan Ahbap Platformu STK'nın itibarını ölçmeye yönelik Çabuk (2017) tarafından geliştirilen ve güven, iletişim kapasitesi, yetkinlik kapasitesi ve yönetim kapasitesi alt boyutları olan itibar ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek ile birlikte ankete katılım sağlayan bireylerin Ahbap Platformu'na yönelik itibar algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Çabuk (2017) tarafından geliştirilen Sivil Toplum İtibar Ölçeği, 5'li likert tipinde toplam 26 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri "1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kısmen Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir.

Ölçek içerisinde güven alt boyutunda “Ahbap Platformu, çoğunlukla bir partinin uzantısı gibi çalışıyor”, “Ahbap Platformu toplumdaki bazı kişi ve grupları dışlıyor”, “Ahbap Platformu’nun kaynaklarını boşa harcadığını düşünüyorum”, “Ahbap Platformu benim için bir hayal kırıklığıdır”, “Ahbap Platformu’nun gelirlerini nereye harcadığına ilişkin şüphelerim var”, “Ahbap Platformu yerine bu alanda faaliyet gösteren başka bir STK’ya bağış yapmayı tercih ederim”, “Ahbap Platformu kimsenin ne düşündüğünü/istediğini önemsemeyen bencil bir STK’dır”, “Ahbap Platformu’nun sakladığı gerçekler vardır” maddeleri olumsuz ifadeler içermektedir.

İletişim alt boyutunda “Ahbap Platformu’nun iletişim çalışmaları zayıftır” maddesi olumsuz ifade içermektedir.

Yetkinlik alt boyutunda ise “Ahbap Platformu’nun faaliyet gösterdiği alanda daha iyi çalışan başka bir STK vardır” maddesi olumsuz ifade içermektedir. Bu nedenle analiz kısmında bu maddeler ters puanlanarak analiz edilmiştir. Ölçek 4 alt boyuttan oluşmaktadır ve bunlar 8 maddeden meydana gelen güven alt boyutu ve 6’şar maddeden meydana gelen yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi alt boyutlarıdır.

Çabuk (2017) tarafından geliştirilen ölçek geliştirme çalışmasında ölçeğin maddelerine ilişkin faktör yükleri .47 ile .78 arasında değişmektedir. Faktör analizi sonuçlarına göre 4 faktörlü ölçekte birinci faktörün toplam varyansın %15’ini, ikinci faktörün toplam varyansın %14’ünü, üçüncü faktörün toplam varyansın %12’sini, dördüncü faktörün de yine toplam varyansın %12’sini açıkladığı görülmüştür. Bu doğrultuda geliştirilen ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %54’tür. Ölçeğin alt faktörlerine yönelik cronbach alfa güvenirlik katsayıları güven alt faktörü için 0.80, yönetim kapasitesi alt faktörü için 0.87, iletişim kapasitesi alt faktörü için 0.80 ve yetkinlik kapasitesi alt faktörü için 0.84 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin tümü için cronbach alfa güvenirlik katsayı ise 0.91’dir.

Bu çalışmada elde edilen verilerle hesaplanan cronbach alfa güvenirlik katsayıları iletişim kapasitesi alt faktörü için 0.84, yetkinlik kapasitesi alt faktörü için 0.79, güven alt faktörü için 0.94 ve yönetim kapasitesi alt faktörü için ise 0.91 olarak hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayıları incelendiğinde ölçeğin elde edilen verilerle güvenilir bir ölçme yaptığı söylenebilir.

Tablo 4.2 Sosyal Medya Teyit/Güven Ölçeği

Aşağıda STK itibarına yönelik ifadeler içeren soruları Ahbap Platformu’nu dikkate alarak cevaplayınız.		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman
Ahbap Platformu...						
SOSYAL MEDYA TEYİT/ GÜVEN ÖLÇEĞİ ÇÖMLEKÇİ & BAŞOL (2019)	27. Basılı olarak dağıtılan gazetelerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	28. İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	29. Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	30. Kullanıcıların içerik oluşturduğu mecraların paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	31. Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	32. Arkadaşlarımla/tanıdıklarımla sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	1	2	3	4	5
	33. Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım.	1	2	3	4	5
	34. Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberi sosyal medyadaki farklı kaynaklardan teyit ederim.	1	2	3	4	5
	35. Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi sosyal medya dışındaki internet kaynaklarından teyit ederim.	1	2	3	4	5
	36. Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim.	1	2	3	4	5

Ahbap Platformu sosyal medya üzerinden faaliyet yürüten bir STK’dır. Yapmış olduğu faaliyetleri, kampanyaları sosyal medya üzerinden paylaşarak bireylere ulaştırmakta ve birçok yardım çalışmasını yine sosyal medya üzerinden gerçekleştirmektedir. Eğitim, çevre gibi farklı alanlarda gerçekleştirilecek faaliyetler için ayrı sosyal medya hesapları bulunan Ahbap Platformu’nun aynı zamanda farklı şehirler adına açılmış olan Ahbap Platformu’na yönelik birçok sosyal medya hesabı da bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal medyaya ve dolayısıyla Ahbap Platformu’nun sosyal medya hesaplarına yönelik güveninde araştırma içerisinde ele alınması gerektiği düşünülmüştür. Bu kapsamda Çömlekçi & Başol (2019) tarafından geliştirilen Sosyal medya teyit/güven ölçeği araştırma içerisinde kullanılmıştır. Sosyal medya teyit/güven ölçeği, 4 maddeden oluşan teyit, 3 maddeden oluşan kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven ve 3 maddeden oluşan bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörlerinden oluşmaktadır. Ölçeğin tamamı 10 maddeden meydana gelmektedir. Ölçek maddeleri “1-Hiçbir Zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sıklıkla ve 5-Her Zaman” şeklinde derecelendirilmiştir.

Ölçek geliştirme çalışmasında ölçeğin maddelerine ilişkin faktör yükleri .47 ile .85 arasında değişmektedir. Faktör analizi sonuçlarına göre 3 faktörlü ölçekte birinci faktörün toplam varyansın %27'sini, ikinci faktörün toplam varyansın %19'unu ve üçüncü faktörün toplam varyansın %17'sini açıkladığı görülmüştür. Bu doğrultuda geliştirilen ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %61.55'dir.

Ölçeğin alt faktörlerine yönelik cronbach alfa güvenilirlik katsayıları ise teyit için 0.84 kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven için 0.67 ve bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven için 0.66'dır. Ölçeğin tümü için cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ise 0.71'dir.

Bu çalışmada elde edilen verilerle hesaplanan cronbach alfa güvenilirlik katsayıları teyit alt faktörü için 0.92, kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörü için 0.87 ve bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörü için 0.70 olarak hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayıları incelendiğinde ölçeğin elde edilen verilerle güvenilir bir ölçme yaptığı söylenebilir.

4.7. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışma kapsamında evreninin Samsun özelinde ele alınmasının en önemli nedeni ise Ahbap Platformu'nun ilk olarak Samsun ilinde yaşayan bireylerin bir araya gelip etkinlik düzenlenmesiyle başlamış olmasıdır. Ahbap Platformu'nun ilk ortaya çıkıp faaliyet yürüttüğü il Samsun'dur. Buna ek olarak araştırma Samsun'da yürütüldüğünden dolayı Samsun Ahbap üzerinden çalışmak ulaşılabilirlik ve gözlemlenebilirlik imkanı tanınması sebebiyle tercih edilmiştir. Bu kapsamda örneklemin belirlenmesi noktasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Bilgiye ulaşmak için izlenen süreçler bütünü bilimsel yöntem olarak ifade edilmektedir (Karasar, 2006). Bacon için tüme varım, Aristo'ya göre ise tümünden gelim şeklinde tanımlanmaktadır. Bilimsel araştırmacılar elde ettikleri verileri çeşitli istatistiksel analizler uygulayıp anlamlı hale getirmektedirler. Anlamlı hale gelen veri/bilgilere dayanarak evrene yönelik çıkarımlar sunmaktadır. Bu anlamda araştırmanın amacını oluşturan konuya yönelik olarak veri toplamak amacıyla ana kütleyi temsil kabiliyeti taşıyan örneklem grubu üzerinde yoğunlaşmaktadırlar (Newbold, 2005). Araştırmacının veri toplama bağlamında ana kütleden hızlı, ekonomik ve kolay olması sebebiyle ana kütleden seçtiği tesadüfi olmayan örneklem grubu kolayda örneklem olarak ifade edilmektedir (Malhotra, 2004: 321; Zikmund,

1997: 428; Aaker vd., 2007: 394) Thomas C. Kinnear ve James R. Taylor (1996: 413), kolayda örneklem yönteminin kullanım oranının %53 olduğunu ifade etmektedir. Kemal Kurtuluş (2012) ise benzer şekilde Türkiye’de yapılan araştırmaların yaklaşık %90’nın da kolayda örnekleme yöntemi kullanıldığını belirtmektedir. Bu araştırmada veriler oluşturulan anket formlarıyla kolayda örneklem yöntemiyle toplanmıştır. Ulaşılabilecek olan hedef kitlenin yani örneklemin büyüklüğü bilinmemekle beraber Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004), 1-100 milyon arasında olan evren büyüklüğünün %5 örnekleme hatasını ele aldığı formülde yeterli örneklem sayısını 384 kişi olarak belirtmektedir. Samsun ilinin nüfusu ve Ahbap Platformu’nu bilen kişilerin nüfusa oranla daha az olacağı ihtimali ile bu çalışma da 350 kişilik bir örneklemin evrene dair geçerli sonuçları vereceği düşünülmektedir.

4.8. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerini Gösteren Frekans Tabloları

Tablo 4.3 Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

Cinsiyet	N	%
Erkek	177	44.3
Kadın	223	55.8
Toplam	400	100.0

Tablo 4.3’de verilen cinsiyet dağılım verilerine göre ankete katılım sağlayan bireylerin 223’ü (%55.8) kadın, 177’si (%44.3) erkektir.

Tablo 4.4 Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı

Yaş Grupları	N	%
18 ve 25 yaş arası	120	30.0
26 ve 39	235	58.8
40 ve üzeri	45	11.3
Toplam	400	100.0

Tablo 4.4.’de yer alan yaş dağılım verilerine göre ankete katılım sağlayan bireylerin 120’si (%30.0) 18 ve 25 yaş arası, 235’i (%58.8) 26 ve 39 yaş arası ve 45’i (%11.3) 40 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5 Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı

Medeni Durum	N	%
Evli	155	38.8
Bekar	225	56.3
Boşanmış	20	5.0
Toplam	400	100.0

Tablo 4.5.'de katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında 155'i (%38.8) evli, 225'i (%56.3) bekar ve 20'si (%5) boşanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 4.6 Katılımcıların öğrenim durumlarına göre dağılımı

Öğrenim Durumu	N	%
İlkokul/Ortaokul	26	6.5
Lise	121	30.3
Üniversite	224	56.0
Yüksek Lisans/Doktora	29	7.3
Toplam	400	100.0

Tablo 4.6.'da ankete katılan bireylerin eğitim durumlarının dağılımına bakıldığında katılımcıların 26'sı (%6,5) ilkokul/ortaokul, 121'i (%30.3) lise, 224'ü (%56.0) üniversite ve 29'u (%7.3) yüksek lisans/doktora mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 4.7 Katılımcıların gelir durumlarına göre dağılımı

Gelir Durumu	N	%
3000 TL'den az	78	19.5
3000-4500 TL arası	154	38.5
4500-7000 TL arası	116	29.0
7000-10000 TL arası	30	7.5
10000 TL'den fazla	22	5.5
Toplam	400	100.0

Tablo 4.7.'de yer alan verilere göre katılımcıların 78'i (%19.5) 3000 TL'den az, 154'ü (%38.5) 3000-4500 TL arası, 116'sı (%29.0) 4500-7000 TL arası, 30'u (%7.5) 7000-10000 TL arası ve 22'si (%5.5) 10000 TL'den fazla gelire sahip olduğu görülmektedir.

4.9. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analiz sürecinde tanımlayıcı istatistikler ve betimleyici istatistikler kullanılmıştır. Ahbap Platformu'nun itibar düzeyinin incelenmesinde aritmetik ortalama, standart sapma, mod ve ortanca değerleri; bu düzeylerin cinsiyet açısından incelenmesinde Mann Whitney U-testi, yaş, medeni durum, öğrenim durumu ve gelir durumu düzeyleri açısından incelenmesinde ise Kruskal Wallis H-testi kullanılmıştır. Katılımcıların Ahbap Platformu'na karşı itibar düzeylerinin alt faktörleri (Güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi, yetkinlik kapasitesi) arasındaki ilişki ve yine itibar alt faktörleri ile sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörü (Teyit, bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven ve kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven) arasındaki ilişki incelenmesinde pearson korelasyon katsayısı, bulgularından yorumlanmasında ise 0.05 anlamlılık düzeyi kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 26.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

5. BULGULAR

Araştırmanın amacına ve araştırma sorularına ilişkin toplanan verilerin analiz edilmesiyle elde edilen bulgular bu bölümde sunulmuştur. Araştırma soruları çerçevesinde gerçekleştirilen veri analizlerinden ankete katılım sağlayan bireylerin hangi ölçek maddeleri etrafında yoğunlaştığı ya da ayrıştığını anlayabilmek, ölçeklerdeki maksimum minimum değerleri bulabilmek ve anket sorularına yönelik genel algının yönünü belirleyebilmek için ölçek maddeleri üzerine betimsel analizler gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu analiz bulguları sonucunda STK itibar ölçeği ile elde edilen veriler tablo 5.1-5.2-5.3-5.4-5.5'de Sosyal medya teyit/güven ölçeği ise tablo 5.6-5.7-5.8-5.9'da yer almaktadır.

5.1. Ölçeklerin Ortalama Puanlarını Gösteren Betimsel Analiz Tabloları

Tablo 5.1 Katılımcıların STK itibar ölçeği güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Güven Maddeleri	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Ahbap Platformu, çoğunlukla bir partinin uzantısı gibi çalışıyor. *	4.41	0.88	1.00	5.00
Ahbap Platformu toplumdaki bazı kişi ve grupları dışlıyor. *	4.49	0.86	1.00	5.00

Ahbap Platformu'nun kaynaklarını boşa harcadığını düşünüyorum. *	4.37	0.92	1.00	5.00
Ahbap Platformu benim için bir hayal kırıklığıdır. *	4.45	0.85	1.00	5.00
Ahbap Platformu'nun gelirlerini nereye harcadığını ilişkin şüphelerim var. *	4.45	0.85	1.00	5.00
Ahbap Platformu yerine bu alanda faaliyet gösteren başka bir STK'ya bağış yapmayı tercih ederim. *	4.20	0.87	1.00	5.00
Ahbap Platformu kimsenin ne düşündüğünü/istediğini önemsemeyen bencil bir STK'dır. *	4.50	0.82	1.00	5.00
Ahbap Platformu'nun sakladığı gerçekler vardır. *	4.35	0.86	1.00	5.00

*Güven alt faktörü sorularının tamamı olumsuz ifadeler içerdiğinden dolayı yanıtlar 1=5, 2=4, 3=3, 4=2 ve 5=1 olmak üzere ters kodlama yapılmıştır.

Tablo 5.1.'de görüldüğü üzere en yüksek puanı “Ahbap Platformu kimsenin ne düşündüğünü/istediğini önemsemeyen bencil bir STK'dır” ifadesi almıştır (Ortalama=4.50). En düşük puanı ise “Ahbap Platformu yerine bu alanda faaliyet gösteren başka bir STK'ya bağış yapmayı tercih ederim” maddesi almıştır (Ortalama=4.20). 400 katılımcıdan elde edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan ortalama tablosunda örneklem grubunda Ahbap Platformu ile ilgili olarak güvenilir bir yapının olduğu söylenebilir.

Tablo 5.2 Katılımcıların STK itibar ölçeği iletişim kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

İletişim Kapasitesi Maddeleri	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Ahbap Platformu toplumla etkili iletişim kurar.	4.20	0.76	1.00	5.00
Ahbap Platformu medyada olumlu haberlerle yer alır.	4.26	0.73	1.00	5.00
Ahbap Platformu 'nun internet sitesi doyurucudur; istediğim bilgilere ulaşırım.	4.12	0.74	1.00	5.00

Ahbap Platformu sosyal medyayı (facebook, twitter, instagram, linkedin gibi) etkin kullanır.	4.25	0.75	1.00	5.00
Ahbap Platformu'nun düzenlediği kampanyalar medyada yer alır.	4.12	0.77	1.00	5.00
Ahbap Platformu'nun iletişim çalışmaları zayıftır. *	4.12	0.99	1.00	5.00

*Ters kodlanmıştır.

Tablo 5.2.'de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı “Ahbap Platformu medyada olumlu haberlerle yer alır” maddesi almıştır (Ortalama=4.26). En düşük puanı ise “Ahbap Platformu’nun internet sitesi doyurucudur; istediğim bilgilere ulaşırım”, “Ahbap Platformu’nun düzenlediği kampanyalar medyada yer alır” ve “Ahbap Platformu’nun iletişim çalışmaları zayıftır” maddeleri almıştır (Ortalama=4.12). 400 katılımcıdan elde edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan ortalama tablosunda da görüldüğü üzere en düşük puan 4’ün üzerindedir. Buna göre ankete katılım sağlayan bireyler Ahbap Platformu’nun iletişim kapasitesinin yüksek olduğunu düşünmektedir.

Tablo 5.3 Katılımcıların STK itibar ölçeği yetkinlik kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Yetkinlik Kapasitesi Maddeleri	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Ahbap Platformu'nun faaliyet gösterdiği alan Türkiye için değerli/önemli bir meseledir.	4.28	0.79	1.00	5.00
Ahbap Platformu faaliyet gösterdiği alanda en iyi STK’dır.	4.10	0.77	1.00	5.00
Ahbap Platformu faaliyet gösterdiği alanda deneyimli bir STK’dır.	3.53	1.01	1.00	5.00
Ahbap Platformu faaliyet gösterdiği alanda uzmanlaşmış bir STK’dır.	4.01	0.83	1.00	5.00
Ahbap Platformu 'nün faaliyet gösterdiği alanda daha iyi çalışan başka bir STK vardır.*	4.13	0.69	1.00	5.00

AHBAP/Derneği faaliyet gösterdiği alanda uzman olan kişilerle çalışır.	4.17	0.74	1.00	5.00
---	------	------	------	------

*Ters kodlanmıştır.

Tablo 5.3.'de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı “Ahbap Platformu’nun faaliyet gösterdiği alan Türkiye için değerli/önemli bir meseledir” maddesi almıştır (Ortalama=4.28). En düşük puanı ise “Ahbap Platformu faaliyet gösterdiği alanda deneyimli bir STK’dır” maddesi almıştır (Ortalama=3.53). 400 katılımcıdan elde edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan ortalama tablosunda bir madde dışında tüm maddeler 4 üzerinde puanlanmıştır. Bu anlamda katılımcılar Ahbap Platformu’nun yetkin kapasiteye sahip bir STK olduğu yönünde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 5.4 Katılımcıların STK itibar ölçeği yönetim kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Yönetim Kapasitesi Maddeleri	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Ahbap Platformu başarılı bir şekilde yönetilmektedir.	4.26	0.71	1.00	5.00
Ahbap Platformu’nun dinamik bir yönetim yapısı vardır.	4.26	0.74	1.00	5.00
Ahbap Platformu bağışçılara özen gösterir	4.11	0.74	1.00	5.00
Ahbap Platformu maddi kaynak yaratmada başarılıdır.	4.14	0.70	1.00	5.00
Ahbap Platformu maddi açıdan istikrarlı bir STK’dır	4.18	0.71	1.00	5.00
Ahbap Platformu taklitçi değil, yenilikçi bir STK’dır.	4.24	0.73	1.00	5.00

Tablo 5.4.’de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı “Ahbap Platformu başarılı bir şekilde yönetilmektedir” ve “Ahbap Platformu’nun dinamik bir yönetim yapısı vardır” maddeleri almıştır (Ortalama=4.26). En düşük puanı ise “Ahbap Platformu bağışçılara özen gösterir” maddesi almıştır (Ortalama=4.11). 400 katılımcıdan elde edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan ortalama tablosunda katılımcıların yönetim kapasitesi alt boyutu maddelerine verdikleri cevaplar tüm maddeler için 4 üzerinde puan almıştır. Elde edilen bulguya göre katılımcıların Ahbap Platformu’nun yönetim kapasitesi düzeylerinin yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 5.5 Katılımcıların STK itibar ölçeğinin güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Ortalama	Ortanca	Tepe Değer	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Güven	4.40	4.62	5.00	0.72	1.00	5.00
Yönetim Kapasitesi	4.19	4.00	4.00	0.60	1.00	5.00
İletişim Kapasitesi	4.17	4.16	4.00	0.59	1.67	5.00
Yetkinlik Kapasitesi	4.03	4.00	4.00	0.56	1.67	5.00

Tablo 5.5.'de görüldüğü üzere STK itibar ölçeğinin tüm alt faktörleri yani güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi 4'ün üzerinde puan almıştır. Ahbap Platformu'nun aldığı en yüksek ortalama 4.40 yani güven alt faktörüdür, en düşük ortalama ise 4.03 ile yetkinlik kapasitesidir.

Tablo 5.6 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Bireysel Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Kullanıcıların içerik oluşturduğu mecraların paylaşımlarına güvenirim	2.84	0.92	1,00	5,00
Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim	2.22	1.01	1,00	5,00
Arkadaşlarımlın/tanıdıklarımlın sosyal medya paylaşımlarına güvenirim	3.41	0.91	1,00	5,00

Tablo 5.6.'de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı, “Arkadaşlarımlın/tanıdıklarımlın sosyal medya paylaşımlarına güvenirim” ($\bar{x}$ = 3.41) maddesi almıştır. En düşük puanı ise “Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim” ($\bar{x}$ = 2.22) maddesi almıştır. Katılımcıların bireysel sosyal medya paylaşımlarında arkadaşlarının ve tanıdıklarının paylaşımlarına daha çok güvenme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 5.7 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, kurumsal sosyal medya paylaşımlarının güven alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Kurumsal Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
--	----------	----------------	---------	----------

Basılı olarak dağıtılan gazetelerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.	3.17	0.96	1,00	5,00
İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim	3.00	1.00	1,00	5,00
Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim	3.27	0.93	1,00	5,00

Tablo 5.7.'de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı, “Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim” ($\bar{x}$ = 3.27) maddesi almıştır. En düşük puanı ise “İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim” ($\bar{x}$ = 3.00) maddesi almıştır. Dolayısıyla katılımcıların kurumsal sosyal medya paylaşımlarında tanınmış insanlara daha çok güvenme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 5.8 Sosyal medya teyit/güven ölçeği, teyit alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

Teyit	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım	3.79	0.93	1,00	5,00
Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberi sosyal medyadaki farklı kaynaklardan teyit ederim	3.71	1.03	1,00	5,00
Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi sosyal medya dışındaki internet kaynaklarından teyit ederim	3.71	0.98	1,00	5,00
Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim	3.56	0.99	1,00	5,00

Tablo 5.8.'de görüldüğü üzere en yüksek ortalama puanı, “Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım” ($\bar{x}$ = 3.79) maddesi almıştır. En düşük ortalama puanı ise “Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim” ($\bar{x}$ = 3.56) maddesi almıştır. Dolayısıyla katılımcıların sosyal medya üzerinden ulaştıkları haberin güvenilirliği için araştırma yaptıkları söylenebilir. Aynı zamanda bu araştırmayı da yine internet kaynaklarından ya da farklı sosyal medya kaynaklarından teyit etmeye eğilim gösterdikleri söylenebilir.

Tablo 5.9 Katılımcıların sosyal medya teyit/güven ölçeğinin bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven, kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven ve teyit alt faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Ortalama	Ortanca	Tepe Değer	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Bireysel Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven	2.82	2.83	3.00	0.74	1.00	5.00
Kurumsal Sosyal Medya Paylaşımlarına Güven	3.14	3.00	3.00	0.85	1.00	5.00
Teyit	3.69	4.00	4.00	0.88	1.00	5.00

Tablo 5.9.'da görüldüğü üzere Sosyal Medya Teyit/Güven ölçeğinin en yüksek puan ortalaması teyit alt faktörüdür ($\bar{x}$ = 3.69), en düşük puan ortalaması ise bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven ($\bar{x}$ = 2.82) alt faktörüdür. Sosyal medya teyit/güven ölçeğinin betimsel analizinden yola çıkarak araştırmaya katılan 400 katılımcının sosyal medya haberlerini teyit etmeye çalıştıklarını ve bunu internet tabanlı kaynaklardan yaptığını, bireysel sosyal medya paylaşımlarından ziyade kurumsal sosyal medya paylaşımlarına daha çok güvendikleri söylenebilir.

5.2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ile Ölçekler Arası Farkları Gösteren Tablolar

Yapılan bu araştırmada cinsiyet değişkeninin STK itibar algısı üzerinde etkisi merak edilmiş ve “Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Ahbap Platformu’na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?” şeklinde araştırma sorusu oluşturulmuştur. Bu soruya yönelik elde edilen analiz sonuçları ise Tablo 5.10’da yer almaktadır.

Tablo 5.10 Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıraların Toplamı	U	P
Güven	Erkek	177	188.00	33276.50	17523.50	0.05
	Kadın	223	210.42	46923.50		
Yönetim Kapasitesi	Erkek	177	190.86	33782.50	18029.50	0.13
	Kadın	223	208.15	46417.50		
	Erkek	177	190.52	33722.50	17969.50	0.12

İletişim Kapasitesi	Kadın	223	208.42	46477.50		
Yetkinlik Kapasitesi	Erkek	177	185.69	32866.50	17113.50	0.02
	Kadın	223	212.26	47333.50		

Cinsiyete göre Ahbap Platformu’na yönelik güven düzeyi, yönetim kapasitesi ve iletişim kapasitesi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Yetkinlik kapasitesinde cinsiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0.05$). Analiz sonucu elde edilen bu bulgulara göre ankete katılan bireylerin cinsiyetleri ile STK itibarına yönelik güven, yetkinlik ve iletişim kapasitesi alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bireyin cinsiyetinin bu boyutlara etki etmediği çıkarılabilir. Aynı zamanda katılımcıların cinsiyeti ile STK itibarı ölçeğinin yetkinlik kapasitesi boyutu arasında anlamlı bir farklılığın var olduğu bulgusu ise yetkinlik algısının cinsiyete göre farklılık gösterdiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında yaş faktörünün bireylerin STK itibarına yönelik algılarına etki edip etmediği konusu incelenmek istenmiş ve “Katılımcıların yaş değişkenine göre Ahbap Platformu’na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?” şeklinde araştırma sorusu oluşturulmuştur. Bu araştırma sorusuna yönelik elde edilen analiz sonuçları ise Tablo 5.11’de gösterilmektedir.

Tablo 5.11 Katılımcıların yaş değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Yaş	N	Sıra Ortalaması	Sd	X ²	P
Güven	18-25	120	185.49	2	10.38	0.01
	26-39	235	215.06			
	40 ve üzeri	45	164.49			
Yönetim Kapasitesi	18-25	120	191.09	2	8.25	0.02
	26-39	235	212.42			
	40 ve üzeri	45	163.36			
İletişim Kapasitesi	18-25	120	182.28	2	9.92	0.01
	26-39	235	215.38			
	40 ve üzeri	45	171.41			
Yetkinlik Kapasitesi	18-25	120	198.26	2	10.95	0.00
	26-39	235	211.37			
	40 ve üzeri	45	149.69			

Tablo 5.11. incelendiğinde, katılımcıların yaş düzeylerine göre Ahbap Platformu’nun itibarına yönelik düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Mann Whitney U-testi yapılmıştır. Mann Whitney U-testi sonuçlarına göre yaşları 18-25 arasında olan katılımcıların platforma yönelik güven düzeyleri ile yaşları 26-39 arasında olan katılımcıların platforma yönelik güven düzeyleri arasında anlamlı bir fark görülmüştür [$X^2(sd=2), n=355 = 10.39, p<0.05$]. Bu bulguya göre 26-39 arası yaş grubundaki katılımcıların Ahbap Platformu’na güven düzeyinin 18-25 ile 40 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Benzer şekilde 26-39 arası yaş grubundaki katılımcılar, 18-25 ile 40 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre Ahbap Platformu’nun iletişim kapasitesinin daha yüksek olduğunu düşünmektedir [$X^2(sd=2), n=355 = 9.92, p<0.05$]. Ayrıca yaşı 26-39 arasında olan katılımcıların Ahbap Platformu’na yönelik itibar algılarının (güven düzeyi, iletişim kapasitesi, yönetim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi), yaşları 18-25 arasında olan katılımcılar ile 40 yaş ve üzerinde olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Bu bulgulara göre katılımcıların yaş grupları açısından orta yaş düzeyinin Ahbap Platformu’na yönelik STK itibar düzeylerinin diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

“Katılımcıların medeni durum değişkenine göre Ahbap Platformu’na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?” şeklinde oluşturulan araştırma sorusuna yönelik elde edilen analiz sonuçları Tablo 5.12.’de yer almaktadır.

Tablo 5.12 Katılımcıların medeni durum değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sd	X²	P
Güven	Evli	155	200.41	2	0.64	0.73
	Bekar	225	198.81			
	Boşanmış	20	220.18			
Yönetim Kapasitesi	Evli	155	203.52	2	0.29	0.87
	Bekar	225	197.88			
	Boşanmış	20	206.63			
İletişim Kapasitesi	Evli	155	198.99	2	0.34	0.84
	Bekar	225	200.26			
	Boşanmış	20	214.88			
Yetkinlik Kapasitesi	Evli	155	205.66	2	1.44	0.49
	Bekar	225	199.34			
	Boşanmış	20	173.48			

Tablo 5.12. incelendiğinde katılımcıların medeni durum düzeylerine göre Ahbap Platformu’na yönelik STK itibar alt faktörleri olan güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesine ilişkin anlamlı bir fark görülmemiştir ($p>0.05$). Bu bulguya göre katılımcıların medeni durum değişkeninin verilerine baktığımızda güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi düzeylerinin evli, bekar ya da boşanmış bireylerde benzer oranlarda olduğu söylenebilir. Elde edilen bulguya göre bireylerin medeni durumlarının STK itibarına yönelik algıları noktasında etkin konuma sahip olmadığı, düşüncelerini olumlu ya da olumsuz yönde çok fazla bir etkide bulunmadığı çıkarımı yapılabilir.

“Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre Ahbap Platformu’na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?” araştırma sorusu çerçevesinde örneklem grubunun katılımı ile elde edilen veriler sonucu STK itibarı ve eğitim düzeyi arasındaki ilişki ölçümlenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 5.13. de verilmiştir.

Tablo 5.13 Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Öğrenim Durumu	N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	P
Güven	İlkokul/Ortaokul	26	166.42	2	0.64	0.73
	Lise	121	182.29			
	Üniversite	224	213.27			
	Yüksek Lisans/Doktora	29	208.40			
Yönetim Kapasitesi	İlkokul/Ortaokul	26	151.79	2	0.29	0.87
	Lise	121	192.21			
	Üniversite	224	207.85			
	Yüksek Lisans/Doktora	29	222.03			
İletişim Kapasitesi	İlkokul/Ortaokul	26	148.88	2	0.34	0.84
	Lise	121	191.72			
	Üniversite	224	210.10			
	Yüksek Lisans/Doktora	29	209.28			
Yetkinlik Kapasitesi	İlkokul/Ortaokul	26	157.40	2	1.44	0.49
	Lise	121	206.13			
	Üniversite	224	202.60			

Yüksek Lisans/Doktora	29	199.41
--------------------------	----	--------

Tablo 5.13. incelendiğinde katılımcıların öğrenim durumu düzeylerine göre Ahbap Platformu’na yönelik STK itibar alt faktörleri olan güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesine ilişkin anlamlı bir fark görülmemiştir ($p>0.05$). Bu bulguya göre katılımcıların öğrenim durumu değişkeninin verilerine baktığımızda güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi düzeylerinin ilkökul, lise, üniversite, yüksek lisans/doktora düzeyinde eğitime sahip bireyler arasında benzer oranlara sahip olduğu söylenebilir.

“Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre Ahbap Platformu’na yönelik itibar algıları farklılaşmakta mıdır?” şeklinde oluşturulan araştırma sorusuna yönelik elde edilen verilerin analizi Tablo 5.14’de verilmektedir.

Tablo 5.14 Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre STK itibar ölçeği faktörüne ilişkin betimsel istatistikler

	Gelir Durumu	N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	P
Güven	3000 TL’den az (1)	78	219.92	3	8.34	0.04*
	3000-4500 TL (2)	154	172.04			
	4500-7000 TL (3)	116	212.04			
	7000-10000 TL (4)	30	230.02			
	10000 TL’den fazla (5)	22	229.77			
Yönetim Kapasitesi	3000 TL’den az	78	214.99	3	7.43	0.06
	3000-4500 TL	154	174.43			
	4500-7000 TL	116	212.72			
	7000-10000 TL	30	226.75			
	10000 TL’den fazla	22	231.41			
İletişim Kapasitesi	3000 TL’den az	78	219.01	3	7.74	0.05
	3000-4500 TL	154	167.81			
	4500-7000 TL	116	222.06			
	7000-10000 TL	30	225.32			
	10000 TL’den fazla	22	216.20			
Yetkinlik Kapasitesi	3000 TL’den az	78	230.26	3	4.03	0.26
	3000-4500 TL	154	179.08			

4500-7000 TL	116	196.28
7000-10000 TL	30	229.48
10000 TL'den fazla	22	227.64

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

Tablo 5.14. İncelendiğinde, katılımcıların gelir düzeylerine göre Ahbap Platformu'nun itibarına yönelik düzeyleri arasında, yönetim kapasitesi ($p > 0.05$), iletişim kapasitesi ($p > 0.05$) ve yetkinlik kapasitelerinde ($p > 0.05$) anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu bulguya göre katılımcıların gelir durumu değişkeni verilerine baktığımızda yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir. Güven alt faktöründe anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür ($p < 0.05$). Farklılığın hangi gelir düzeyleri arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann Whitney U-testi yapılmıştır. Mann Whitney U-testi sonuçlarına göre katılımcıların gelir düzeyleri 1-2 arasında olanlarda anlamlı fark görülmüştür [$X^2(sd=3)$, $n=232$] = 8.35, $p < 0.05$]. Gelir düzeyi 3000 TL'den az olan katılımcıların gelir düzeyi 3000-4500 TL, 4500-7000 TL, 7000-10000 TL ve 10000 TL üzeri olan katılımcılara göre Ahbap Platformu'na güven düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Gelir düzeyleri 2-5 arasında olan katılımcıların Ahbap Platformu'na güven eğilimlerinde anlamlı fark vardır [$X^2(sd=3)$, $n=176$] = 8.35, $p < 0.05$]. Gelir düzeyi 10000 TL'den fazla olan katılımcıların gelir düzeyi 3000 TL ve üzeri, 3000-4500 TL ve 4500-7000 TL arasında olan katılımcılardan daha yüksek güven düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Gelir düzeyleri 1-3, 1-4, 1-5, 3-4, 3-5, 4-5 arasında olan katılımcılarda anlamlı bir fark görülmemiştir ($p > 0.05$). Katılımcıların gelir düzeylerine göre Ahbap Platformu'na olan güven eğilimlerine baktığımızda gelir düzeyi 3000 TL'den az olan ve gelir düzeyi 10000 TL'den fazla olan katılımcıların, diğer gelir düzeylerine göre platforma daha çok güvendikleri söylenebilir.

Tez kapsamında cevaplanmaya çalışılan araştırma sorularından bir diğeri ise “STK itibar alt faktörleri (Güven, yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi) ile sosyal medya teyit /güven ölçeği alt faktörleri (teyit, kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven ve bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven) arasında nasıl bir ilişki vardır?” Bu bağlamda oluşturulan araştırma sorusuna yönelik elde edilen verilerin analizi Tablo 5.15’de sunulmaktadır.

Tablo 5.15 STK itibar ölçeği alt boyutları ile sosyal medya güven ölçeği alt boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler

	Güven	Yönetim Kapasitesi	İletişim Kapasitesi	Yetkinlik Kapasitesi	Bireysel	S.M.P	Güven	Kurumsal	S.M.P	Güven	Teyit
Güven	1.00										
Yönetim Kapasitesi	0.53**	1.00									
İletişim Kapasitesi	0.55**	0.65**	1.00								
Yetkinlik Kapasitesi	0.53**	0.70**	0.66**	1.00							
Bireysel	0.03	0.02	0.08	0.04	1.00						
S.M.P						1.00					
Güven							1.00				
Kurumsal	0.10*	0.05	0.07	0.061	0.64**		1.00				
S.M.P								1.00			
Güven									1.00		
Teyit	0.06	0.04	0.05	0.071	0.16**		0.12*			1.00	

** p<0.01, * p<0.05

Tablo 5.15. İncelendiğinde STK İtibar Ölçeği Alt Boyutlarının birbiri ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Ayrıca STK İtibar Ölçeği Alt Boyutları ile Sosyal Medya Teyit/Güven Alt Boyutları arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bunların yanı sıra Sosyal Medya Güven Ölçeği Alt Boyutları da kendi aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Güven ile yönetim kapasitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Yönetim kapasitesi ile iletişim kapasitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. İletişim kapasitesi ve yetkinlik kapasitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Güven ile bireysel sosyal medya paylaşımlarına güven arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Güven ile kurumsal sosyal medya paylaşımlarına güven arasında pozitif yönlü

ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Güven ile teyit arasında ise pozitif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Elde edilen bu bulguya göre STK itibar ölçeği alt boyutları olan yönetim kapasitesi, iletişim kapasitesi, güven ve yetkinlik kapasitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Aynı şekilde sosyal medya teyit/güven ölçeği ile diğer faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum değişkenlerden herhangi birinde yaşanacak olan artış ya da azalış ilişkide olduğu diğer değişkeni de paralel yönde etkileyebilir şeklinde yorumlanabilir.



6. SONUÇ

İtibarı ölçmenin temel amacı, teşkilatlara paydaşlarının, kendilerini hangi özelliklerle değerlendirdiklerini ve bu özellikler ile teşkilatların ne derece performans gösterdiklerini ortaya koymaktır. Bu açıdan STK itibarını oluşturan özelliklerin, paydaşları tarafından, Weber'in ideal tip kavramsallaştırması dahilinde ideal bir STK'yı tanımladığı çıkarımı yapılabilmektedir. İdeal bir STK faaliyet gösterdiği alanda uzman ve yetkin olan, dinamik bir yönetim yapısına sahip olan, bağışçılara özen gösteren ve yenilikçi olan, paydaşlarının ve toplumun talep ve ihtiyaçlarına duyarlı olan, paydaşlarından ve toplumdan kopuk olmayan, kendini ve çalışmalarını hem sosyal hem geleneksel medyadan anlatan, kaynak yaratma ve bu kaynakları harcamasıyla ilgili şeffaf olan, maddi açıdan istikrarlı olan, başarılı bir şekilde yönetilen, toplumsal sorunların çözümünde aktif rol alan ve tüm kaynaklarını etkin kullanabilen bir teşkilattır. Bu özellikler Türkiye'de faaliyet gösteren STK'ların itibarını, özel sektör kuruluşlarından ve diğer teşkilatlardan ayırmaktadır (Çabuk, 2017: 254).

STK'lar için itibar, varlıklarını sürdürebilmek, amaçlarını gerçekleştirebilmek, daha fazla gönüllü, üye ve bağışçı sayısına ulaşabilmek, nitelikli çalışanları kendine çekebilmek, diğer STK'lara göre daha çok tercih edilebilmek için bir nevi anahtar görevindedir. Bu çalışmada Ahbap Platformu'nun toplum nezdinde ki itibar düzeyi Samsun örnekleminde ele alınmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucunda çıkan bulgulara göre, Samsun ilinde Ahbap Platformu'nun genel anlamda olumlu bir itibara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Güven unsuru, itibarın oluşmasında kilit öneme sahiptir. Güven bir bakıma itibarın inşasında temel teşkil etmektedir. Bu bakımdan STK'lar toplumun güvenini kaybettiklerinde itibarlarını da yitirmektedirler. STK'ların toplumda nezdinde güven oluşturabilmeleri için şeffaf olmaları, siyasi olarak tarafsız olmaları, toplumun beklentilerine cevap vermeleri, kaynaklarını etkili bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcılar, Ahbap Platformu'nu güvenilir bir STK olarak değerlendirmektedirler. Ahbap genel anlamda katılımcılar tarafından çalışmalarında toplumun düşüncelerini ve beklentilerini dikkate alan, düşünce ve ideolojisine göre grupları dışlamayan, şeffaf bir STK olarak görülmektedir. Ayrıca katılımcılar Ahbap Platformu'nun gelirlerini nereye

harcandığına ilişkin şüphe bırakmayan, kaynaklarını boşa harcamayan, bir partinin uzantısı gibi çalışmayan bir STK olarak değerlendirmektedir. Araştırma sonucu elde edilen bir diğer dikkat çekici bulgu ise katılımcıların çoğunluğunun bağış yapma konusunda Ahbap Platformunu bu alanda faaliyet gösteren diğer STK'lara tercih etmeleri olmuştur.

STK'ların toplumla iletişim kurma yöntem ve kapasiteleri kurumsal itibarlarını etkileyen önemli unsurlardan biridir. Bu bakımdan STK'ların toplumun farklı katmanlarıyla iletişim çalışmalarının başarısı kurumsal itibarlarına olumlu katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcılar, Ahbap Platformu'nun medyada olumlu haberlerle yer alan, sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanan, toplumla etkili iletişim kurabilen, iletişim çalışmaları güçlü olan, düzenlediği kampanyalarla medyada yer alan bir STK olarak görmektedirler. Benzer şekilde katılımcılar Ahbap Platformu'nun başarılı bir şekilde yönetilen özgün bir STK olarak değerlendirmektedirler. Bu bağlamda Ahbap Platformu'nun itibarını oluşturan yönetim kapasitede katılımcılar tarafından itibara olumlu katkı sağlamaktadır. Araştırma sonucu elde edilen bir diğer önemli bulgu ise katılımcıların Ahbap Platformu'nu bu alanda faaliyet gösteren STK'lar arasında en başarılı organizasyon olarak değerlendirmeleri olmuştur.

Toplumsal kabuller, kanaatler, eğilimler ve algılar yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir düzeyi gibi demografik özelliklere bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre Ahbap Platformunu daha yetkin görmektedir. Yaş değişkenine göre incelendiğinde ise 26-39 yaş grubunun Ahbap Platformu'na olan güven düzeyleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Katılımcıların Ahbap Platformu'na olan itibar düzeylerinin medeni durum ve öğrenim durumlarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları gelir değişkenine göre ele alındığında ise katılımcıların Ahbap Platformu'na olan itibar düzeylerinin güven alt faktöründe anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Gelir düzeyi 3.000 TL'den az olan katılımcılar ile gelir düzeyi 10.000 TL'den fazla olan katılımcıların, gelir düzeyi 4.500 TL ve 7.000 TL olan katılımcılara göre Ahbap Platformu'na güven düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışanların demografik özellikleri ile örgütlerine duydukları güven arasındaki ilişkiyi belirlemek üzerine yapılan bir araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucunda kadın çalışanların örgütsel güven düzeylerinin erkek çalışanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu alanda daha önce yapılan diğer çalışmalar incelendiğinde kronolojik olarak günümüze yaklaştıkça erkek çalışanlarda yüksek olan örgütsel güven duygusunun giderek taraf değiştirip kadın çalışanların örgütsel güven duygularının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum cinsel ayrımın, örgütsel güven konusunda cinsiyete göre fark yaratan engellerin gün geçtikçe azaldığını söylemek mümkündür. Bunda etkili olan faktörleri ise toplum ölçeğinde genel kültür ve eğitim seviyesinin artmasına bağlayabileceğimiz gibi iletişim olanakları ve kamera sisteminin artmasına imkân sağlayan teknolojik gelişmelere de bağlayabiliriz. Buradan yola çıkarak organizasyonlar için büyük öneme sahip olan güvenin daha da geliştirilebilmesi için kadın çalışanların güven düzeylerini olumlu etkileyecek düzenlemelerin çoğaltılması gerekmektedir. Kadın çalışanların çalışma alanlarını genişletmeye yönelik danışmanlık, eğitim faaliyetlerinin sağlanması ve kadın istihdamının artırılması, iş güvencelerinin garanti altına alınması yöneticilerin ilk olarak eğilmeleri gereken konular arasında olmalıdır. Ahbap Platformun'da da 10 Mart 2018 tarihinde sayısı %20 olan kadın başkanların 1 yıl süre ile tüm illerin başkanları kadınlardan oluşturulmuştur (Akkoyun ve Kalkın, 2015: 116-117).

Aynı araştırma sonuçlarına göre örgütsel güven ölçeği, örgüt politikası ve örgüt imajı boyutları yaş aralığı değişkenine göre anlamlı bir fark göstermemiştir. Eğitim düzeyi değişkeninin, örgüt imajı ve örgüt boyutları üzerinde yüksek etki düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Çalışanların medeni durum değişkenlerine göre ise evli çalışanların, örgüt imajı üzerinde yüksek düzeyde etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılarak bu çalışmadan farklı bir sonuç elde edilmiştir (Akkoyun ve Kalkın, 2015: 117).

Bu araştırmada elde edilen sonuçların biri olan gelir durumu 3000 TL'den az olan ve gelir durumu 10.000 TL'den fazla olan katılımcıların güven düzeylerinin daha yüksek çıkması sonucunu farklı araştırmacılar tarafından ele alınıp incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer husus ise araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medya haberlerine güvenleri ile STK itibarı arasında bir ilişki

olup olmadığının sorgulanması olmuştur. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcıların sosyal medya mecralarında rastladıkları haberlere güvenleri ile Ahbap Platformunun itibarı arasında bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcıların çoğunluğu sosyal medya haberlerine güvenmemektedir. Ülkemizde yapılan araştırmalara göre kullanıcıların sosyal medyada rastladıkları haberlerin gerçekliğine ilişkin güvenleri oldukça düşük seviyededir. Cengiz ve Patan'ın (2021: 236-242) sosyal medyada gerçeklik algısı üzerine gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçlarına göre ülkemizde sosyal medya mecraları habere erişimde geleneksel medya ile yarışır hale gelmiştir. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medyada rastladıkları haber ve bilgilerin gerçekliğine güvenmemektedir. Ancak araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcılar Ahbap Platformunun sosyal medya üzerinde paylaştıkları içeriklere yönelik güven düzeyleri oldukça yüksektir. Bu bakımdan Ahbap Platformu sosyal medyada güven konusunda da pozitif yönde ayrılmaktadır şeklinde bir çıkarım yapmak yanlış olmayacaktır.

Araştırma sonucu elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde Ahbap Platformu'na yönelik güvenin Samsun ilinde oldukça yüksek olduğu ve Ahbap Platformu'nun bir STK olarak itibarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmanın literatür çalışmasında sivil toplumun ve STK'ların tarihsel süreç içerisinde nasıl bir gelişim gösterdiği ortaya konularak neden itibarları üzerine çalışmalar yapmaları gerektiği açıklanmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda bu alanda yapılan akademik düzeydeki çalışmaların yetersiz olduğu vurgulanmış ve yapılan bu çalışmayla katkı sağlamak istenmiştir. Bu çalışmada katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumu ve gelir durumu bilgileriyle STK itibarının boyutları arasındaki ilişki durumu incelenmiş ve Ahbap Platformu'nun nasıl bir itibara sahip olduğu Samsun özelinde ele alınmıştır. Farklı şehirlerde gerçekleştirilecek STK itibar çalışmalarıyla karşılaştırmalar yapılabilir hangi boyutların öne çıktığı ya da çıkmadığı tespit edilebilir. Aynı zamanda bundan sonraki çalışmalarda, farklı alanda faaliyet gösteren STK'ların itibar çalışmalarıyla da boyutlar arasında karşılaştırmalar yapılabilir. Ayrıca yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar Samsun Ahbap yönetimi ile görüşmeler yaparak derinleştirilmek istenmiş fakat pandemi dönemine denk geldiği için gerçekleştirilememiştir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D., Kumar, V., and George, S. (drl.). (2007). *Marketing Research*. D. John Wiley and Sons.
- Acar, E. (2019). Katılımcı Demokrasilerde Baskı Gruplarının İşlev ve Yöntemleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(61), s. 235-249.
- Ağ ve Organizasyon Kurulu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/ag-ve-organizasyon-kurulu> adresinden alındı.
- Ahbap Derneği Tüzüğü. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/tuzuk>
- Ahbap Nedir? (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/ahbap-nedir>
- Ahbap Ortak Zemini. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/ahbap-degerleri>
- Ahbap Platformu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/>
- Ahbap Toplumsal Duyarlılık Ödülü Aldı. (2018, Aralık 16). *Ahbap*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/haber/ahbap-gurur-verici-bir-odul-daha-aldi>
- Ahbap Yönetim Kurulu. (2022). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/yonetim-kurulu>
- Ahbap'a En İyi Sivil Toplum Örgütü Ödülü! (2019, Şubat 28). *Ahbap*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/haber/ahbapa-en-iyi-sivil-toplum-orgutu-odulu>
- Ahmad, F. (1995). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. Y. Alogan (Çev.), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Ak, B. G. (2005). Türkiye' nin Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinin Sivil Kuruluşlarına Etkileri ve Katkısı. *Çanakkale: II. Ulusal Sivil Toplum Kongresi Bildirileri Kitabı*.
- Akatay, A. ve Harman, H. S. (2014). *Sivil Toplum Kuruluşları, Yönetim, Yönetişim ve Gönüllülük*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Akatay, A. ve Yelkikalan, N. (2007). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük ve İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Ekin Basım Yayım.
- Akbulut, E. (2011). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Kurumsal İtibar Yönetimi Sürecinde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Rolü*. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi .
- Akça, G. ve Hülür, H. (2007). Tanzimattan Cumhuriyete Siyasal ve Hukuksal Yapının Modernleşmesi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(21), 235-269.
- Akçeşme, F. (2013). 'Sivil Toplum Ve Türkiye Cumhuriyeti'ndeki Yeri. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(4), 202-225.
- Akçeşme, F. (2014). *1980 Sonrası Sivil Toplumun Dönüşümü Ve Demokratikleşmeye Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: T.C Sakarya Üniversitesi, Siyaset Bilim ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Akkaya, A. Y. (2014). Antonio Gramsci'de Entelektüelin Bir Eleştirisi Olarak Praksis Düşüncesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(1), 35-46.
- Akkoyun, B. ve Kalkın, G. (2015). Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütlerine Duydukları Güven Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2).

- Aksoy, F. (2018). *Sivil Toplum Kuruluşlarında İtibar Yönetimleri Farklı Alanlarda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla ilişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Aktan, C. C., Ay, H. ve Çoban, H. (2007). *Çıkar Grupları Terminolojisi*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Aktel, M. (1998). Tanzimat Fermanı'nın Toplumsal Yansıması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(3).
- Albareda, L., Tencati, A., Lozano, J. and Perini, F. (2006). The Government's Role in Promoting Corporate Social Responsibility; a Comparative Analysis of Italy and UK From the Relational State Perspective. *Corporate Governance*, 6(4), s. 388.
- Analytics, A. (2021). *Sosyal Medyada 2021'in En Çok Konuşulanları Belli Oldu!* Erişim: 15 Şubat 2022 <https://www.adbaanalytics.com/sosyal-medyada-2021in-en-cok-konusulanlari-belli-oldu/>
- Anasayfa. (2022). *Ahbap WİKİ*: <https://wiki.ahbap.org/index.php/Anasayfa>
- Argüden, Y. (2003). *İtibar Yönetimi*. İstanbul: ARGE Danışmanlık Yayınları No: 04.
- Aristoteles. (2020). *Politika*. (F. Akderin, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Arslan, Z. (2013). Sened-i İttifak'ın Ortaya Çıkışı ve İnsan Hakları Bakımından. *The Journal of Academic Social Science Studies*, s. 77-91.
- Arslan, M. L. (2018). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülük: Sorunlar ve Çözüm Yolları*. İlke Politika Notu 4.
- Arslanel, M. N. (2017). *Türkiye'de demokrasi sürecinde sivil toplumun gelişimi*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Aslan, M. ve Kaya, G. (2004). 1980 Sonrası Türkiye'de Siyasal Katılımda Sivil Toplum Kuruluşlar. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 213-223.
- Aslan, S. (2010). Sivil Toplum ve Demokrasi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2).
- Association, A. (2014). *Ice Bucket Challenge, ALS ile mücadeleyi önemli ölçüde hızlandırdı*. Aralık 2022 tarihinde <https://www.als.org/stories-news/ice-bucket-challenge-dramatically-accelerated-fight-against-als>
- Aşman Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 3(9), s. 1111-1143.
- Aşman Alikılıç, Ö. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0: Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Attouni, M. A. and Mustaffa, S. (2014). How Do Non-Profit Organizations in Libya Adopt and Use Social Media to Communicate With the Society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, s. 155-997.
- Bachmann, R., Gillespie, N. and Priem, R. (2015). Repairing Trust in Organizations and Institutions: Toward a Conceptual Framework. *Organization Studies*, 36(9), s. 1123-1142.
- Bağcı, G. (drl.). (2013). *Genç Gönüllülüğü: Kişisel ve Sosyal Kalkınmaya Giden Çift Yönlü Yol*. B. M. Merkezi içinde, *Türkiye'de Gönüllülük Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi* B. T. Erdem (Çev.), s. 48-51 Tasarımhane Tanıtım.
- Balmer, J. and Gray, E. (2000). Corporate identity and corporate communications: creating a competitive advantage. *Industrial and Commercial Training* 32(7), s. 256-262.

- Bang, H. and Ross, S. (2009). Volunteer Motivation and Satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, s. 61-77.
- Barnes, N. G. and Mattson, E. (2009). Still Setting the Pace in Social Media: The First Longitudinal Study of Usage by the Largest US Charities.
- Bauman, Z. (2020). *Cemaatler: Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Aramak*. N. Soysal (Çev.), Ankara: Say Yayınları.
- Bayraktar, A. B. (2015). *Türkiye'nin Ortadoğu politikasında sivil toplum kuruluşları: 1990'lar ve 2000'lere ilişkin bir değerlendirme*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Beck, U. (2019). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*. İstanbul: İthaki.
- Bektaş, H., Dizbay, S. ve Gültem, T. (2016). Üniversitede Gönüllü Olmak Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Algıları, Eğitimleri ve Deneyimleri Araştırması: İstanbul Üniversitesi Örneği içinde Nicel Araştırma Bulguları. *Türkiye Turizm Otomobil Kurumu*.
- Bennett, R. and Gabriel, H. (2003). Image and Reputational Characteristics of UK Charitable Organizations: An Empirical Study. *Corporate Reputation Review* 6/3, 276-289.
- Bikmen, F. ve Meydanoğlu, D. (2006). *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu*. İstanbul: TÜSEV.
- Bilim ve Teknoloji Kurulu. (2021). *Ahbab Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbab.org/bilim-ve-teknoloji-kurulu>
- Bilir, F. (2008). Anayasa Yapımına Yönelik Değerlendirmeler. *Gazi Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(1-2), 551-564.
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Ankara: STGM Yayınları.
- Blowfield, M. (2008). *Corporate Social Responsibility The Failing Discipline and Why it Matters for International Relations*.
- Bobbio, N. (1982). *Gramsci ve Sivil Toplum*. A. İpek, & K. Somer (Çev.). Ankara: Savaş Yayınları.
- Bora, T. ve Çağlar, S. (2004). *Modernleşme ve Batılılaşmanın Bir Taşıyıcısı Olarak Sivil Toplum Kuruluşları*. Modern Türkiye'de Siyasal Düşünce Cilt 3: Modernleşme ve Batıcılık. içinde İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bozkurt, Ö., Sezen, S. ve Ergun, T. (1998). *Kamu yönetimi sözlüğü*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Brady, A. (2005). Measurement the seven elements of reputation management. *Corporate Responsibility Management* 1/5.
- Brengarth, L. B. and Mujkic, E. (2016). Web 2.0, How Social Media Applications Leverage Nonprofit Responses During a Wildfire Crisis. *Computers in Human Behavior*, s. 589-596.
- Bromley, D. B. (2000). Psychological Aspects of Corporate Identity, Image and Reputation. *Corporate Reputation Review* 3/2, s. 240-252.
- Bromley, D. B. (2001). Relationships Between Personal and Corporate Reputation. *European Journal of Marketing* 3/4, s. 316-334.
- Brotzen, D. (1999). The role of reputation in crisis management. London: *Published for the Institute of Directors and AIG Europe (UK)*.

- Bulut, F. (2016). Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşlarının Uluslararasılaşma Süreçleri. *İlke Dergisi*, 1-15.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Büyüksenar, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. XIV. *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Bykova, D. (2018). *Qualitative Study of the Danish Humanitarian NGOs. Importance of Reputation for the Humanitarian NGOs*. Göteborgs Universitet Master’s Programme in International Administration and Global Governance.
- Caniklioğlu, M. D. (2007). *Sivil Toplum ve Türkiye Demokrasisindeki İzduşimleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Casalo, L. V., Flavian, C. and Guinaliu, M. (2007). The Influence of Satisfaction, Perceived Reputation and Trust on a Consumer’s Commitment to a Website. *Journal of Marketing Communications* (13), s. 1-17.
- Cengiz, M.F. ve Patan, İ. (2021). Haberde Gerçeklik: Sosyal Medyada Gerçeklik Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2).
- Chandran, K. (1999). *İslam, Demokrasi ve Sivil Toplum*. Ö. Demir içinde, *İslam, Sivil Toplum, Piyasa Ekonomisi* (s. 21-25). Ankara: Liberte Yayınları.
- Cihan, A. ve Doğan, İ. (2015, Ağustos 10). *Osmanlı Toplumsal Yapısı ve Sivil Toplum*. Erişim: 05 30, 2022. <https://www.altayli.net/osmanli-toplumsal-yapisi-ve-sivil-toplum.html>
- Cohen, L. and Manion, L. (1994). *Research Methods In Education* (Fourth Edition). Routledge.
- Colquitt, J. A., Scott, B. A. and LePine, J. A. (2007). Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), s. 909-927.
- Çabuk, D. (2015). *Sivil Toplum Kuruluşlarının İtibarı: Türkiye’ye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Çabuk, D. (2017). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının İtibarını Ölçmek. *Global Media Journal TR Edition* 8/15.
- Çabuk, D. (2022). *Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarında itibar*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Çaha, Ö. (2000). *Aşkın Devletten Sivil Topluma*. İstanbul: Gendaş Kültür.
- Çaha, Ö. (2001). *Türkiye de Sivil Toplumun Oluşumu ve Gelişimi*. Ankara: Friedrich Naumann Vakfı Yayınları.
- Çaha, Ö. (2003). *Aşkın Devletten Sivil Topluma*. İstanbul: Gendaş Yayınları.
- Çaha, Ö. (2008). *Sivil Toplum, Aydınlar ve Demokrasi*. İstanbul: Plato Film Yayınları .
- Çaha, Ö. (2012). *Aşkın Devletten Sivil Topluma*. Ankara: Orion Yayınevi.
- Çakmak, H. (2016). Üniversitede Gönüllü Olmak Üniversite Öğrencilerinin Gönüllülük Algıları, Eğitimleri ve Deneyimleri Araştırması: İstanbul Üniversitesi Örneği içinde Nitel Araştırma Bulguları. *Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu*.
- Çepel, Z. Ü. (2006). *Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Tam Üyelik Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çevre Kurulu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/cevre-kurulu>
- Çil, S. (2015). Sivil Toplum Kuruluşları Ekseninde Sosyal Medya ve Girişimcilik . *II. Uluslararası Girişimcilik Ve Kariyer Sempozyumu'nda Sunulan Bildiri*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *İleti-ş-im* 30, 56-78.
- Dartan, M. (2012). Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde Almanya'daki Türk Lobi Gücünün Rolü. *Marmara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 20(2), 141-164.
- Deephhouse, D. (2002). The Term `Reputation Management': Users, Uses and the Trademark Tradeoff. *Henry Stewart Publication*, 1(5).
- Demir, K. (2003). *İmaj Yönetimi*. Ankara: Sandal Yayınları .
- Demir, Ö. ve Acar, M. (2005). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ankara: Adres Yayınları.
- Demirel, N. (2009). *Kurumsal ve Tarihsel Aşamaları ile Sivil Toplum ve Türkiye*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı. İstanbul.
- Demirkaya, Y. (2018). *Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ve Kamu Yönetimi'nde Yeni Aktörler: Sivil Toplum Örgütleri*. Y. Demirkaya içinde, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi: Kamu Yönetiminde Değişim (s. 13-34). İstanbul: Hiperlink Eğitim İletişim Yayıncılık San. Paz. ve Tic. Ltd. Sti.
- Dentchev, N. A. and Heene, A. (2003, April). *Reputation management: Sending the right signal to the right stakeholder*. Ghent University, Faculty of economics and Business Administration, Department of Management and Organization, Working paper.
- Derneğin Amacı. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/dernegin-amaci>
- Diamond, L. (1994). Rethinking Civil Society: Toward Democratic Consolidation. *Journal of Democracy*, 5(3), 4-18.
- Dilaveroğlu, E. (2012, Temmuz). *Sivil Toplum Kavramı Çerçevesinde 28 Şubat Süreci ve TUSİAD'ın Sürece Bakışı*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, İ. (2002). *Özgürlükçü ve Totaliter Geleneğinde Sivil Toplum*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Balaban Salı, J. ve Akbulut, Y. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi Yayınları*.
- Donaldson, T. and Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review* 20/1, s. 65-91.
- Dong, C. and Rim, H. (2018). Exploring Nonprofit-Business Partnerships on Twitter From a Network Perspective. *Public Relations Review*, 1(45), s. 104-118.
- Dökmen, Ü. (2002). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dörtok, A. (2004). *Kurumsal İtibarınızdan Kaç Sıfır Atabilirsiniz?* İstanbul: Rota Yayınları.
- Duman, F. (drl.). (2003). *Sivil Toplum*. Ankara: Lotus Yayınevi.
- Duman, F. (drl.). (2007). Sivil Toplum. içinde, *Siyaset* (s. 363-364). Ankara: Lotus Yayınevi.
- Eğitim Kurulu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/egitim-kurulu>
- EK:1. (07.01.2022).

EK:2. (08.01.2022).

En güvenilir kişi Haluk Levent çıktı. *Sözcü*. Erişim: 1 Nisan 2020. https://www.sozcu.com.tr/hayatim/yasam-haberleri/en-guvenilir-kisi-haluk-leventcikti/?utm_source=dahafazla_haber&utm_medium=free&utm_campaign=dahafazlahaber

Eraslan, L. (2011). *Sivil Toplum ve Eğitim*. Ankara: Maya Akademi.

Erdoğmuş, N. (2020). Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü ve Profesyonel Çalışma. *İlke Yayınları* 55.

Ergüden, I. (2001). *Sivil Toplum Örgütleri/Neoliberalizmin Araçları mı, Halka Dayalı Alternatifler mi?* İstanbul: WALD Demokrasi Kitaplığı.

Ergün, C. (2021). *Kütüphanelerde İtibar Yönetimi: Paydaş Temelli Bir Model Önerisi*. Doktora Tezi. İstanbul: T.C. Maltepe Üniversitesi.

Esener, Ç. (2015). An Empirical Overview on the Urbanization and Government Expenditure Policies in Developing Countries. 30. *Türkiye Maliye Sempozyumu Bildiri Kitabı*, (s. 62-72). Antalya.

Eyüpoğlu, İ. Z. (1988). *Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğü*. İstanbul: Sosyal Yayınlar.

Fark Yaratınlar Ödüllerini Aldı. *Hürriyet*. Erişim: 22 Şubat 2020. <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/fark-yaratınlar-odullerini-aldi-41125238>

Fazlıoğlu, A. (2013). Kaybolmamış Duyarlılıkların Ortaya Çıkarılmasında Gönüllülük Anlayışının Önemi. Türkiye'de Gönüllülük Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi B. T. Erdem, (Çev.). Ankara: Tasarımhane Tanıtım.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard: Business School Press, Boston.

Fombrun, C. and Shanley, M. (1990). What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal* 33/2. s.233-258.

Fombrun, C. and Van Riel, C. (1997). The Reputational Landscape. *Corporate Reputation Review*, 1(1), 1-16.

Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University.

Freeman, R. and Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review* 25/3, s. 88-106.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.

Gaines-Ross, L. (2008). *Corporate Reputation: 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*. New Jersey.

Gao, F. (2016). Social Media as a Communication Strategy, Content Analysis of Top Nonprofit Foundations' Micro-Blogs in China. *International Journal of Strategic Communication*, 4(10), s. 255-271.

Genel Koordinatörlük *Ahbab*. Erişim: 20 Nisan 2021 WİKİ:[https://wiki.ahbab.org/index.php/Genel_Koordinat%C3%B6rl%C3%BCk_\(GK\)](https://wiki.ahbab.org/index.php/Genel_Koordinat%C3%B6rl%C3%BCk_(GK))

GGC'den Ahbab'a Jüri Özel Ödülü. *Ahbab*. (2018, Kasım 25). <https://ahbab.org/haber/ggcden-ahbapa-juri-ozel-odulu>

Giddens, A. (2004). Modernliğin Sonuçları. E. Kuşdili (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Gonzalez, H. A. and Smith, S. (2008). Crisis Communications Management on the Web: How Internet-Based Technologies are Changing the Way Public Relations Professionals Handle Business Crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 16(3), s. 143-153.
- Gönel, A. (1998). *Önde Gelen STK'lar: Araştırma Raporu*. İstanbul : Tarih Vakfı Yayını .
- Gönenç, A. A. (2001). *Sivil Toplum: Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi*. Ankara: Altıkitap.
- Göze, A. (2005). *Siyasi Düşünceler ve Yönetimler*. İstanbul: Beta yayıncılık.
- Gramsci, A. (1986). *Hapishane Defterleri*. K. Somer (Çev.). Onur Yayınları.
- Green, P. S. (1996). *Reputation Risk Management, Şirket Ününü Korumanın Yolları*. A. Ersoy, (Çev.). İstanbul: Miiliyet Yayınları.
- Greenberg, J. and Macaulay, M. (2009). NPO 2.0? Exploring the Web Presence of Environmental Non-profit Organizations in Canada. *Global Media Journal*, 2(1), s. 63-88.
- Güder, N. (2004). *Sivil Toplumcunun El Kitabı*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Programı. Erişim: 2 Kasım 2021. <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-08/sivil-toplumcunun-el-kitabi-2.pdf>
- Güder, N. (2006). *STK'lar İçin Gönüllülük ve Gönüllü Yönetimi Rehberi*. Sivil Toplum Geliştirme Merkezi. Ankara. Erişim: 5 Kasım 2021 https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-08/stoler-icin-gonulluluk-ve-gonullu-yonetimi-rehberi_1.pdf
- Güder, N. ve ÖSG Derneği. (2006). STK'lar için Gönüllülük ve Gönüllü Yönetimi Rehberi. *Sivil Toplum Geliştirme Merkezi*.
- Gümüş, A. T. (2014). Demokraside Sivil Toplum ve Devlet-Sivil Toplum ilişkisinde Karşılaşılabilecek Sorunlar. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 18(2-3), 529-572.
- Güngör, F. ve Çölgeçen, Y. (2014). STK'larda Gönüllü Yönetimi ve Motivasyonun Performansa Etkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), s. 163-187.
- Habermas, J. (2015). *Kamusalığın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hannington, T. (2004). *How to Measure and Manage Your Corporate Reputation*. Gower Publishing: Aldershot.
- Hegel, G. W. (1952). *Hegel's Philosophy of Right*. New York: Oxford University Press. Erişim: 19 Mayıs 2022. e-book: <https://www.marxists.org>
- Hegel, G. W. (2004). *Hukuk Felsefesinin Prensipleri*. C. Karakaya (Çev.). İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Helm, S. (2005). Designing a Formative Measure for Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review* 8/2. 95-109.
- Hobbes, T. (1995). *Leviathan*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları/Kazım Taşkent Klasik Yapıtlar Dizisi.
- Hobbes, T. (2017). *Leviathan veya Bir Din ve Dünya Devletinin İçeriği, Biçimi ve Kudreti* (15. Baskı). S. Lim (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hosmer, L. T. (1995). Trust: The Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *Academy of Management Review*, 2(20).

- Hustinx, L., Cnaan, R. and Handy, F. (2010). Navigating Theories of Volunteering: A Hybrid Map for a Complex Phenomenon. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 40(4), s. 410-434.
- İçduygu, A., Sert, D. ve Meydanoğlu, Z. (2011). Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası. *Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Türkiye Ülke Raporu II*, 1-191.
- Ihm, J. (2015). Network Easures to Evaluate Stakeholder Engagement With Nonprofit Organizations on Social Networking Sites. *Public Relations Review*, 4(41), s. 501-503.
- İleri, İ. M. (2022). *İtibar ve Ticari İtibar Nedir?* Erişim: 15 Aralık 2022 <https://www.ckay.com.tr/ticari- itibar-kaybi/>
- İnceoğlu, M. (2004). *Tutum Algı İletişim*. Ankara: Elips Kitap.
- Ind, N. (1992). *The Corporate Image: Strategies of Effective Identity Programmes*. London: Kogan Page.
- İnsanlık Kurulu. (2021). *Ahbab Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbab.org/insanlik-kurulu>
- İstatistikler. (2022). *Dernek Sayıları*. Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü. Erişim: 9 Haziran 2022 <https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-sayilari>
- İşlek, M., Büyük, K., Çakmak, M. ve Tiltay, M. (2016). Yöneticilerin ve Çalışanların Bakış Açısıyla Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllülerin Motivasyonları. *CU İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1).
- Jones, G. R. and George, J. M. (1998). The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork. *Academy Of Management Review*, 23(3), 531-546.
- Kabasakal, M. (2008). *Sivil Toplum ve Demokrasi*. Denetçi Yeterlilik Tezi. Ankara .
- Kaboğlu, İ. Ö. (2006). *Anayasa Hukuku Dersleri (Genel Esaslar)* (3. Baskı). İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Kaldor, M. (2003). The Idea of Global Civil Society. *International Affairs*, 79-3, s. 583-593.
- Kahan, D.M., Jenkins Smith, H. and Braman, D. (2011). Cultural cognition of scientific consensus. *Journal of Risk Research*, 14, 147-174.
- Kamiloğlu, K. (2020). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Yasama Sürecine Katılımı*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Hoizons*, 53(1), s. 59-68.
- Karadağ, E. Y. (2017). *Sosyal Hizmet Disiplini ve Sivil Toplum İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C Üsküdar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sosyal Hizmet Anabilim Dalı.
- Karaköse, T. (2007, Ocak). Örgütlerde itibar Yönetimi. *Akademik Bakış* (11).
- Karaköse, T. (2012). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi* (2. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karakul, S. (2006). *Uluslararası Alanda Faaliyet Gösteren Sivil toplum örgütlerinin İnsan Haklarının korunması Yönündeki İşlevleri*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kaypak, Ş. (2013). Devletten Yerel Yönetime Değişim Sürecinde Sivil Toplumun Yeni Yüzü. *BEU SBE Dergisi*, 1(1), 34-57.
- Keane, J. (drl.). (1994). *Demokrasi ve Toplum*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Keane, J. (2003). *Global Civil Society?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Kellow, A. and Murphy-Gregory, H. (2018). *NGOs and global politics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Keyman, F. (2004). Sivil toplum, sivil toplum kuruluşları ve Türkiye. A. Karamani (drl.). *Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları*.
- Keyman, F. (2006). Türkiye'de Sivil Toplum Serüveni: İmkansızlıklar İçinde Bir Vaha. Ankara: *Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayınları*.
- Kılınç, İ. (2018). Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: Türkiye'deki Çevreci Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(47).
- Kinney, T. and Taylor, J. (1996). *Marketing Research An Applied Approach*. (M. Hill., Dü.) International Edition.
- Kirman, M. A. (2000). *Türkiye'de Bir Yeni Dini Cemaat Örneği Olarak Süleymanlılık*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kırmızı, İ. (2014). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Hizmetkar Liderliğin Rolü: Kütahya İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Kitapçıoğlu, T. (2013). Baskı Grupları ve Demokrasi. *TBB Dergisi*, s. 357-392.
- Koç, K. (2005). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Siyasal İktidarın Karar Verme Sürecine Etkileri*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuçuradi, I. (1998). Üç Sempozyum Sivil Toplum Kuruluşları, İkinci Oturum. *İstanbul: Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları*.
- Kurtuluş, K. (2004). *Pazarlama Araştırmaları* (7. Baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Kutlu, Ö. ve Usta, S. (2005). AB Yolundaki Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşlarının Devlete Güven Tesisindeki Rolü. II. *Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi* (s. 197-208). Eşitlik Bildiriler Kitabı.
- Levent, H. (2021). Twitter. Erişim: 12 Aralık 2021. <https://twitter.com/haluklevent>
- Levy, S. J. (1999). *Brands, Consumers, Symbols and Research*. London: Sage.
- Lewellyn, P. G. (2002). Corporate reputation: Focusing the Zeitgeist. *Business & Society* 41/4, s. 446-456.
- Locke, J. (2002). *Sivil Toplumda Devlet (Uygar Yönetim Üzerine İkinci İnceleme)*. Ankara : Metropol Yayınları.
- Luoma-aho, V. (2007). Neutral reputation and public sector organizations. *Corporate Reputation Review* 10/2, 124-143.
- Mahcupyan, E. (1997). *İdeolojiler ve Modernite Bir Demokrat Manifesto'ya Doğru* (2. Basım). İstanbul: Yol Yayınları.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research an Applied Orientation*. N. J. Pearson Prentice Hall (drl.).
- Markal, B. (2014). *Sivil Toplum Kuruluşları ve Büyükşehir Belediyelerinin Ortak Çalışmaları*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Çankaya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı.
- Marres, N. (2006). Net-Work Is Format Work: Issue Networks and the Sites of Civil Society Politics. J. Dean, J. Anderson, and G. Lovink. (drl.). *Reformatting Politics: Information Technology and Global Civil Society*.

- Marx, K. (2001). *Ücretli Emek ve Sermaye*. S. Ege (Çev.). Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- Marx, K. and Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*. O. Geridönmez, ve T. Ok (Çev.). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- MediaCat. (2021). *Türkiye'nin En Güvenilir Ünlüleri*. Erişim: 2 Aralık 2021 <https://mediacat.com/turkiyenin-en-guvenilir-unluleri-2021/>
- Medya Kurulu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/medya-kurulu>
- Melucci, A. (1988). *Social Movements and the Democratization of Everyday Life, Civil Society and the State*.
- Meral, P. S. (2011). *Yeni Başlayanlar İçin Kurumsal Kimlik Ve Marka*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- MetroPOLL Araştırma. *Twitter* Erişim: 27 Mayıs 2020 <https://twitter.com/metropoll/status/1265556839858610179>
- Miles, S. (2012). Stakeholder: Essentially Contested or Just Confused? *Journal of Business Ethics*, s. 285–298.
- Millewicz, J. and Herbig, P. (1994). Evaluating the Brand Extension Decision Using a Model of Reputation Building. *The Journal of Product and Brand Management* 3/1, s. 39-47.
- Mishra, A. K. (1996). *Organizational responses to crisis: The centrality of trust*. In R. M. Kramer and T. R. Tyler (Eds.). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* (pp. 261-287). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Mishra, J. and Morissey, M. A. (1990). Trust in Employee/Employer Relationships: A Survey of West Michigan Managers. *Public Personnel Management*, 19(4), s. 443-486.
- Misztal, B. A. (1996). *Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order*. Polity Press.
- Monk, L. H. (2004). *Modern Siyasal Düşünce Tarihi Hobbes'tan Marx'a Büyük Siyasal Düşünürler*. İstanbul: Say Yayınları.
- Murugesan, S. (2007). *Understanding Web 2.0*. Erişim: Kasım 2022 <https://ieeexplore.ieee.org/document/4287373>
- Musick, M. (2008). *Volunteers: A Social Profile*. Erişim: 1 Ekim 2022 https://www.researchgate.net/publication/286041492_Volunteers_A_social_profile
- Newbold, P. (2005). *İşletme ve İktisat için İstatistik* (4. Baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Okutan, M. Ç. (2006). Bilgi Toplumunda Sivil Toplum ve Demokras. N. Karcı içinde, *Bilgi Toplumu* (s. 71-88). Ankara: Ekin Kitabevi.
- Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (31), s. 103-122.
- Onbaşı, F. (2005). *Sivil Toplum*. Leyla ile Mecnun Yayıncılık: İstanbul.
- Oskay, Ü. (1997). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınları.
- Önder, M., Akın, A. ve Ayhan, E. (2019). Türkiye Gençlik STK'ları Profili. *Gençlik ve Spor Bakanlığı*.
- Özbudun, E. (2003). *Çağdaş Türk Politikası: Demokratik Pekişmenin Önündeki Engeller*. İstanbul: Doğan Kitapçılık.
- Özcan, E. (2011). *Sivil Toplum Kavramının Tarihsel Gelişimi Ve Sivil Toplum- Devlet İlişki*. Erişim: 15 Mayıs 2022. https://www.sosyalhizmetuzmani.org/stk_devlet.htm

- Özçağdaş, S. (2013). Gönüllülük ve Sosyal İnovasyonla Fark Yaratmak. Türkiye'de Gönüllülük ve Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi B. T. Erdem (Çev.). içinde *Tasarımhane Tanıtım*.
- Özdemir, S. (2004). Kâr Gütmeyen Kuruluşlar (KGK) ve Sosyal Refah'ın Sağlanmasındaki Artan Rolü. *İ.Ü. İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları, Sayı:48*, (s. 129-161).
- Özdemir, B. ve Aktaş Yamanoglu, M. (2010). Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), s. 3-36.
- Özer, M. H. (2008). Günümüz İtibari ile Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi ve Sosyal Fonksiyonları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Özer, M. H. (2008). Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi ve Sosyal. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), s. 86-97.
- Özet, İ. (2007). *Bir Eğitim STK"sı Modeli Olarak Türkiye Eğitim Gönülleri Vakfı*. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Öztimur, G. (2008). *Devlet, Özel Sektör, Sivil Toplum Kuruluşları İlişkisi: Bazı Uygulama Örnekleri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Öztürk, M. C. ve Şardağı, E. (2018). Kurumsal Kimlik Aracı Olarak Facebook: Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Bir Değerlendirme. *İleti-ş-im* 28.
- Palabıyık, H. (2011). Gönüllülük ve Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım Üzerine Açıklamalar. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9/1. s. 85-114.
- Pamuk, Ş. (2012). *Türkiye'nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Parker, S. R. (1997). Volunteering-Alturism, Markets Causes and Leisure. *World Leisure & Recreation*, 39(3), s. 4-5.
- Parla, T. (2020). *Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye'de Korporatizm*. İstanbul: Metis.
- Pearce, J. L. (1993). Volunteers: The Organizational Behavior of Unpaid Workers. *Routledge Publications*.
- Philips, M. (1982). Motivation and Expectation in Succesful Volunteerism. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, s. 118-125.
- Phillips, D. and Young, P. (2009). *Online Public Relations*. London: Kogan Page Limited.
- Pirson, M. and Malhotra, D. (2011). Foundations of Organizational Trust: What Matters to Different Stakeholders? *Organization Science* (22), s. 1087-1104.
- Rado, Ş. (1970). *Hayat Büyük Türk Sözlüğü*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Rehberg, W. (2005). Altruistic Individualists: Motivations for International Volunteering Among Young Adults in Switzerland. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16(2), s. 109-122.
- Rossiter, N. (2006). Organized Networks and Nonrepresentative Democracy. J. Dean, J. Anderson, and G. Lovink (drl.). *Reformatting Politics: Information Technology and Global Civil Society*.
- Rousseau, D. M. (1998). Not so Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, 3(23).
- Rousseau, J. J. (2019). *Toplum Sözleşmesi*. V. Günyol (Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Sabuncuoğlu, Z. (2010). *İşletmelerde Halkla İlişkiler* (10. Baskı). Bursa: Alfa Aktuel.
- Sanat Kurulu. (2021). *Ahbab Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbab.org/sanat-kurulu>
- Sarpaşan, C. (2008). *Devletin Sivil Topluma Yaklaşımı Çerçevesinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi*. Ankara: T.C İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı, Yayınlanmamış Denetçi Yeterlilik Tezi.
- Savran, G. A. (2013). *Sivil Toplum ve Ötesi*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Sayın, Z., Erdoğan, N., Bircan, H. ve Aydemir, Ö. F. (2018). Genç Gönüllülerin Çalıştıkları STK'larda Devamlılığını Etkileyen Motivasyon Unsurları: Nitel Bir Araştırma. 6. *Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde. Isparta.
- Schoorman, F., Mayer, R. C. and Davis, J. H. (2007). An integrative Model of Organizational trust: Past Present and Future. *Academy of Management Review*, 32(2), s. 344–354.
- Schultz, M., Hatch, M., and Larsen, M. (2000). *The Expressive Organization: Linking, Identity, Reputation and The Corporate Brand*. New York: Oxford University Press.
- Seligman, A. B. (1992). *The Idea of Civil Society*. Toronto: The Free Press.
- Seyfi, M. (2016). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Storytelling*. İstanbul: Pales Yayınları.
- Sherman, M. L. (1999). *Reputation: Rhetoric Versus Reality*. Londra: Published for the Institute of Directors and AIG Europe (UK).
- Spencer, T. (2019). "The potential of the internet for non-profit organizations" Erişim: 25 Haziran 2020 <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/976/897>
- Stinner, A. (2019). "Nonprofit 2.0: Blogs, online videos and Facebook to promote your mission" Erişim: 14 Haziran 2020 <http://www.scribd.com/doc/7795111/Nonprofit-20-Blogs-online-videos-and-Facebook-to-promote-your-mission>
- Sunar, İ. (1999). *Düşünce ve Toplum*. Ankara: Doruk Yayınları.
- Sykes, S. (2002). Talent, Diversity and Growing Expectations. *Journal of Communication Management*, 7(1).
- Şahin, L. ve Öztürk, M. (2008). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'deki Durumu. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*(54), s. 3-29.
- Şahin, M. (2007). *Kamu ekonomisi ve sivil toplum kuruluşları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Şahin, Z. (2013). *21. Yüzyılda Globalleşmeyle Değişen Sivil Toplum Düşüncesi: Sivil Toplumdan Global Sivil Topluma*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şenatalar, B. (2001). STK-Devlet İlişkilerine Kurumsal Bakış, Avrupa Birliği Devlet ve STK'lar. *İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını*.
- Şenkal, A. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Sosyal Politika*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Şişman, M. (2002). *Örgütler ve Kültürler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Tamer, M. G. (2010). Tarihsel Süreçte Sivil Toplum. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27(1), 89-105.
- Tannenbaum, D. and Schultz, D. (2007). *Siyasi Düşünce Tarihi Filozoflar ve Fikirleri*. F. Demirci (drl.). İstanbul: Adres Yayınları.
- TDK. *Türk Dil Kurumu Sözcükleri*. Ocak 5, 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/>
- Techreport. (2018). *2018 Global NGO Technology Report*. https://assets-global.website-files.com/5da60733afec9db1fb998273/5de6d45aee027c401be467e4_2018TechReport-English.pdf

- Thomas, N. W. (2015). The Incremental Validity of Organizational Commitment, Organizational Trust, and Organizational Identification. *Journal of Vocational Behavior*, s. 154–163.
- Timur, T. (2010). *Osmanlı Toplumsal Düzeni*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Tocqueville, A. (1994). *Amerika'da Demokrasi*. Yetkin Yayınları.
- Tosun, G. E. (2001). *Demokratikleşme Perspektifinden: Devlet-Sivil Toplum..* Ankara: Alfa Yayınları.
- Tumay, M. ve Okatan, F. (2015). Alexix De Tocqueville'e Göre Sivil Toplum. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19(3), 321-339.
- Tuna, A. A. (2007). *Kurumsal Kimlik Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tuncel, G. (2011). *Sivil Toplum ve Devlet*. İstanbul: Bilsam Yayınları.
- Tunç, H. ve Aktaş, H. (1998). Batı'da ve Türkiye'de Sivil Toplum. *Liberal Düşünce Dergisi* (9).
- Türkel, S. (2018). Sivil Toplum Kuruluşu İtibarının İnsanbiçimcilik Yaklaşımı ile Ölçümü: Bir Anlamsal Ağ Analizi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* (31), s. 77-102.
- Türkiye'nin en güvenilir ünlüleri araştırmasında zirvedeki isim belli oldu. *Cumhuriyet*. Erişim: 08 Aralık 2020. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiyenin-en-guvenilir-unluleri-arastirmasinda-zirvedeki-isim-belli-oldu-1797119>
- Türkmen, İ. (1999). Motivasyonda Önemli Bir Yanılıgımız. (s. 169-176). *İstanbul: 8. Ulusal Kalite Hareketi Kongresi*.
- TÜSEV. (2013). *STK'larda Gönüllülük ve Gönüllülük Politikaları Vaka Analizi*. Erişim: 3 Ekim2022.<https://www.tusev.org.tr/usrfiles/images/STKlardaGonullulukVakaAnaliziTR.06.11.13.pdf>
- Ulaş, V. (2013). Türkiye'de Sivil Toplum ve Demokrasi İlişkisi. *C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 399-418.
- Uluç, A. V. (2012). *Birey ve Sivil Toplum İlişkisi Çerçevesinde Türkiye'de Demokrasi Sorunu*. Mukaddime (6).
- Uzun, T. (2009). Kamu Tercihi Kuramı ve Anayasal İktisat Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 223-247.
- Vanhala, M. and Ritala, P. (2016). HRM practices, impersonal trust and organizational innovativeness. *Journal of Managerial Psychology*, 31(1), 95-109.
- Van Riel, C. (1995). *Principles of Corporate Communication*. London: Prentice Hall.
- Van Riel, C. and Balmer, J. (1997). *Corporate identity: the concept, its measurement and management*. *European Journal of Marketing* (31).
- Vergin, N. (2000). *Din, Toplum ve Siyasal Sistem*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 357-387.
- Whetten, D. and Mackey, A. (2002). A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation. *Business ve Society* 41/4, 393-414.
- Willetts, P. (2002). *UNESCO Encyclopaedia of Life Support Systems Section 1. Article 1.44.3.7*. London. Erişim: 21 Kasım 2021 <http://www.staff.city.ac.uk/p.willetts/CS-NTWKS/NGO-ART.HTM>

- YADA. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Algı ve Yaklaşımlar . *Türkiye'de Sivil Toplumun Gelişimi ve Sivil Toplum Kamu İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi*. Yaşama Dair Vakıf.
- YADA. (2015). *Türkiye’de Sivil Toplumun Gelişimi ve Sivil Toplum Kamu İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi*. Verilerle Sivil Toplum Kuruluşları
- YADA. (2020). Sivil Toplum Kuruluşları İçin İtibar Yönetimi. *Türkiye'de Sivil Toplumun Gelişimi ve Sivil Toplum Kamu İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi*. Ankara: Yaşama Dair Vakıf.
- Yaprak, Ş. ve Bacak, B. (2005). Kadınların Çalışma Yaşamına Katılımının Arttırılmasında Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. *II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı: Küresel Eşitlik*.
- Yardımlaşma Kurulu. (2021). *Ahbap Platformu*. Erişim: 20 Nisan 2021 <https://ahbap.org/yardimlasma-kurulu>
- Yavuz, O. A. (2022). *Ulusal ve Uluslararası Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarının Diyalojsal Halkla İlişkiler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme*, Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. İzmir .
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yetiş, M. (2005). Tocqueville, Demokratik Devrim ve Sivil Toplum. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi Tartışma Metinleri*. Ankara Üniversitesi.
- Yeung, A. B. (2004). The Octagon Model of Volunteer Motivation: Results of a Phenomenological Analysis. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, s. 21-46.
- Yıldırım, İ. (2004). *Demokrasi Sivil Toplum ve Yönetişim*. Ankara : Seçkin Yayınevi.
- Yıldırım, M. (2006). *Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık (1980 Sonrası Türkiye Örneği)*. Doktora Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, Y. (2012). *Şerif Mardin'in Işığında Türkiye’de Sivil Toplum ve Modernleşme*. İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- Yıldız, Ö. (2004). ‘Sivil Toplum, Demokrasi ve Çoğulculuk. *Sivil Toplum*. (s. 85-92).
- Yıldız, Ö. (2007). Sivil Toplum Örgütleri, Özerklik: Kavramsal Bir Açılım. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1).
- Yılmaz, A. (2002). *Kapitalist Devleti Anlamak*. İstanbul: Aykırı Yayıncılık.
- Yılmaz, S. (2009). Kurumsal İtibar, Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik. S. Besler (drl.). Eskişehir.
- Young, I. M. (1999). State, Civil Society and Social Justice. I. Shapiro, and C. Hacker Cordon (drl.). *Democracy's Value* (s. 141-162). Cambridge University Press.
- Young, J. A. (2017). Facebook, Twitter, and Blogs, The Adoption and Utilization of Social Media in Nonprofit Human Service Organizations. *Human Service Organizations, Management, Leadership ve Governance*, 1(41), s. 44-57.
- Yüksel, E. ve Sezgin, F. (2012). *Türkiye’nin Önde Gelen Sivil Toplum Kuruluşlarının Sivil Toplum Algısı Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*. Orlando: The Dryden Press.

- Waters, R., Burnett, E., Lamm, A. and Lucas, J. (2009). Engaging Stakeholders Through Social Networking, How Nonprofit Organizations are Using Facebook. *Public Relations Review*, 2(35).
- Welter, F. (2012). All You Need is Trust? A Critical Review of the Trust and Entrepreneurship literatur. *International Small Business Journal*, 30(3), s. 193-212.
- Wright, D. K. and Hinson, M. D. (2009). An Updated Look at the Impact of Social Media on Public Relations Practice. *Public Relations Journal*, 2(3), s. 1-27.



EKLER

EK-1 AHBAP PLATFORMUNA İLİŞKİN BİLGİLER

8.01.2022 17:08 Gmail - (konu yok)

M Gmail **Gül D.**

(konu yok)
2 ileti

Gül D. **7 Ocak 2022 16:54**
Alıcı: [Redacted]

Merhabalar..

Ahbap Platformu'nun kurulduğundan bu zamana kadar ki süreçte gerçekleştirmiş olduğu yardım ve faaliyetleri, kaç şehir ve üniversitede aktif olarak çalıştığını arşivinizden bana iletmenizi rica ediyorum. Daha önce de bahsettiğim gibi tez çalışmam için kullanacağım. Şimdiden teşekkürler :)

İyi çalışmalar

Ahbap Kurumsal **8 Ocak 2022 13:55**
Alıcı: "Gül D." [Redacted]

Gül Merhaba,

Umarım çalışmana katkı sunabilmişizdir. İstatistiklerimizi aşağıda paylaşıyorum.

Ahbap Neler Yaptı?

- Kuruluşumuzdan bu yana 745 öğrenciye burs verdik.
- 5.644 ailenin Ahbap'ı olup, erzak, kıyafet, ev eşyası gibi ihtiyaçlarını giderdik.
- Alınmadığı takdirde sağlıkları büyük tehlikeye girecek 289 hastanın medikal cihaz ve araçlarını sağladık.
- Özel günlerde 2.853 etkinlik düzenleyerek hastaları, yaşlı ve çocukları ziyarete gittik. Onlara hediyeler ve moral verdik.
- Kızılay'ın da desteğiyle 404 kez kan ve ilik nakli kampanyasında, yüzlerce kişinin kan bağışında bulunmasına vesile olduk.
- Yurdun dört bir yöresinden gelen Ahbaplar Ayvalık'ta, Tire ormanında ve diğer alanlarda binlerce fidan dikip, yetiştirmelerini takibe aldık.
- Eğitime de yönelerek. 746 etkinlikte kitap bağışı, kırtasiye yardımı, okul tadilatı, boya vs gibi yararlı işlere imza attık.
- Hayvanları da unutmayıp sokaklarda insan vicdanına muhtaç durumda, binbir sıkıntıyla yaşamak zorunda olan hayvanları iyileştirip kalıcı çözümler üretebilmek amacıyla, onları "Sokak Ahbapları" ilan ettik. İhtiyaçlarını gidermek için binlercesini kapsayan 1.181 kez toplu çalışma yürüttük. Birçok yaralı hayvanın tedavisini üstlendik.
- 68 şehrin 54'ünde faaliyet gösteriyoruz. Bunun yanında Adana, Adıyaman, Ağrı, Amasya, Tarsus, Düzce, Rize, Şırnak, Çorum, Yalova, Erzincan, Kırba ve Muş olmak üzere toplam 14 şehrin asistesinde destek veriyoruz. Şehirlerimizin yanında, Almanya'nın asistesinde de destek oluyoruz.
- Aktif üniversite temsilcilik sayısı: 51
- Toplam kulüp sayısı: 27
- Toplamda 78 üniversitede aktif olarak faaliyet gösteriyoruz. Bunun yanında 37 üniversitenin asistesinde destek veriyoruz.

<https://mail.google.com/mail/u/1/?ik=5a5fd9910a&view=pt&search=all&permthid=thread-a%3Ar4534746271388291819&simpl=msg-a%3Ar-2045...> 1/2

8.01.2022 17:08

Gmail - (konu yok)

- Toplamda 100 bin aşkın gönüllü kaydımız bulunmakta. Aktif olarak görev alan 15.102 şehir ve 5.291 üniversite gönüllümüz bulunmaktadır.

Kolaylıklar,

Veli Sevinç

Gül D. [Redacted], 7 Oca 2022 Cum, 17:54 tarihinde şunu yazdı:
[Alıntılanan metin gizlendi]

<https://mail.google.com/mail/u/1/?ik=5a5fd9910a&view=pt&search=all&permthid=thread-a%3Ar4534746271388291819&simpl=msg-a%3Ar-2045...> 2/2

EK-2 AHBAP PLATFORMUNA İLİŞKİN BİLGİLER

8.01.2022 17:50 Gmail - Rica

M Gmail **Gül D.**

Rica
2 ileti

Gül D. 8 Ocak 2022 16:16
Alıcı: [Redacted]

Merhabalar,

Ahbap Platformu'nun almış olduğu ödülleri medya ekibi arşivinden rica edebilir miyim ?
Birde tezimde kaynak olarak gösterebilmek açısından Haluk Levent'in tüm şehir başkanlarının 'kadın' olmasına ilişkin karara dahil de elinizde yazılı bir belge varsa eğer onu da iletirseniz çok memnun kalırım. Destekleriniz için tekrar çok teşekkür ediyorum.

İyi çalışmalar dilerim :)

Ahbap Kurumsal 8 Ocak 2022 16:39
Alıcı: "Gül D." [Redacted]

Tekrar merhaba Gül,

Resmî bir yazımız yok ancak genel Başkanımız Haluk Levent'in kadın cinayetlerine karşı farkındalık göstermek üzere aldığı bu karara yönelik tweet mevcut. O günden beri bu kararı uyguluyoruz. Ödül ve paylaşım linkini aşağıda iletıyorum.

<https://twitter.com/haluklevent/status/972419554201751552?s=21>

Yıldız Teknik Üniversitesi İşletme Kulübü - 2019 yılında en beğenilen sivil toplum örgütü

Engelsiz Yaşam Vakfı - 2019 Vakıf Özel Ödülü

Gelin Damat Dergisi Ödülleri - Yılın Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği 2021

Türkiye İç Denetim Enstitüsü - İç Denetim Farkındalık Ödülü 2020

Trust İstanbul 2020 - Türkiye'nin En Güvenilir Yardım Kuruluşu Üçüncülük Ödülü

Trust İstanbul 2020 - Türkiye'nin En Güvenilir Yardım Kuruluşu Üçüncülük Ödülü

2018-2019 Altın Taç Ödülleri - En Başarılı Sivil Toplum Örgütü

Gül D. [Redacted] şunları yazdı (8 Oca 2022 17:16):

[Alıntılanan metin gizlendi]

<https://mail.google.com/mail/u/1/?ik=5a5fd9910a&view=pt&search=all&permthid=thread-a%3Ar-1809803704402962105&simpl=msg-a%3Ar-1808...> 1/1

EK-3 TÜRKİYE’DE FAALİYET GÖSTEREN SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ İTİBARINI ÖLÇMEK

..... toplumla etkili iletişim kurar.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....medyada olumlu haberlerle yer alır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....’nın internet sitesi doyurucudur; istediğim bilgilere ulaşırım.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

..... sosyal medyayı (facebook, twitter, instagram, linkedin gibi) etkin kullanır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....’nın düzenlediği kampanyalar medyada yer alır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....’nın iletişim çalışmaları zayıftır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....’nın faaliyet gösterdiği alan Türkiye için değerli/önemli bir meseledir.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

..... faaliyet gösterdiği alanda en iyi STK’dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....’nın faaliyet gösterdiği alanda daha iyi çalışan başka bir STK vardır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

..... başarılı bir şekilde yönetilmektedir.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....'nın dinamik bir yönetim yapısı vardır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., çoğunlukla bir partinin uzantısı gibi çalışıyor.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., toplumdaki bazı kişi ve grupları dışlıyor.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., bağışçılara özen gösterir

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., maddi kaynak yaratmada başarılıdır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., maddi açıdan istikrarlı bir STK'dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., taklitçi değil, yenilikçi bir STK'dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., 'nın kaynaklarını boşa harcadığını düşünüyorum.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

..... benim için bir hayal kırıklığıdır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., 'nın gelirlerini nereye harcadığına ilişkin şüphelerim var.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

..... yerine bu alanda faaliyet gösteren başka bir STK'ya bağış yapmayı tercih ederim.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., kimsenin ne düşündüğünü/istediğini önemsemeyen bencil bir STK'dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

.....'nın sakladığı gerçekler vardır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

., faaliyet gösterdiği alanda uzman olan kişilerle çalışır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., faaliyet gösterdiği alanda deneyimli bir STK'dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

....., faaliyet gösterdiği alanda uzmanlaşmış bir STK'dır.

Hiç Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kısmen Katılıyorum () Katılıyorum ()
Tamamen Katılıyorum ()

EK-4 SOSYAL MEDYA TEYİT/GÜVEN ÖLÇEĞİ

1.Basılı olarak dağıtılan gazetelerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

2.İnternet gazetelerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

3.Tanınmış gazetecilerin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

4.Kullanıcıların içerik oluşturduğu mecraların paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

5.Sosyal medya fenomenlerinin sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

6.Arkadaşlarımla/tanıdıklarımla sosyal medya paylaşımlarına güvenirim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

7.Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberin doğruluğu/güvenilirliği ile ilgili araştırma yaparım.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

8.Sosyal medya üzerinden ulaştığım haberi sosyal medyadaki farklı kaynaklardan teyit ederim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

9.Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi sosyal medya dışındaki internet kaynaklarından teyit ederim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

10.Sosyal medya üzerinden ulaştığım bir haberi internet dışındaki kaynaklardan teyit ederim.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Sıklıkla () Her zaman ()

EK-5 ETİK KURUL ONAY



ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURUL KARARLARI

KARAR TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI
09.07.2021	07	2021/607

KARAR NO: 2021-607 Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü öğrencisi Fatma Gül Delioğlu' nun Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT danışmanlığında "Katılımcı Kültür Bağlamında Sosyal Paylaşım Ağlarında Örgütlenme: Ahbap Platformu Örneği" isimli yüksek lisans tezine ilişkin ölçek ve mülakat çalışmalarının içeren 20569 sayılı dilekçesi okunarak görüşüldü.

Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü öğrencisi Fatma Gül Delioğlu' nun Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT danışmanlığında "Katılımcı Kültür Bağlamında Sosyal Paylaşım Ağlarında Örgütlenme: Ahbap Platformu Örneği" isimli yüksek lisans tezine ilişkin ölçek ve mülakat çalışmalarının kabulüne oy birliği ile karar verildi.

ÖZGEÇMİŞ

Fatma Gül DELİOĞLU, Tokat Anadolu Kız Teknik ve Meslek Lisesi’ni bitirdikten sonra Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Söğüt Meslek Yüksek Okulu, Basım ve Yayın Teknolojileri Programını 2013 yılında bitirmiştir. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümünden 09.06.2017 tarihinde mezun olmuştur. 2018 yılında OMÜ İletişim Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans programına girmiştir. Temel ilgi alanları, STK, Yeni Medya ve Siyasettir.

İletişim Bilgileri

ORCID ID

Yayınlar

Delioğlu, F.G. (2021) “*Reputation of the Ahbap Platform as a Non-Governmental Organization: The Case of Ahbap in Samsun*”, Ispec International Conference on Social Sciences & Humanities. (344-345), Bingöl, Aralık 2021