

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI**

**İNTERNET BAĞIMLILIĞI İLE MÜCADELEDE SİVİL TOPLUM
ÖRGÜTLERİNİN ROLÜ ÜZERİNE TEORİK VE UYGULAMALI
BİR ARAŞTIRMA**

Erdal BİLİCİ

DOKTORA TEZİ

Danışman: Prof. Dr. METİN IŞIK

HAZİRAN - 2024

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**İNTERNET BAĞIMLILIĞI İLE MÜCADELEDE SİVİL
TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN ROLÜ ÜZERİNE TEORİK VE
UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Erdal BİLİCİ

Enstitü Anabilim Dalı: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 25/06/2024 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Prof. Dr. Metin IŞIK	Başarılı
Doç. Dr. Simge ÜNLÜ	Başarılı
Doç. Dr. A. Bahadır DARI	Başarılı
Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI	Başarılı
Doç. Dr. Mustafa CINGI	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet

Hayır

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Erdal BİLİCİ

25/06/2024

ÖN SÖZ

İnternet bağımlılığı ile mücadelede sivil toplum örgütlerinin rolü üzerine teorik ve uygulamalı bir araştırma başlıklı bu çalışmada STK'ların internet bağımlılığıyla mücadeledeki uygulamaları, stratejik halkla ilişkiler bağlamında ele alınarak bir model önerisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu tez çalışması boyunca değerli bilgi ve deneyimlerini paylaşarak teşvik edici şekilde beni yönlendiren saygıdeğer hocam Prof. Dr. Metin Işık 'a teşekkürü bir borç bilirim. Akademik anlamda çok şey öğrendiğim ve beni sürekli destekleyen saygıdeğer hocam Doç. Dr. Simge Ünlü 'ye minnettar olduğumu da belirtmek isterim. Ayrıca bu süreçte her zaman yanımda olduğunu hissettiren değerli arkadaşım Feyza Karaboğa'ya teşekkür ederim.

Sevgi ve desteklerini benden esirgemeyen aileme ve eşime...

Erdal BİLİCİ

25/06/2024

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vi
ŞEKİL LİSTESİ	vii
GÖRSEL LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: İNTERNET BAĞIMLILIĞI OLGUSU, ETKİLERİ VE YAKLAŞIMLAR	6
1.1. İnternete Yönelik Tanımlar ve İnternet Bağımlılığı	6
1.1.1. İnternet Bağımlılığının Evreleri	10
1.1.2. İnternet Bağımlılığı Alt Grupları	14
1.2. İnternet Bağımlılığının Bireyler Üzerindeki Etkileri.....	17
1.3. İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımlar.....	19
1.3.1. Young'un İnternet Bağımlılığına Yönelik Dört Kategori Yaklaşımı	20
1.3.2. Grohol'ün İnternet Bağımlılığına Yönelik Sosyalleşme Yaklaşımı	21
1.3.3. Caplan'ın İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımı	22
1.3.4. Suler İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımı.....	22
2. BÖLÜM: SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDA HALKLA İLİŞKİLER VE İNTERNET BAĞIMLILIĞIYLA MÜCADELEDE STK'LARIN ROLÜ	24
2.1. Modernlik ve Demokrasi Açısından Sivil Toplum Kavramı	24
2.2. Sivil Toplumda Örgütlenme Yapısı	28
2.3. Marx, Gramsci ve Hegel Perspektifinden Sivil Toplum.....	33
2.4. Türkiye'de Sivil Toplum ve Karşılaştığı Problemler	37
2.5. Sivil Toplum ve Halkla İlişkiler	43
2.5.1. STK'larda Halkla İlişkilerin Rolü ve İşlevi	46
2.5.2. Sivil Toplum Kuruluşlarının Kullandığı İletişim Stratejileri ve Halkla İlişkiler Karmasının Oluşumu	50
2.6. İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede STK'lar	53
3. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAĞIMLILIKLA MÜCADELESİ ÜZERİNE BİR MODEL ÖNERİSİ	57

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	57
3.2. Araştırmanın Yöntemi	58
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	59
3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılığı	61
3.5. STK'lar Hakkında Genel Bilgiler	61
3.5.1. IREX	61
3.5.2. The Association for Progressive Communications (APC).....	62
3.5.3. Open Rights Group (ORG)	63
3.5.4. Digital Empowerment Foundation (DEF).....	64
3.5.5. Yeşilay	65
3.6. Bulgular	66
3.6.1. Tema Analizleri.....	67
3.6.1.1. Halkla İlişkiler Modeli Tema Analizi.....	68
3.6.1.2. Halkla İlişkiler İşlevi tema Analizi.....	68
3.6.1.3. Halkla İlişkiler Türü Tema Analizi.....	69
3.6.1.4. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Tema Analizi.....	69
3.6.1.5. Halkla İlişkiler Karması Tema Analizi.....	70
3.6.2. Kod matrisi analizleri.....	71
3.6.2.1. İletişim Stratejisi Kod Matrisi	71
3.6.2.2. Halkla İlişkiler Modeli Kod Matrisi	71
3.6.2.3. Halkla İlişkiler İşlevi Kod Matrisi.....	72
3.6.2.4. Halkla İlişkiler Türü Kod Matrisi	72
3.6.2.5. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Kod Matrisi	73
3.6.2.6. Halkla İlişkiler Karması Kod Matrisi	74
3.6.3. Profil Karşılaştırma Analizleri	75
3.6.3.1. İletişim Stratejisi Profil Karşılaştırması.....	75
3.6.3.2. Halkla İlişkiler Modeli Profil Karşılaştırması	75
3.6.3.3. Halkla İlişkiler İşlevi Profil Karşılaştırması	76
3.6.3.4. Halkla İlişkiler Türü Profil Karşılaştırması	76
3.6.3.5. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Profil Karşılaştırması	77
3.6.3.6. Halkla İlişkiler Karması Profil Karşılaştırması	77
3.6.4. STK'ların Yıllara Göre Bağımlılıkla Mücadele Analizi.....	78

3.6.4.1. APC Faaliyet Raporu Analizi	78
3.6.4.2. APC 2019 Faaliyet Raporu Analizi	78
3.6.4.3. APC 2020 Faaliyet Raporu Analizi	80
3.6.4.4. APC 2021 Faaliyet Raporu Analizi	81
3.6.4.5. APC 2022 Faaliyet Raporu Analizi	82
3.6.4.6. APC 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri.....	84
3.6.4.7. ORG Faaliyet Raporu Analizi	86
3.6.4.8. ORG 2019 Faaliyet Raporu Analizi	87
3.6.4.9. ORG 2020 Faaliyet Raporu Analizi	89
3.6.4.10. ORG 2021 Faaliyet Raporu Analizi	91
3.6.4.11. ORG 2022 Faaliyet Raporu Analizi	92
3.6.4.12. ORG 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri.....	94
3.6.4.13. DEF Faaliyet Raporu Analizi	96
3.6.4.14. DEF 2019 Faaliyet Raporu Analizi	97
3.6.4.15. DEF 2020 Faaliyet Raporu Analizi	98
3.6.4.16. Def 2021 Faaliyet Raporu Analizi.....	99
3.6.4.17. DEF 2022 Faaliyet Raporu Analizi	101
3.6.4.18. DEF 2023 Faaliyet Raporu Analizi	102
3.6.4.19. DEF 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri.....	104
3.6.4.20. IREX Faaliyet Raporu Analizi.....	107
3.6.4.21. IREX 2019 Faaliyet Raporu Analizi	108
3.6.4.22. IREX 2020 Faaliyet Raporu Analizi	109
3.6.4.23. IREX 2021 Faaliyet Raporu Analizi	111
3.6.4.24. IREX 2022 Faaliyet Raporu Analizi	112
3.6.4.25. IREX 2023 Faaliyet Raporu Analizi	114
3.6.4.26. IREX 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri.....	115
3.6.4.27. Yeşilay Faaliyet Raporu Analizi.....	118
3.6.4.28. Yeşilay 2019 Faaliyet Raporu Analizi.....	118

3.6.4.29. Yeşilay 2020 Faaliyet Raporu Analizi.....	120
3.6.4.30. Yeşilay 2021 Faaliyet Raporu Analizi.....	121
3.6.4.31. Yeşilay 2022 Faaliyet Raporu Analizi.....	123
3.6.4.32. Yeşilay 2023 Faaliyet Raporu Analizi.....	124
3.6.4.33. Yeşilay 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri.....	128
3.6.5. Halkla ilişkiler ekosistemi modeli.....	129
3.6.5.1. Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli.....	131
3.6.5.2. Halkla İlişkiler Ekosistem Modelinin Amacı ve Önemi	132
3.6.6. Tartışma ve Değerlendirme.....	138
SONUÇ	158
KAYNAKÇA.....	163
ÖZ GEÇMİŞ	179

KISALTMALAR

- STK** : Sivil Toplum Kuruluğu
- APC** : The Association for Progressive Communications
- ORG** : Open Rights Group
- DEF** : Digital Empowerment Foundation
- IREX** : International Research & Exchanges Board
- KSS** : Kurumsal Sosyal Sorumluluk

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları	45
Tablo 2: STK'larda Halkla İlişkilerin işlevi	47
Tablo 3: Halkla İlişkiler Türlerinin STK'larda Kullanımı	48
Tablo 4: Halkla İlişkiler Modelleri ve İletişim Stratejilerinin Entegrasyonu	51
Tablo 5: STK'lar Halkla İlişkiler Karması Bileşenlerini Nasıl Kullanır	52
Tablo 6: STK'ların Seçilme Nedenleri	60
Tablo 7: APC 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi	85
Tablo 8: ORG 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi	95
Tablo 9: DEF 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi	105
Tablo 10: IREX 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi	116
Tablo 11: Yeşilay 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi	127

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Tezin Yapısı.....	5
Şekil 2: İnternet Bağımlılığı Belirtileri	8
Şekil 3: İnternet Bağımlılığı Ölçütleri	9
Şekil 4: İnternet Bağımlılığının Zihinsel Belirtileri	9
Şekil 5: İnternet Bağımlılığının Neden Olduğu Bedensel, Sosyal Ve Psikolojik Sorunlar	10
Şekil 6: İnternet Bağımlılığı Evreleri.....	13
Şekil 7: İnternet Teknolojileri Bağımlılığı Alt Başlıkları	14
Şekil 8: İnternet Bağımlılığına İlişkin Türler.....	16
Şekil 9: İnternet Bağımlılığının Etkilediği Alanlar.....	19
Şekil 10: İnternet Bağımlılığı Kuramları	20
Şekil 11: Sivil Toplumun Etkileri	26
Şekil 12: Sivil Toplumun Benimsediği Değerler	28
Şekil 13: Sivil Toplum Kavramının Felsefi ve Retorik Tartışması.....	30
Şekil 14: Sivil Toplumun Özellikleri	32
Şekil 15: Sivil Toplum Aşamaları.....	34
Şekil 16: Sivil Toplum Engelleri.....	37
Şekil 17: Sivil Toplumun Zayıf Yönleri	38
Şekil 18: Osmanlı Devleti'nde Sivil Toplum.....	40
Şekil 19: Sivil Toplum Özellikleri	43
Şekil 20: STK'nın Özellikleri	44
Şekil 21: Sivil Toplum Kuruluşlarının İnternet Bağımlılığına Yönelik Çalışmaları	55
Şekil 22: Kod Bulutu.....	67
Şekil 23: İletişim Stratejisi	67
Şekil 24: Halkla İlişkiler Modeli.....	68
Şekil 25: Halkla İlişkiler İşlevi	68
Şekil 26: Halkla İlişkiler Türü.....	69
Şekil 27: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları.....	69
Şekil 28: Halkla İlişkiler Karmaşası.....	70
Şekil 29: İletişim Stratejisi Profil Karşılaştırması.....	75
Şekil 30: Halkla İlişkiler Modeli Profil Karşılaştırması	75

Şekil 31: Halkla İlişkiler İşlevi Profil Analizi.....	76
Şekil 32: Halkla İlişkiler Türü Profil Analizi.....	76
Şekil 33: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Profil Analizi	77
Şekil 34: Halkla İlişkiler Karması Profil Analizi.....	77
Şekil 35: APC 2019 Faaliyet Raporu Analizi	78
Şekil 36: APC 2020 Faaliyet Raporu Analizi	80
Şekil 37: APC Faaliyet Raporu Analizi	81
Şekil 38: APC 2022 Faaliyet Raporu Analizi	82
Şekil 39: ORG 2019 Faaliyet Raporu Analizi	87
Şekil 40: ORG 2020 Faaliyet Raporu Analizi	89
Şekil 41: ORG 2021 Faaliyet Raporu Analizi	91
Şekil 42: ORG 2022 Faaliyet Raporu Analizi	92
Şekil 43: DEF 2019 Faaliyet Raporu Analizi	97
Şekil 44: DEF 2020 Faaliyet Raporu Analizi	98
Şekil 45: DEF 2021 Faaliyet Raporu Analizi	99
Şekil 46: DEF 2022 Faaliyet Raporu Analizi	101
Şekil 47: DEF 2023 Faaliyet Raporu Analizi	102
Şekil 48: IREX 2019 Faaliyet Raporu Analizi.....	108
Şekil 49: IREX 2020 Faaliyet Raporu Analizi.....	109
Şekil 50: IREX 2021 Faaliyet Raporu Analizi.....	111
Şekil 51: IREX 2022 Faaliyet Raporu Analizi.....	112
Şekil 52: IREX 2023 Faaliyet Raporu Analizi.....	114
Şekil 53: Yeşilay 2019 Faaliyet Raporu Analizi.....	118
Şekil 54: Yeşilay 2020 Faaliyet Raporu Analizi.....	120
Şekil 55: Yeşilay 2021 Faaliyet Raporu Analizi.....	121
Şekil 56: Yeşilay 2022 Faaliyet Raporu Analizi.....	123
Şekil 57: Yeşilay 2023 Faaliyet Raporu Analizi.....	124
Şekil 58: Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli.....	131

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: İletişim Stratejisi	71
Görsel 2: Halkla İlişkiler Model	71
Görsel 3: Halkla İlişkiler İşlevi.....	72
Görsel 4: Halkla İlişkiler Türü.....	72
Görsel 5: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları	73
Görsel 6: Halkla İlişkiler Karması	74

ÖZET

Başlık: İnternet Bağımlılığı ile Mücadelede Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Araştırma

Yazar: Erdal BİLİCİ

Danışman: Prof. Dr. Metin IŞIK

Kabul Tarihi: 25/06/2024

Sayfa Sayısı: ix (ön kısım) + 180 (ana kısım)

Bu çalışma, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede başvurdukları halkla ilişkiler uygulamalarını ele almayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda STK'ların faaliyet raporları incelenmiştir. Çalışmanın evrenini, internet bağımlılığıyla mücadele eden STK'lar oluşturmaktadır. Bu evreni daraltmak için, internet bağımlılığı konusunda en fazla bilinirliğe sahip olma, etki alanı ve ulaşılan kitle büyüklüğü, yenilikçi yaklaşımları benimseme, uluslararası iş birlikleri ve ağların gelişmişliği gibi kriterler gözetilerek, üç kıtadan beş sivil toplum kuruluşu seçilmiştir. Bu bağlamda, ABD'den IREX, Hindistan'dan DEF, İngiltere'den ORG ve APC, son olarak Türkiye'den Yeşilay örnekleme alınmıştır. Örnekleme dahil edilen sivil toplum kuruluşlarının 2019-2023 yılları arasındaki faaliyet raporları, betimsel analiz metoduyla MAXQDA programında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli ortaya çıkmıştır. Model, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelesine yönelik stratejik iletişim çerçevesini altı ana bölümde sunmaktadır. İletişim stratejileri; dijital, proaktif, reaktif yaklaşımlar ve kurumsal sosyal sorumluluk içermektedir. Halkla ilişkiler modelleri arasında iki yönlü simetrik, iki yönlü asimetrik ve basın ajansı modeli bulunmaktadır; bu modeller etkili iletişim ve etkileşim için çeşitli yaklaşımlar sağlamaktadır. Halkla ilişkiler işlevleri; danışmanlık-tavsiye, kamuoyu yaratma, güvenilirlik ve görünürlük artırma üzerine odaklanmaktadır. Halkla ilişkiler türleri; imaj/itibar yönetimi, ilişki yönetimi, bilgilendirme ve ikna gibi stratejilerle kuruluşların hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Kampanya araçları; görüşme-toplantılar, konferanslar, seminerler, basın bültenleri, sponsorluklar ve fuarlarla halkla ilişkiler kampanyalarını desteklemektedir. Halkla ilişkiler karması ise, kamu yararına faaliyetler, kurumsal reklamcılık, lobicilik, basın sözcülüğü ve duyurular aracılığıyla kuruluşun toplum üzerindeki etkisini arttırmaktadır ve iletişim stratejilerini güçlendirmektedir. Bu bütüncül yaklaşım, STK'nın geniş kitlelere ulaşmasını, itibarını korumasını ve stratejik hedeflerine ulaşmasını sağlayarak toplumsal etkisini arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: STK, İnternet Bağımlılığı, Halkla İlişkiler, Belge Doküman Analizi

ABSTRACT	
Title of Thesis: The Role of Civil Society Organizations in Combating Internet Addiction: A Theoretical and Applied Research	
Author of Thesis: Erdal BİLİCİ	
Supervisor: Prof. Dr. Metin IŞIK	
Accepted Date: 25/06/2024	Number of Pages: ix (pre text) + 180 (main body)
<p>This study aims to examine the public relations practices employed by NGOs in combating internet addiction. The activity reports of NGOs have been analyzed. The universe of the study consists of NGOs combating internet addiction. To narrow down this universe, five civil society organizations from three continents have been selected based on criteria such as the highest level of awareness in the field of internet addiction, scope of impact, size of the audience reached, adoption of innovative approaches, and the development of international collaborations and networks. IREX, DEF, ORG and APC, and Yeşilay have been included in the sample. The activity reports of these organizations from 2019 to 2023 have been analyzed using the descriptive analysis method in program MAXQDA. The findings of the study have led to the development of the Public Relations Ecosystem Model. The model presents a strategic communication framework for NGOs combating internet addiction in six main sections. The communication strategies include digital, proactive, reactive approaches, and corporate social responsibility. The public relations models include two-way symmetric, two-way asymmetric, and press agency models. Public relations functions focus on consultancy-advice, public opinion formation, enhancing trustworthiness and visibility. Types of public relations, such as image/reputation management, relationship management, information, and persuasion, assist organizations in achieving their objectives. Campaign tools support public relations campaigns through meetings, conferences, seminars, press releases, sponsorships, and exhibitions. The public relations mix enhances the organization's impact on society and strengthens communication strategies through activities for public benefit, corporate advertising, lobbying, press spokespersonship, and announcements.</p>	
Keywords: NGO, Internet Addiction, Public Relations, Document Analysis	

GİRİŞ

Teknolojideki gelişmelere bağılı olarak internet kullanımında değişiklikler meydana gelmektedir. Nitekim son yirmi yılda internete erişim oranı büyük ölçüde artmıştır. Teknolojideki gelişmelerden etkilenen akıllı cep telefonları, tabletler, televizyonlar ve bilgisayarlar günümüzde pek çok kişinin erişebileceği araçlardır (Miah & Omar, 2012). Bu araçlar, eğitim, sosyalleşme ve iletişim gibi birçok alanda kişilere faydalı yararlar sağlamakla birlikte, kişileri internet bağımlılığına yönlendiren olumsuz davranışların ortaya çıkmasına da sebep olmaktadır (Savci & Aysan, 2017). Bu yüzden internete erişim imkanı, kişilerin dönüşümüne neden olarak onları kendisine bağımlı hale getirmektedir. İnternetin aşırı ve uygunsuz kullanımı, internet bağımlılığı kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlayarak uzmanları bu konuda çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Uzmanlar veya akademisyenler, internet bağımlılığının kişisel bilgisayarların yayılmasıyla ve dünyanın pek çok yerinde internete erişimin kolaylaşmasıyla paralel olduğunu ifade etmektedir. Ancak internet bağımlılığıyla ilgili uzmanların endişelerini dile getirdikleri zamanın, yirminci yüzyılın son otuz yılında başladığı belirtilmektedir (Shaw & Black, 2008).

Araştırmacılar, internet bağımlılığını sıkıntıya neden olan, kişinin önemli yaşam alanlarında işleyişini bozan ve akıllı cep telefonları, tabletler ve bilgisayarların sorunlu kullanımı olarak tanımlamaktadır. Sosyal izolasyon, kişilerarası uyumsuzluk ve mali sorunlar da dahil olmak üzere pek çok olumsuz sonuç, internet bağımlılığına bağılı olarak ortaya çıkmaktadır. Bazı araştırmacılar ise internet bağımlılığını, hem uyuşturucu ve alkol kullanım bozuklukları hem de kontrol bozukluklarıyla ilişkilendirmektedir (Das ve diğ., 2017).

Günümüz internet ortamında, bireyleri genellikle internet bağımlılığına yönlendiren konular ele alınmaktadır. Bu konular kapsamında, internet bağımlılığının bireylerde duygu değişimleri, akademik başarısızlık, kontrol kaybı, hayal ile gerçek arasındaki farkı ayırt edememe, stres ve kaygıyı ortaya çıkarma veya artırma gibi etkileri dile getirilmektedir (Kurniasanti ve diğ., 2019). İnternetin normal kullanımının aksine aşırı kullanımı, bireyleri strese ve depresyona sürükleyerek yalnızlığa itmektedir. Dolayısıyla internet bağımlılığı, bireylerin hem iş yerlerindeki hem de günlük yaşamlarındaki üretkenliğini olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Young, 2009). İnternet bağımlılığı aynı zamanda çok ciddi risklerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Aileden herhangi bir

üyenin internete bağımlı hale gelmesi, onu kendi yakın çevresinden uzaklaştırabilir veya soyutlayabilir (Widyanto & Griffiths, 2006). Buna bağlı olarak birey, bu durumdan kurtulmak için sanal ortamlarda, internet vasıtasıyla farklı arkadaş gruplarında kendisine yer bulmaya çalışmaktadır (Ratheeswari, 2018). Bu tür sorunların ortaya çıkmasına neden olan internet bağımlılığını önlemek amacıyla birçok sivil toplum kuruluşu halkla ilişkiler kapsamında çalışmalar yapmaktadır.

Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), bireyleri veya toplumu kötü alışkanlıklardan uzaklaştıran ve kar amacı gütmeyen organizasyonlardır. Dolayısıyla, STK'lar, pek çok bağımlılık türüyle mücadeleyi kendine misyon edinmiş olup, bireylere yararlı alışkanlıkları kazandırma amacı taşımaktadır (Bozkanat, 2020). STK'lar, halkla ilişkiler faaliyetleriyle farkındalık yaratarak, topluma veya bireylere bilinç aşılacaktır. Bu tür faaliyetleri gerçekleştirebilmek amacıyla STK'lar, uluslararası ya da ulusal özel ve kamu kuruluşlarından destek alarak iş birliği yapabilir (Boztepe, 2014). STK'lar, verimlilik ve etkililik ilkesi çerçevesinde teknolojik gelişmeleri benimseyerek, bireyleri olumsuz etkileyen internet bağımlılığını önleme amacıyla halkla ilişkiler uygulamaları gerçekleştirmektedir. Uyguladığı halkla ilişkiler faaliyetleriyle, STK'lar bağımlılık gibi pek çok sorunu küresel ölçekte çözmeyi hedefleyen önemli kuruluşlar arasında yer almaktadır (Işık, 2002).

Bălăcescu (2021), dijital dönüşüm sürecinde küçük sivil toplum kuruluşlarının (STK'lar) görünürlük ve iletişim stratejilerini incelerken, Hall ve arkadaşları (2020), dijital çağ bağlamında ulusötesi savunuculuk ve STK'ların yeni ağ bağlantılı güç biçimlerine nasıl adapte olduğunu ortaya koymaktadır. Moshtari ve Vanpoucke (2021) ise STK'lar ile işletmeler arasındaki başarılı ilişkilerin sosyal sermaye perspektifinden nasıl inşa edilebileceğini ele alır. Benzer şekilde, Chaudhri ve Hein (2021) STK-iş ortaklıklarının kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve sosyal değişim iletişimi üzerindeki etkilerini araştırarak bu dinamikleri derinlemesine inceler. Burchell ve Cook (2013) ise paydaş diyalogu aracılığıyla stratejik dönüşümlerin kolaylaştırılmasını ve iş dünyası-STK ilişkilerinin gelişen doğasını analiz eder. Macnamara (2016), örgütsel dinleme konusundaki halkla ilişkiler teorisi ve pratiğindeki kritik boşluğa dikkat çekerken, Reddi (2019), organizasyonlarda etkili iletişim için gerekli olan halkla ilişkiler (PR) ve medya stratejilerine dair kapsamlı bilgiler sunar. Bununla birlikte, literatürde STK'larda halkla ilişkiler uygulamaları ve araçlarının yeterli şekilde çalışmadığını görülmektedir.

Araştırmanın Konusu

Bu çalışma, internet bağımlılığıyla mücadele eden sivil toplum kuruluşlarının (STK) halkla ilişkiler (PR) uygulamalarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, belirli kriterler (bilinirlik, etki alanı, ulaşılan kitle büyüklüğü, yenilikçi yaklaşımlar, uluslararası iş birlikleri) göz önünde bulundurularak üç kıtadan beş STK seçilmiştir: ABD'den IREX, Hindistan'dan DEF, İngiltere'den ORG ve APC, Türkiye'den Yeşilay. Seçilen STK'ların 2019-2023 yılları arasındaki faaliyet raporları, betimsel analiz yöntemiyle MAXQDA programında analiz edilmiştir. Bulgular doğrultusunda, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede kullandıkları stratejik iletişim çerçevesini altı ana bölümde sunan Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli geliştirilmiştir. Model, iletişim stratejileri, halkla ilişkiler modelleri, işlevleri, türleri, kampanya araçları ve halkla ilişkiler karması gibi bileşenleri içermektedir.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, halkla ilişkiler araçlarının kullanımı, bu disiplinin rolleri ve işlevleri, sivil toplum kuruluşlarında tercih edilen farklı halkla ilişkiler metodolojileri, iletişim stratejileri ve bu öğelerin halkla ilişkilerin entegrasyonunda oynadığı geliştirici rolleri, internet bağımlılığının önlenmesi bağlamında ele almaktadır. Bu çerçevede, halkla ilişkilerin nasıl stratejik bir boyut kazandığı ve bu stratejik yaklaşımın sivil toplum kuruluşlarında nasıl bir işlev gördüğü detaylı bir şekilde araştırılmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, internet bağımlılığıyla mücadele eden sivil toplum kuruluşlarının (STK) halkla ilişkiler uygulamalarını inceleyerek, bu alanda kullanılan stratejik iletişim yaklaşımlarını ve yöntemlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, STK'ların faaliyet raporları analiz edilerek, internet bağımlılığı ile mücadelede kullanılan halkla ilişkiler stratejilerinin ve uygulamalarının nasıl şekillendiği ve etkili olduğu incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede daha etkili olabilmeleri için uygulanabilir bir Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli geliştirilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, internet bağımlılığıyla mücadele eden sivil toplum kuruluşlarının (STK) halkla ilişkiler uygulamalarını incelemek için niteliksel araştırma yöntemi benimsemiştir. Durum çalışması yaklaşımı kullanılarak, STK'ların faaliyet raporları ve stratejik planları analiz edilmiştir. Niteliksel araştırma, toplumla ilgili sorunları incelemeye yönelik farklı yöntemlerin bütünleştirilmesini içermektedir. Bu yöntemde, araştırmacı, olayların gerçekleştiği ortamdan toplanan verileri derinlemesine inceler ve genellikle metinler ve görseller gibi sayısal olmayan verileri kullanmaktadır. Bu veriler, bireylerin bakış açılarını ve yaşam tecrübelerini yansıtarak sosyal olaylar ve insan durumları üzerine ayrıntılı bir anlayış sunmaktadır.

Araştırmanın yöntemi olarak kullanılan döküman analizi, araştırma verileri için birincil kaynak olarak çeşitli belgelerin toplanıp, gözden geçirilip, sorgulanması ve analiz edilmesi şeklinde tanımlanır. Bu yöntem, basılı ve elektronik materyallerin değerlendirilmesini içerir ve hem bağımsız bir araştırma tekniği olarak hem de diğer metodolojilerle birlikte kullanılabilir.

Araştırmanın soruları şunlardır:

- STK'lar hangi iletişim stratejilerini benimsemektedir ve bu stratejilerin tercih edilme nedenleri nelerdir?
- STK'lar hangi halkla ilişkiler işlevlerine öncelik vermektedir?
- STK'lar hangi halkla ilişkiler türünü tercih etmektedir?
- STK'ların kullandığı halkla ilişkiler kampanya araçları nelerdir ve bu araçların etkinlikleri nelerdir?
- STK'lar halkla ilişkiler karmasını etkin bir şekilde kullanıyor mu?

Halkla ilişkiler uygulamaları, halkla ilişkiler araçlarının etkin kullanımını, bu disiplinin rollerini ve işlevlerini, sivil toplum kuruluşlarında benimsenen çeşitli halkla ilişkiler metodolojilerini ve iletişim stratejilerini kapsamakta olup, toplumsal dönüşümü teşvik eden ve akademik çevrelerde sıklıkla ele alınan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde, internet bağımlılığının önlenmesi konusunda sivil toplum kuruluşlarında gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerinin akademik araştırmalarda yeterince incelenmediği görülmektedir. Bu bağlamda, bu araştırma, halkla ilişkilerin stratejik uygulama alanlarını bütünleştirici bir perspektifle sunarak bir model ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma aynı zamanda, internet bağımlılığıyla mücadelede sosyal bilincin artırılması ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin sivil toplum kuruluşları

tarafından ne derece etkin kullanıldığının belirlenmesi açısından da önem taşımaktadır. Araştırmadan elde edilecek modelin, diğer sivil toplum kuruluşlarına yönelik çalışmalara yol göstermesi hedeflenmektedir.

Tezin Literatürü

- STK'larda Halkla İlişkiler Kullanımı
- İnternet Bağımlılığı

Tezin Metodolojisi

- **Amaç-Önem:** STK'ların internet bağımlılığını önlemeye yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinin analizi
- **Kapsam-Sınırlılık:** Beş STK'nın 2019-2023 arasındaki faaliyet raporları analizi
- **Yöntem:** Belge Döküman Analizi

Bulgu-Sonuç

Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli

- Halkla İlişkiler Türü
- Halkla İlişkiler Modeli
- Halkla İlişkiler İşlevi
- İletişim Stratejisi
- Halkla İlişkiler Araçları
- Halkla İlişkiler Karması

Şekil 1: Tezin Yapısı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tezin ilk iki bölümünde, Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar) ve "İnternet Bağımlılığı" konuları üzerinde literatür taraması tekniği ile teorik bir zemin hazırlanmıştır. Teorik bölümdeki veri kaynakları, dünya genelinde ve Türkiye'deki çeşitli STK'ların internet bağımlılığı ile mücadelede kullandıkları halkla ilişkiler stratejilerine dair dokümanları kapsamaktadır. Uygulama bölümünde, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan doğrudan gözlem tekniği ile veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Tezde son olarak, Türkiye'deki STK'lar için literatürdeki bilgiler doğrultusunda "Halkla İlişkiler Ekosistemi" adında işlevsel bir model önerisi sunulmuştur.

1. BÖLÜM: İNTERNET BAĞIMLILIĞI OLGUSU, ETKİLERİ VE YAKLAŞIMLAR

Bu bölümde internet ve bağımlılıkla ilgili genel tanımlar yer almaktadır. Ayrıca internetin teknolojik gelişmelere bağlı olarak geçirdiği dönüşümler ve buna bağlı olarak ortaya çıkan bağımlılık türleri ele alınmaktadır.

1.1. İnternete Yönelik Tanımlar ve İnternet Bağımlılığı

Teknoloji ile kişiler arası iletişim şekilleri önemli seviyede evrilmiştir. İnternetin bulunması ve evrensel bir boyut kazanmasıyla pek çok etkinlik internet vasıtasıyla uygulanmaya başlandı. İnterneti hem teknolojik ve sosyal bir yenilik hem de toplumun her yönüne etki eden bir araç olarak nitelendirmek mümkündür (Li & Chung, 2006). Yaşadığımız bu dönemde internet eğitimden alışverişe, sosyal ilişkilerden işe kadar birçok çeşitli etkinlikte uygulanan kayda değer bir araca bürünmüştür (Dolgun, 2011). 20. Yüzyılın son dönemlerine kadar internet bağlantısı ve hızı çok sınırlıydı ancak 21 yüzyılda internete erişim ve internet hızı tahmin edilemeyecek oranda artış göstermiştir. Bu durum internet kullanıcılarının sayısını da ciddi oranda etkilemiştir (Leung & Lee, 2012). Özellikle teknolojik gelişmelerle elektronik cihazlarda gelişim ve yaygınlaşma başlamıştır. Bu cihazların en önemlilerinden olan akıllı telefonlar sayesinde internete erişim çok daha kolay hale gelmiştir. Dolayısıyla internet evrensel bir boyut kazanarak iletişimin her alana yayılmasını sağlayan uluslararası bir ağa dönüşmüştür (Güme, 2022; Çalık & Çınar, 2009).

İnternet 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişerek günümüze kadar ulaşmıştır. Özellikle ABD bilimsel ve askeri alanlarda başarı elde etmek savunma bakanlığı bünyesinde ARPANET (Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı) isimli bir sistem kurmuştur (Tiainen, 2016). Bu sistem genellikle iletişim sistemlerindeki aksaklıkların giderilmesini ve cihazlar arasında verinin düzenli akışını sağlamayı amaçlamıştır (Rahman & Asyhari, 2019). Fakat çeşitli kurumlar o dönemin koşullarına bağlı olarak birbirinden farklı güvenilirlikleri olan kendilerine özgü ağları oluşturarak geliştirmişlerdir. Sonrasında ise bu ağların birleştirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır ve bu doğrultuda atılan adımlarla bir ağ sistemi kurulmuş dolayısıyla da internet gün yüzüne çıkmıştır (Ayaz, vd., 2019).

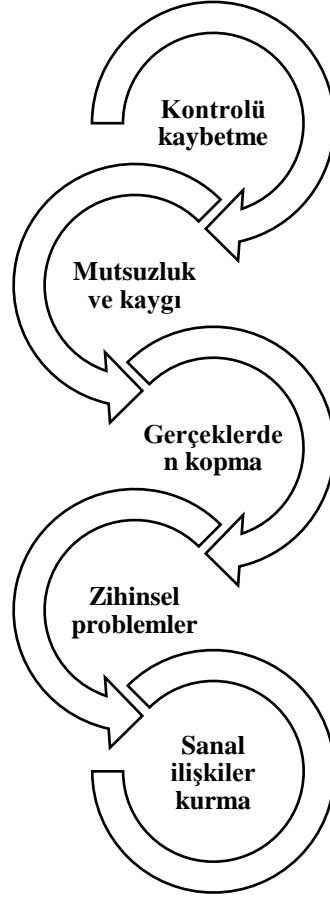
İnternetin ortaya çıkması hem kurumların ve insanların verileri ulaştırma şeklini hem de onların uygulamalarda bulunma biçiminde değişikliğe neden olmuştur (Gong, vd., 2007).

İnternet günümüze kadar olan süreçte evrilerek yaygınlık kazanmış world wide web aracılığıyla da sosyal ağların ve web sitelerinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu kazanımlarla insanlar farklı kültürleri tanıma ve önemli bilgileri elde etme olanağı elde etmişlerdir (Alkhabbas, vd., 2017). Kullanıcı sayısının her geçen gün artış göstermesi internetin kullanımı ve onun boyutunu önemli ölçüde etkilemektedir (Haller, vd., 2009). Tabletler, akıllı telefonlar ve kişisel bilgisayarlar kullanıcıların internete erişimde en çok yararlandığı araçlar arasında yer almaktadır. Son dönemlerde bireyler eğitim-öğretim veya iletişim gibi olağan sorumluluklarını internet aracılığıyla yerine getirmektedir bu durum ise internetin yayılmasını hızlandırmaktadır (Guo, vd., 2011).

Türkiye’de ise ancak 20. Yüzyılın son çeyreğinde internet konusunda çalışmalar yapılmıştır. Öncelikli olarak internet ile ilgili Ege Üniversitesi’nin çalışmalar yapmasıyla başlayan adımlar sonrasında ODTÜ ile devam ettirilmiştir. Bu dönemde internet kapasitesi oldukça düşüktür. Daha sonra internet bağlantıları ile ilgili TÜBİTAK ve ODTÜ birlikte projeler üreterek ilk bağlantılarını kurmuşlardır. Bu çalışmalar kapsamında ULAKBİLİM ve TURNET kurularak dönemin sonunda Türkiye’de internete erişim sayısında önemli artışlar görülmüştür (Saka, 2019).

Günümüzde internet kullanımının artması beraberinde internet bağımlılığını ortaya çıkartmıştır. Dolayısıyla internet bağımlılığı internetin yaygınlaşmasıyla sorunlu internet kullanımı şeklinde nitelendirilmektedir (Bozkurt, vd., 2016). Amerikalı Ivan Goldberg internet kullanımına bağlı olarak internet bağımlılığı kavramını literatüre kazandıran ilk kişidir. Bu konuyla ilgili deneysel çalışmaları ise bir psikolog olan Kimberley Young yapmıştır (Safran, 2022). İnternet bağımlılığı internetteki kullanımın amacının dışında kullanılmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bireylerin zihinsel olarak bu alana yönelmeleri ve bu alanı ihtiyaç dışında sürekli kullanmaları onları bağımlılığa sürüklemektedir. İnternet bazı yönleriyle hayatımızı kolaylaştırmaktadır diğer taraftan bağımlılık özelliğiyle de yaşam alanımızı olumsuz bir biçimde etkilemektedir. İnternetin gelişmesi bireyler arası iletişimi yaygınlaştırmıştır ve bu durum ise kişilerin internete daha fazla vakit ayırmalarına neden olmuştur. Bu kapsamda psikolojik ve sosyolojik olarak internetin kullanıcıları nasıl etkilediği konusu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla internetteki aşırı kullanımın bireyler üzerindeki zararlarını araştırmaya yönelik tedavi yöntemlerinin ele alınmasına ortam hazırlamıştır (Widyanto & Griffiths, 2006).

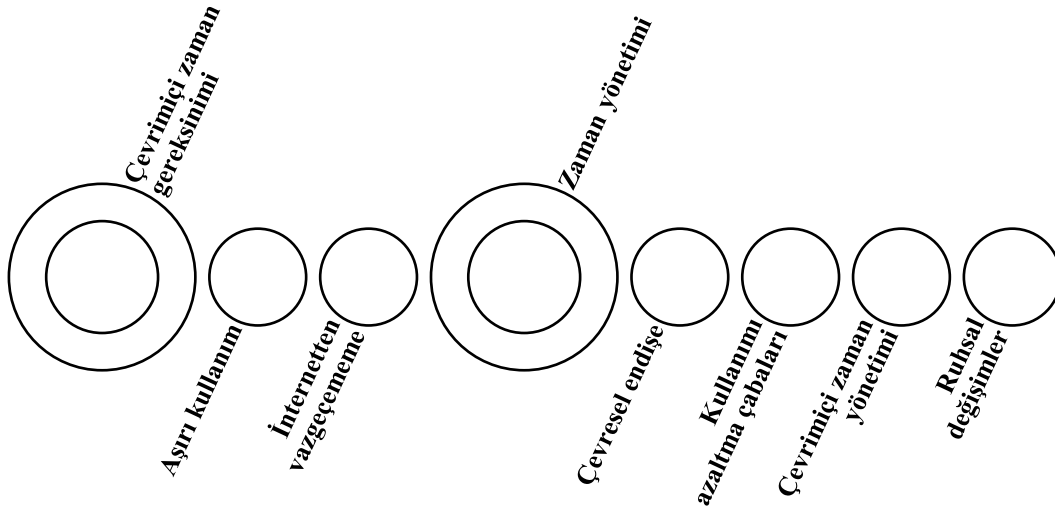
İnsan hayatını olumsuz bir biçimde etkileyen unsurların tespit edilmesine yönelik pek çok uygulama yürürlüğe konularak çalışmalar o yönde ilerlemektedir. İnternet bağımlılığıyla ilgili tedavi yaklaşımları ve etki araştırmaları öncesi belirtilerinin saptanmasına yönelik uygulamalar yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar ise internet bağımlılığının ölçülmesinde ve tanımlanmasında kullanılmıştır. İnternet bağımlılığı ile ilgili belirtiler şu şekilde sıralanmaktadır:



Şekil 2: İnternet Bağımlılığı Belirtileri

Kaynak: (Günüç ve Kayri, 2010).

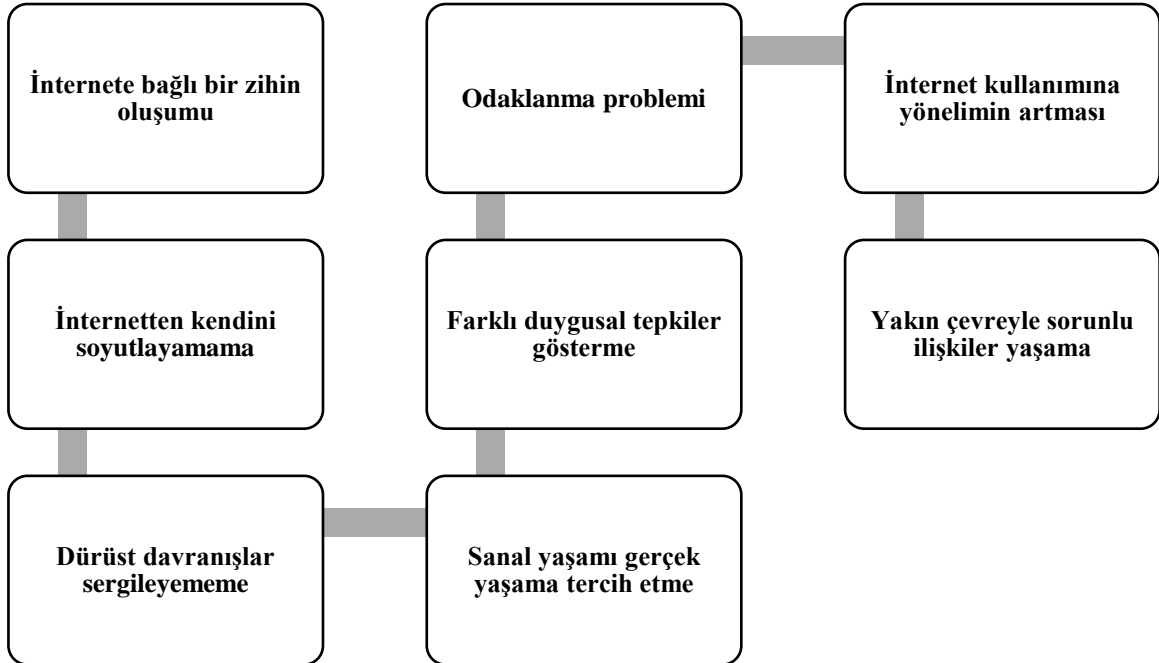
Bu belirtiler internet bağımlılığı olarak değerlendirilmektedir. Bunların yanı sıra İnternet bağımlılığını tespit etmeye yönelik birçok kriterden oluşan ölçütler de bulunmaktadır:



Şekil 3: İnternet Bağımlılığı Ölçütleri

Kaynak: (Cömert, & Kayıran, 2010).

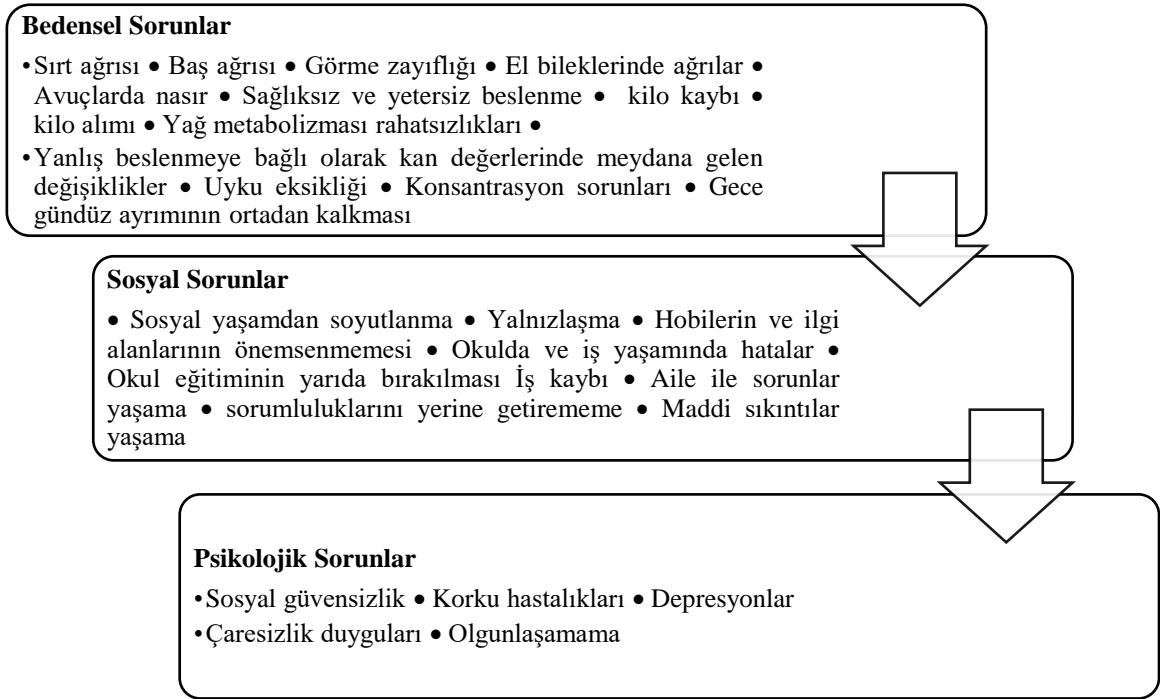
İnternet bağımlılığının psikolojik belirtilerinin yanı sıra zihinsel olarak da birtakım belirtileri bulunmaktadır:



Şekil 4: İnternet Bağımlılığının Zihinsel Belirtileri

Kaynak: (Safran, 2022).

İnternet bağımlılığıyla ilgili kullanıcıların psikolojik, sosyal ve bedensel olarak sorunlar yaşadığı ifade edilmektedir. Bu çerçevede kullanıcıların belirli bir süreyi aşarak internette faydalanmaları anormal bir durum olarak tarif edilmektedir. İnternet ortamında aşırı bir vakit kaybı her kesimden insanı olumsuz etkilemektedir. Pek çok problemin ortaya çıkmasına neden olan bilinçsiz internet kullanımı psikolojik, bedensel ve sosyal problemlerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. İnternet bağımlılığına yönelik bireylerde görülen bedensel, sosyal ve psikolojik sorunlar ise şu şekilde:



Şekil 5: İnternet Bağımlılığının Neden Olduğu Bedensel, Sosyal Ve Psikolojik Sorunlar

Kaynak: (Safran, 2022).

1.1.1. İnternet Bağımlılığının Evreleri

İnternet bağımlılığı ile ilgili birçok evre bulunmaktadır ve bu evreler şu şekilde sıralanmaktadır:

Kötüye Kullanım: İnternet teknolojisi ve tablet, bilgisayar ve akıllı telefon gibi elektronik cihazlar bağımlılık bakımından devamlı bir şekilde ciddi sorunlara neden olmaktadır. Bu nedenle aşırı kullanıma bağlı olarak meydana gelen istismar ortamdan ziyade iletilerle ilgilidir ve internet bağımlılığı meydana gelen birtakım sorunlar bakımından incelenmektedir (Griffiths, 2010). Medya okuryazarlığının yeterli seviyede

olmaması ve bu çerçevede internet kullanımı eğitimi ile ilgili de herhangi bir süreçten geçilmemesi ve teknolojinin internet kullanımını daha da kolay hale getirmesi bu gerekliliği artan bir şekilde azaltmaktadır. Yasak ya da uygun olmayan web sitelerini ziyaret etmek, tavlama, okey vb. gibi oyunlar oynamak, bilgisayarla kredi kartı dolandırıcılığı yaparak veya kötü yazılımlarla virüs yayarak suç işlemek, meslekle ilgili olmayan web sayfalarına girmek internetin kötüye kullanıldığına dair kanıt oluşturmaktadır ayrıca bu durum kullanıcıların internette çok daha fazla vakit kaybetmelerine de neden olabilmektedir (Young, 2004).

Bağımlılık: İnterneti kötüye kullanımın yanı sıra internet veya bilgisayar, tablet ve akıllı telefon bağımlılığına yakalanan kişi internette faaliyetlerde bulunduğu uygulamalar için gereğinden fazla vakit kaybetmekte ve bu kapsamda dikkatleri çekebilecek bir şekilde bağımlılık belirtisi gösterebilmektedir. İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler bu alandaki araçların gelişmesine zemin hazırlayarak bireylerin buralarda daha fazla zaman harcamalarına neden olmuştur (Widyanto & Griffiths, 2006). Bu nedenle sosyal ilişkilere başlamak veya geliştirmek isteyen bireyler bu alanlarda vakit harcayarak zamanla alışkanlık kazanmışlardır dolayısıyla da bu amaçla bira araya gelen bireyler bu mecraların bağımlısı haline gelmiştir.

Tutsaklık: şiddetli bir bağımlılığın söz konusu olduğu durumlarda kullanılan tutsaklık kavramı bireyin belirli bir süre internetten yararlanmadığında onun işlevselliğini yitirdiği anlamında ifade edilmektedir. Şiddetli bir bozukluğun söz konusu olduğu bu tür durumlarda bireylerde uykusuzluk, sinirlilik, depresyon, ajitasyon ve saldırganlık gibi olumsuz belirtiler görülebilmektedir (Aziz, vd., 2020). Dolayısıyla teknolojik ürünlerin bilinçsizce kullanımı kişileri tutsaklığa itebilmektedir. Nitekim bu tutsaklığa yakalanan bireyler internette aşırı bir şekilde zaman harcayarak sanal ve gerçek arasındaki ayrımı yapamamaktadır bu durum bireylerin ciddi hatalar yapmasına zemin hazırlayarak onları olumsuz davranışlar yapmaya yönlendirmektedir (Waters, 2005).

İnternet teknolojilerinden yararlanan kullanıcıların bu evrelerin yanı sıra içerisinde buldukları ortama göre farklı aşamalardan da geçebilmektedir. Bu aşamalar ise şu şekilde sıralanmaktadır:

İnternet Kullanımını Sıklaştırma Aşaması: Bu aşama ilk evre olarak ele alınmaktadır ve bu evrede bireyler ne de olsa bir daha fazla kullanmayacağım, bağımlılık konusunda bilinçli bir insanım gibi ifadelerle internette fazla bir vakit kaybetmeyeceği veya internete

ve akıllı cihazlara bağımlı hale gelmeyeceği inancına sahip olmaktadır (Kuss & Lopez-Fernandez, 2016). Eğer bu aşamada bireyler farklı problemlerden kaçınmak veya o sorunlarla mücadele edebilmek amacıyla internet teknolojilerinden yararlanırsa, diğer bir problemle yüzleştiği durumda da kolay bir davranış biçimi olarak gördüğü internet teknolojisine yönelmektedir (Kurniasanti, vd., 2019). Dolayısıyla internet teknolojilerinden faydalanmaya devam eden birey bu durumu bir alışkanlık haline getirmektedir.

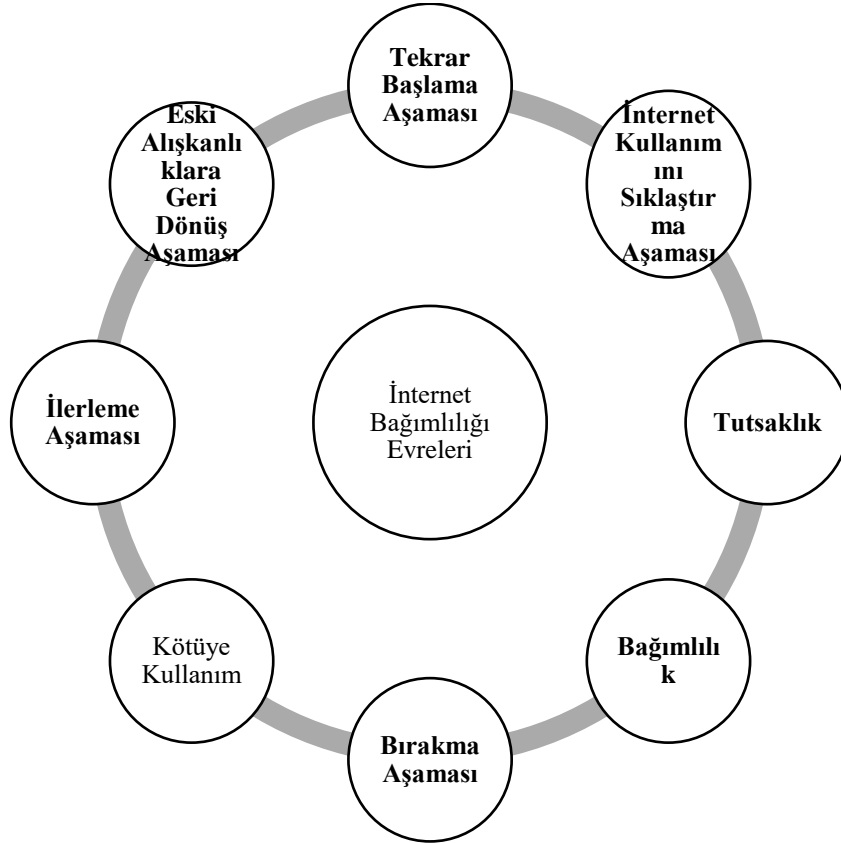
İlerleme Aşaması: İnternet kullanıcıları bu aşamada teknolojik cihazlardan daha uzun süreli ve yoğun bir biçimde faydalanmaktadır. Buna bağlı olarak internetten aşırı bir şekilde yararlanılması pek çok sosyal, psikolojik ve bedensel problemi bu evrede yaşamamıza neden olmaktadır (Durualp & Çiçekoğlu, 2013). Dolayısıyla internetteki kullanım süresindeki artış bu tür sorunların devam etmesine zemin hazırlamaktadır. Bu yüzden kullanıcılar bağımlı hale geldiklerinin farkına bile varamamaktadır. Bazı bireyler ise bunun farkında olsalar bile karşılaştıkları bu durumu bir problem olarak değerlendirmeyerek internet kaynaklı bir sorun olarak ifade etmektedir (Zajac, vd., 2017). Kullanıcılar bu tür durumlarda internet teknolojilerinden yararlanma süresini sınırlandırabileceğine ilişkin potansiyeli ve inancı taşımadığını düşünmektedir.

Bırakma Aşaması: İnternetten yoğun bir şekilde yararlanma nedeniyle bireyin bu aşamada tecrübe ettiği zorlukların farkına varmasıdır. Birey rahatsızlık duyduğu bu durumdan kurtulma ihtiyacını hissederek, yaşadığı sorunlara rağmen internet bağımlılığının kendisine verdiği zararın farkına varmakta ve bu konuyla ilgili kendisini cesaretlendirmeyi istemektedir (Starcevic & Aboujaoude, 2017). Kullanıcı aşırı internet teknolojilerinden yararlanma durumunu sınırlandırma veya bundan vazgeçme kararını verse de bu durumla ya yüzleşmeye korktuğundan ya da kendisini hazır hissetmediğinden dolayı internet kullanımına tekrar başlama eğilimi gösterebilmektedir (Göktaş & Öztürk, 2022). Bu nedenden ötürü bireyi internet kullanımından vazgeçirme konusunda baskıya maruz bırakmak başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir.

Tekrar Başlama Aşaması: Kullanıcılar interneti yoğun bir biçimde kullandığı konusunda olumsuzlukları hatırlamayı, sert bir tavır takındığı bu duruma karşı tutum değişikliğine gitmektedir bu yüzden interneti belirli sürelerde kullanabilir veya internetten yararlanmayı doğal görmeye başlayarak bu tür düşünceleri benimseyebilir (Derin, 2013). İnternet teknolojilerinden yararlanmayı kontrol edebilmek ya da internet

bağımlılığını önlemek amacıyla bu sürecin farkına varılması kayda değer bir önem teşkil etmektedir.

Eski Alışkanlıklara Geri Dönüş Aşaması: Eski alışkanlıklara geri dönüş aşamasında internet kullanımını genel olarak uzun ve sık bir biçimde başlamaktadır. Dolayısıyla bu aşama internet bağımlılığının ortaya çıktığını işaret eden bütün belirtilerin meydana geldiği son süreci tarif etmektedir (Yıldız, 2017). Tüm bunlar göz önüne alındığında farklı biçimlerde kategorilendirilseler de internet bağımlılığının bütün aşamalarda kullanıcıyı çok olumsuz bir şekilde etkilediği ve bireyin her ne olursa olsun internet teknolojilerinden yararlanmaya devam ettiği ve bundan vazgeçmediği açık bir şekilde görülebilmektedir.



Şekil 6: İnternet Bağımlılığı Evreleri

Kaynak: (Göktaş & Öztürk, 2022).

1.1.2. İnternet Bağımlılığı Alt Grupları

Sanal ilişki bağımlılığı, bilgisayar bağımlılığı, aşırı bilgi yüklenmesi, ağ baskısı ve sanal seks bağımlılığı internet bağımlılığı alt gruplarını oluşturmaktadır (Young, 2007).

İnternet bağımlılığı alt gruplarının açıklanması ise şu şekilde:

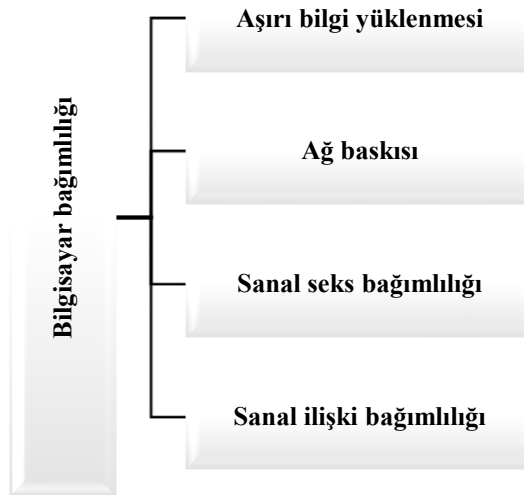
Ağ baskısı: Kullanıcıların baskıya maruz bırakılarak web sayfaları üzerinden borsa ile ilgili faaliyetlerde bulunmasını, online alışveriş yapmasını ve kumar oynamasını ifade etmektedir.

Sanal ilişki bağımlılığı: Online ilişkilerin yoğun bir biçimde devam etmesi olarak tarif edilmektedir.

Aşırı bilgi yüklenmesi: Kullanıcının internet teknolojisinde çok fazla zaman harcaması ya da farklı konularda araştırmalar yaparak pek çok bilgiye maruz kalması şeklinde açıklanmaktadır. Dolayısıyla kullanıcının internette araştırmalar ya da sörf yapması belirli bir süre sonra onun bu durumu zorunlu bir davranış olarak benimsemesine yol açmaktadır.

Bilgisayar bağımlılığı: bilgisayar aracılığıyla kişinin online oyunlara rağbet etmesi ve buna bağlı olarak da onun bağımlı bir davranışı sergileme durumunu ifade etmektedir.

Sanal seks bağımlılığı: Kullanıcıların sanal seks bağlantılarını içgüdüsel bir biçimde kullanmasıyla meydana gelmektedir.



Şekil 7: İnternet Teknolojileri Bağımlılığı Alt Başlıkları

Kaynak: (Griffiths, 2000).

İnternet bağımlılığıyla ilgili yukarıda açıklanan alt kategorilerinden herhangi birisine sahip olan kullanıcının aslında internet bağımlısı olmadığı ifade edilmektedir. Bu durum sadece bireylerde var olan diğer bağımlılıkları besleyerek onların internet teknolojilerinden aşırı bir şekilde yararlanması olarak belirtilmektedir. Bu yüzden bilgisayar bağımlısı ya da kumar bağımlısı herhangi birisinin aslında internet bağımlısı olmadığı ifade edilmektedir. Böylece interneti sadece bireyin bu konularla ilgili davranışını sergilediği alan olarak nitelendirmek mümkündür (Young, 1999).

İnternet bağımlılığı online alışveriş, online ticaret online ilişki bağımlılığı, online kumar oynama, online aşırı bilgi yüklemesi, online seks bağımlılığı ve online rol yapma bağımlılığı gibi olumsuz davranışları barındırmaktadır (Çınar & Mutlu, 2019). Diğer yandan internet bağımlılığına yönelik nesnelere olarak nitelendirilen online alışveriş, online borsa, online pornografi, online kumar ve online oyun gibi kavramlar da bulunmaktadır. Bu kavramlara dair açıklamalar ise şu şekilde:

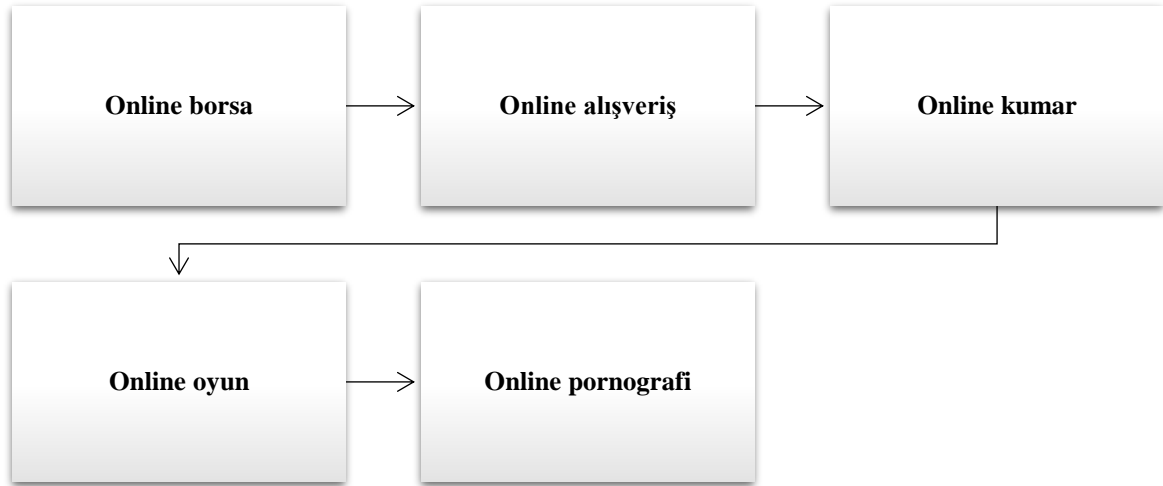
Online oyun: İnternet teknolojilerinde yer alan oyunlar bağımlılığın meydana gelmesinde çok etkili bir rol oynamaktadır. Bu durum beraberinde birçok riski de getirmektedir. İnternet oyunlarına herkesin kolay bir şekilde erişebilmesi, internet oyunlarının çok ucuz veya ücretsiz olması, kolay üyeliklerle bireylerin teşvik edilmesi ve internetteki oyunlarda gösterilen başarının başkaları tarafından görülmesi internet bağımlılığına sürükleyen etmenler arasında yer almaktadır.

Online kumar: Pek çok kişi internet teknolojisi aracılığıyla birçok çeşidi bulunan kumar oyunlarına ulaşabilmektedir. Online kumarın oynanmasına bazı ülkeler izin vermez ancak buradaki kullanıcılar çevrimiçi ödemelerde bulunarak bu tür oyunlara katılabilmektedir.

Online pornografi: İnternet teknolojisinde en sık görülen bağımlılık türü olarak belirtilmektedir. Kullanıcılar internet teknolojisindeki pornografik görsellere ya da bağlantılara farklı online sayfalardan erişebilmektedir. Bireylerin zihinsel olarak bu tür materyallere kendisini maruz bırakması veya bunlarla ilgili pek çok arşivle karşılaşması onların sosyal ilişkilerini ciddi bir biçimde etkilemektedir. Ayrıca bu kişilerin evlilik hayatlarında da ciddi problemlerle de karşılaştığı belirtilmektedir.

Online alışveriş: Çevrimiçi alışveriş uygulamalarında kullanıcılar herhangi bir ürünü aldığı veya sattığında hem meslek hayatında hem de bunun dışında ciddi zararlarla karşılaşabilmektedir.

Online borsa: Borsada alım satım faaliyetlerinde bulunan kişiler internet teknolojilerinde bunu zevk için de yapabilmektedir. Günlük borsa alışverişini tanımlayan online borsa da bireyler bu konuyla ilgili farklı kişilerden bilgiler alarak burada da sıkı bir çalışma içerisine girmektedir.



Şekil 8: İnternet Bağımlılığına İlişkin Türler

Kaynak: (Gönül 2002).

Online ilişki bağımlılığını internet teknolojisi bağımlılığı kapsamında yer alan olumsuz bir davranış şekli olarak nitelendirmek mümkündür. Diğer yandan online alışverişini de internet bağımlılığı çerçevesinde olumsuz davranışlar kategorisinde değerlendirmek önem teşkil etmektedir. Aşırı bilgi yüklenmesi, sanal seks bağımlılığı ve sanal ilişki bağımlılığı internet bağımlılığının alt kategorileri arasında bulunmaktadır. Bu yüzden internet bağımlılığı çerçevesinde aşırı bilgi yüklenmesinin, online kumar bağımlılığının ve online seks bağımlılığının olumsuz davranışlar kategorisinde yer aldığı ifade edilmektedir (Craparo 2011).

Çevrimiçi alışveriş, çevrimiçi kumar ve çevrimiçi borsa internet bağımlılığı kapsamında ağ baskısı kategorisinde değerlendirilmektedir aynı zamanda çevrimiçi alışverişini, çevrimiçi kumarı ve çevrimiçi borsayı ayrı kategoriler olarak tartışmak da mümkündür. İnternet bağımlılığının alt başlıklarından birisi olan bilgisayar bağımlılığı online oyunlara bağımlılık olarak nitelendirilmiştir. Diğer taraftan online bağımlılık farklı bir başlık

olarak da ele alınmaktadır. (Young, 1999; Gönül, 2002). Dolayısıyla İnternet teknolojilerindeki gelişmelerin çeşitli türlerde bağımlılıkların ortaya çıkmasında çok büyük bir etkiye sahip olduğu dile getirilmektedir. Ayrıca internet teknolojilerindeki bağımlılıklarla ilgili kategorilendirilmelerde ve tanımlamalarda kesin bir görüş birliğinin olmadığı dikkat çekmektedir. Buna bağlı olarak Shaw & Black (2008), internet teknolojilerindeki bağımlılığın düzeyini belirlemede kullanılan ölçeklerin birbirinden farklı özellikler taşıdığını ifade etmektedir. Ortaya çıkan bu durum ise internet teknolojilerindeki bağımlılığın yayılma seviyesini belirlemeyi güçleştirmektedir (Kurtoğlu, 2022; Bozkurt vd., 2016).

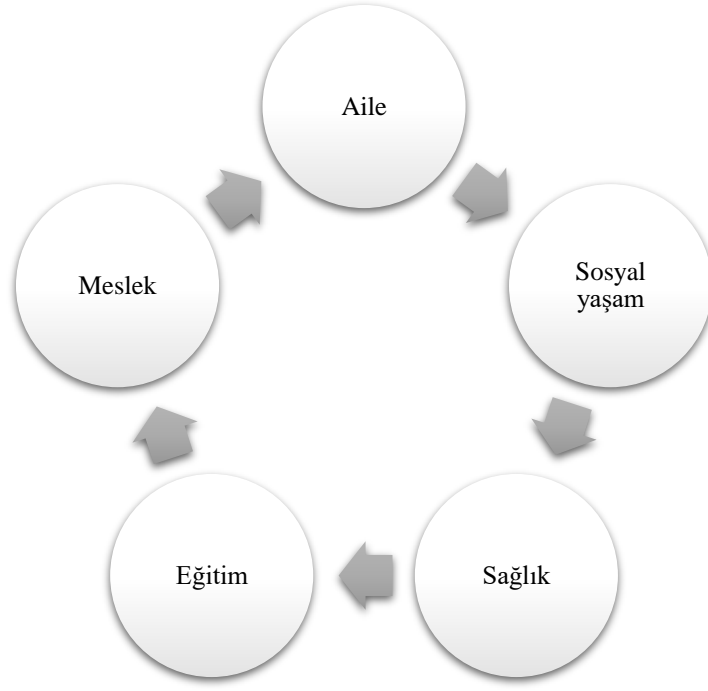
1.2. İnternet Bağımlılığının Bireyler Üzerindeki Etkileri

Bireylerin iş yaşamları, aile hayatları, bedensel sağlıkları ve okul yaşantıları internet bağımlılığına bağlı olarak olumsuz bir şekilde etkilenmektedir. İnternet teknolojisi aile hayatında çok ciddi sorunlara neden olabilmektedir. Sanal olarak meydana gelen iletişimlerde bireyler kendilerini diğer kesimlere özgürce ifade edebilmektedir bu durum ise gerçeği yansıtmayan bir ortamın oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır. (Kim, vd., 2010; Kurtoğlu, 2022). Dolayısıyla internet teknolojisi bağımlısı olan birey sanal ortamlarda gerçekleşen ilişkilere yönelerek aile yaşamından ve sosyal hayattan kopabilmektedir. Sanal ilişkiler kapsamında ortaya çıkan internet teknolojisi bağımlılığı ailede iletişimsizlik, eşler, anne-baba ve çocuklar arasında güvensizlik ve yine eşler arasında aldatılma endişesi gibi risklerin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır (Winkler, vd., 2013). Anne-baba ve çocuk arasındaki iletişim internet teknolojisi bağımlılığından olumsuz bir şekilde etkilenmektedir. Ayrıca online olarak kurulan dostlukların ve online seksin de sosyal yaşamı ve evlilikleri çok kötü bir şekilde etkilediği ifade edilmektedir. Kullanıcılar alışveriş, yakın çevresiyle ilişki kurmak, ticaret ve aile bireyleriyle zaman geçirmek gibi olağanlaşmış işlerini internet bağımlısı olması nedeniyle göz ardı edebilmektedir (Young, 1999). İnternet teknolojisi bağımlılığı şüphesiz aile hayatını çok olumsuz bir şekilde etkilemektedir çünkü internet bağımlısı olan kişiler online platformlarda gereğinden fazla zaman harcayarak onları ihmal etmekte ve hatta onların varlığını bile untabilmektedir (Cheung & Wong, 2011; Kurtoğlu, 2022).

Herhangi bir kurumda çalışan işçiler de internet bağımlılığı nedeniyle yöneticilerle, iş verenlerle ya da iş arkadaşlarıyla sorunlar yaşamaktadır ve bu durum çalışan ve

yöneticilerin arasındaki iletişimin bozulmasına neden olarak iş kayıplarının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Eğer çalışanlar işlerinde internet bağımlılığı etkisinden kendilerini uzaklaştıramazlarsa bu onların üretim aşamalarındaki performansını olumsuz bir biçimde etkileyebilecektir. Bu yüzden internet bağımlısı bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrımın yok olduğu ortamda zamanlarını kontrol edememe gibi sorunlarla karşılaşabilmektedir (Murali, & George, 2007; Lin, vd., 2009). Diğer taraftan internet teknolojisi bağımlılığı öğrencilerin okullarda ciddi problemlerle karşılaşmasına neden olmaktadır. Nitekim bağımlı öğrenciler ders konusunda gerekli çabayı göstermeyerek başarısız olabilmektedir. Yurdakoş & Biçer (2019), bu durumun öğrencilerin gelecek hayatlarında özellikle de akademik ve mesleki yaşamlarında olumsuz bir biçimde etkilenmelerine neden olacağını belirtmektedir. Bunun yanı sıra internet teknolojisi bağımlılığı öğrencilerin derse geç gelmeye ya da derse hiç katılmamaya yönlendirerek okuldan atılmalarına sebep olarak onların gelecek yaşamlarını da riske atabileceğini ifade etmektedir.

İnternet teknolojisi bağımlılığı kullanıcıların yeme, uyku alışkanlıklarını ve bedensel sağlığını olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Aşırı bir biçimde kilo kaybetme, bileklerde meydana gelen ağrı ve uyuşma, aşırı kilo alma, sırt ve boyun problemleri ve göz ağrıları gibi fiziksel problemler internet bağımlılığına bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir (Lam, 2014). İnternet bağımlılığı kişilerin yeme alışkanlıklarını ve uyku düzenlerini bozarak onların akademik ve meslek hayatlarını olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bireylerin internete bağımlı hale gelmeleri onların bu ortamda çok fazla zaman harcamalarına zemin hazırlar bu durum onlarda uyku problemlerini ortaya çıkartmaktadır. Bu yüzden uykusuzluk bireylerin fiziksel dengesinin bozulmasına yol açarak onların bağışıklık sistemini zayıflatmaktadır. Bağışıklık sisteminin zayıflaması ise bireyleri çeşitli hastalıklara yakalanmaya maruz bırakmaktadır. İnternet bağımlılığı ile fiziksel sağlığın bozulması arasında pozitif yönlü bir korelasyon bulunmaktadır. Nitekim internet bağımlılığındaki artış fiziksel sağlığın bozulması konusunda artış meydana getirmektedir (Savci & Aysan, 2017).



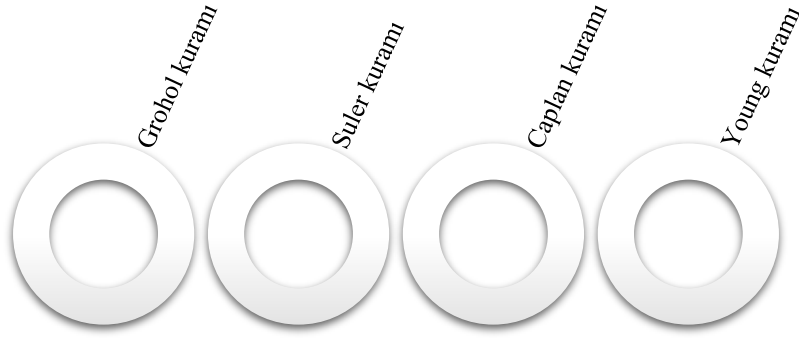
Şekil 9: İnternet Bağımlılığının Etkilediği Alanlar

Kaynak: (Danacı, vd., 2018).

Tüm bu bilgiler kapsamında online platformlar aracılığıyla kurulan sanal ilişkiler bireylerde güvensizliğe neden olarak aile içi ilişkilere ciddi bir zarar vermektedir. Bu kapsamda bireylerin sosyalleşmeden uzaklaştığı uyku ve beslenme düzenini önemsemediği ve buna bağlı olarak da bireylerin çok ciddi sağlık problemleriyle yüzleştiği ya da karşılaşacağı belirtilmektedir. İnternet teknolojisi bağımlılığı ayrıca çalışanların iş yaşamlarında ve öğrencilerin de okul hayatlarında sorunlarla karşılaşmalarına neden olabilmektedir (Karaca, 2007; Yavuz, 2018). Günümüzde internet teknolojisi her alanı etkilemekle birlikte pek çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla internet bağımlılığına bağlı olarak eğitimde, ailede ve meslek hayatında birçok problemin ortaya çıktığı araştırmacılar tarafından açık bir şekilde ifade edilmektedir (Baturay & Toker, 2019).

1.3. İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımlar

Young, Grohol, Caplan ve Suler'in internet bağımlılığına yönelik yaklaşımları bulunmaktadır:



Şekil 10: İnternet Bağımlılığı Kuramları

Kaynak: (Fariz & Bulut, 2019).

1.3.1. Young'un İnternet Bağımlılığına Yönelik Dört Kategori Yaklaşımı

İnternet teknolojisi bağımlılığı ile ilgili çalışmalar yapan Young bu alanda önemli kişiler arasında yer almaktadır. İnternet teknolojisi bağımlılığı Young tarafından dört başlıkta ele alınmıştır. Duygusal özellikler, kişisel yaşama yönelik belirtiler, bilişler ve aktif olarak kullanılan uygulamalar bu başlıkları oluşturmaktadır (Cipolletta & Mocellin, 2018). Young bu kuramda kullanıcının aktif bir şekilde kullandığı uygulamaların dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla internet teknolojisi bağımlısı olan bireyin internette yer alan tüm uygulamalara değil sadece bunların bir kısmına bağımlı olduğunu belirtmektedir. Böylece kullanıcıların bu uygulamalar için ne kadar vakit harcadıkları dikkate alınarak internet teknolojisine olan bağımlılıkları ölçülebilmektedir (Morahan-Martin, 2005).

Kullanıcılar ile ilgili uygulamalar belirlendikten sonra dikkate alınması önem arz eden diğer başlıklar bilişler ve duygusal niteliklerdir. İnternet teknolojisi kullanıcılara eğlenceli ortamlar sunarak onların bu alanlarda keyifli vakit harcamalarına olanak tanımaktadır. Bu durum bireylerin duygusal olarak eksikliğini hissettiği koşullardan biraz da olsa kaçınabileceği fırsatı vermektedir. Hatta kullanıcılar bu olumsuz duygu durumundan kurtulmak için internet kullanımını sürekli hale getirmektedir ve bu mecradaki uygulamalara aşırı zaman harcayarak kısa süreli hazzını arttırmak istediği ifade

edilmektedir. Dolayısıyla bireyler günlük hayatta karşılaşmış oldukları olumsuzluklardan kaçmak için internet teknolojisinden yararlanmaktadır (Köksal, 2015). Son olarak bireyin deneyimlediği olumsuz yaşam koşulları da internet bağımlılığının meydana gelmesinde ciddi bir etkiye sahiptir. Buna bağlı olarak sosyal yaşamdaki eksiklikler, yalnızlık, ümitsizlik ve özgüven eksikliği gibi unsurlar bireylerin internet bağımlısı statüsüne kavuşmasında etkili bir rol oynamaktadır (Morahan-Martin, 2006).

1.3.2. Grohol'ün İnternet Bağımlılığına Yönelik Sosyalleşme Yaklaşımı

Sosyalleşme bu kuramda bireylerin internet teknolojisine bağımlılığını arttıran bir kavram olarak ele alınmaktadır. Grohol internet ortamında yer alan etkinliklerin gerçek yaşamdan çok farklı olduğunu belirtmektedir. Nitekim Grohol bu ortamda etkinliklerde bulunan bireylerin internet bağımlılığına yakalandığını vurgulamaktadır. Kumar oynama ile internet bağımlılığının birbirinden farklı içeriklere sahip olduğunu belirten Grohol, kumar etkinliğinin ödül arayışı temeline dayandığını diğerinin ise sosyalleşme temelli bir eylem olduğunu dile getirmektedir (Paska & Yan, 2011).

Grohol bu kuramda internet teknolojisi bağımlılığının sebebini bağımlılığın belirli aşamalardan oluştuğuna bağlamaktadır. İnternet teknolojisi bağımlısı olan pek çok birey sanal ortamları henüz yeni deneyimlemiş kişilerdir. Grohol internet kullanımını üç aşamalı şekilde ele almaktadır. Birinci aşamada internetteki uygulamaların bireyleri hem heyecanlandığı hem de büyülediği ele alınmaktadır. Bireyler yeni bir uygulamayla karşılaştıklarında onu deneyimlemek için sabırsızlıkla internette vakit geçirmektedir (Neverkovich, vd, 2018). Dolayısıyla bu tür ortamlar bireylerin internette çok fazla zaman harcamalarına neden olmaktadır. İkinci aşamada ise bireyin ilk aşamadaki davranışlarına bağlı olarak internetteki kullanımın aşırılık kazanmasıdır. Bireyi büyüleyen ya da heyecanlandıran uygulamalar onun internetteki zaman yönetimini kontrolsüz hale getirebilmektedir. Bu yüzden internetteki kullanım aşırılıkla sonuçlanmaktadır. Bu aşama üçüncü aşamaya geçilmesini biraz zorlaştırmaktadır (Aydoğmuş & Yıldırım, 2019).

Hayal kırıklığı ikinci aşamanın önemli bir konusudur. Dolayısıyla ikinci aşamada bireyler uygulamaları tanıyarak alışma evresine geçmektedir. Alışma evresinin meydana gelmesiyle beraber internette yararlanma süresi azalmaya başlamaktadır. Bireylerin internet teknolojisinden aşırı bir şekilde yararlanmaları çerçevesinde hayal kırıklığı

meydana gelmektedir. Ayrıca belirli bir zaman sonra internet kullanımından sıkılmaya başlayan kullanıcılar bu eylemlerinden kaçınma eğilimi de göstermektedir. Bir sonraki aşama başlayana kadar bireyler bu tür eylemlerini devam ettirmektedir. (Cengizhan, 2005). Denge eğiliminin gerçekleştiği üçüncü aşamada ise bireyler alışkanlık haline getirdiği davranışlarından kurtularak gerçek ve sanal yaşam arasındaki belirsizliğin farkına varmaktadır. Birey bu aşamada internet teknolojisi kullanımını normal seviyeye getirerek gerçek ile sanal ortam arasındaki dengeyi kurmaktadır (Shepherd & Edelman, 2005).

1.3.3. Caplan'ın İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımı

Caplan internet bağımlılığına yönelik bu yaklaşımı psiko-sosyal eksiklik olarak da değerlendirmektedir. İnternet teknolojisi bağımlılığının pek çok çeşitli sosyal ve psikolojik değişkenleri Caplan tarafından davranışsal ve bilişsel çerçevede ele alınmaktadır. Dolayısıyla Scott Caplan bu yaklaşımda bireylerin sosyal ve psikolojik sorunlarının onları internete yönelttiğini ve buna bağlı olarak da internet teknolojisi bağımlılığına yakalandıklarını ifade etmektedir (Kurs & Grinshpoon, 2016).

Kullanıcılar gizliliği sağladığına inandığı internet ortamlarına utangaçlık hissine kapılmadan ve özgüvenli bir şekilde katılabilmektedir. Utangaçlık, yalnızlık, özgüven eksikliği ve depresyon gibi sosyolojik ve psikolojik nitelikler kullanıcılarda eksiklik duygusuna neden olmaktadır. Kişiler meydana gelen bu eksikliği gidermek için çeşitli uygulamaları elde etme çabasına girmektedir. Bireyler internet teknolojisinin kendilerine sunduğu yüz yüze iletişim sayesinde psiko-sosyal zorlukların üstesinden gelerek bu duygu eksikliğini ortadan kaldıran iletişim biçimini elde etmiş olmaktadır (Nimrod, 2013).

1.3.4. Suler İnternet Bağımlılığına Yönelik Yaklaşımı

Suler sağlıklı bir insan psikolojisinin oluşumunu onların ihtiyaçlarının ne olduğunun bilinmesi ve bu ihtiyaçların karşılanmasına bağlı olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla bireylerin yaşamlarının sürdürülebilirliği bu ihtiyaçların karşılanmasına bağlıdır. Bireylerin eksikliğini hissettiği ihtiyaçları elde edemediklerinde ya da bu eksiklikleri göz ardı ettiklerinde bağımlı olma durumları artabilmektedir (Campbell, vd., 2006). Bireylerde internet kullanım süresi onların ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadıklarına

göre değişmektedir. Bireylerin bazı konularda kendisini yeterli görmeyebilmektedir bu durum onu internet teknolojisine yönlendirerek onun bağımlı bir birey olmasına zemin hazırlamaktadır. Ancak kişinin ihtiyaçlarını doğru bir karşılaması ya da bazı konulardaki eksikliğini gidermesi sağlıklı bir internet kullanımını ortaya çıkarmaktadır (Karaman & Kurtoğlu, 2009). Grimland, & Apter, 2009).

2. BÖLÜM: SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINDA HALKLA İLİŞKİLER VE İNTERNET BAĞIMLILIĞIYLA MÜCADELEDE STK’LARIN ROLÜ

İnternet bağımlılığına dair farkındalığı artırmak ve etkili çözüm yolları önermek amacıyla STK'lar çeşitli halkla ilişkiler kampanyaları geliştirebilir. Bu kampanyalar, sosyal medya kullanımı, eğitici web siteleri, atölye çalışmaları ve seminerler ile desteklenmektedir. Bu ilişki ağını görebilmek için STK'ların ve halkla ilişkilerin ilişkisi detaylıca ele alınmalıdır.

2.1. Modernlik ve Demokrasi Açısından Sivil Toplum Kavramı

Sivil toplum kendi kendini üreten, kendi kendini besleyen, devletten özerk ve yasal bir düzen veya paylaşılan kurallar dizisiyle sınırlanan örgütlü toplumsal yaşam alanını ifade etmektedir. Sivil toplum, demokrasi ve modernlik arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır (Wiredu, 1998). Sivil toplumun bir parçasını oluşturan sivil toplum kuruluşları, demokratik ve modernizasyonu destekleyen faaliyetleri yoluyla sivil toplumun gelişmesine ve güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Mercer, 2002). Pek çok yazar kapitalist bir toplum içinde demokrasinin ve modernliğin canlı ve özerk bir sivil toplum gerektirdiğini dile getirmektedir.

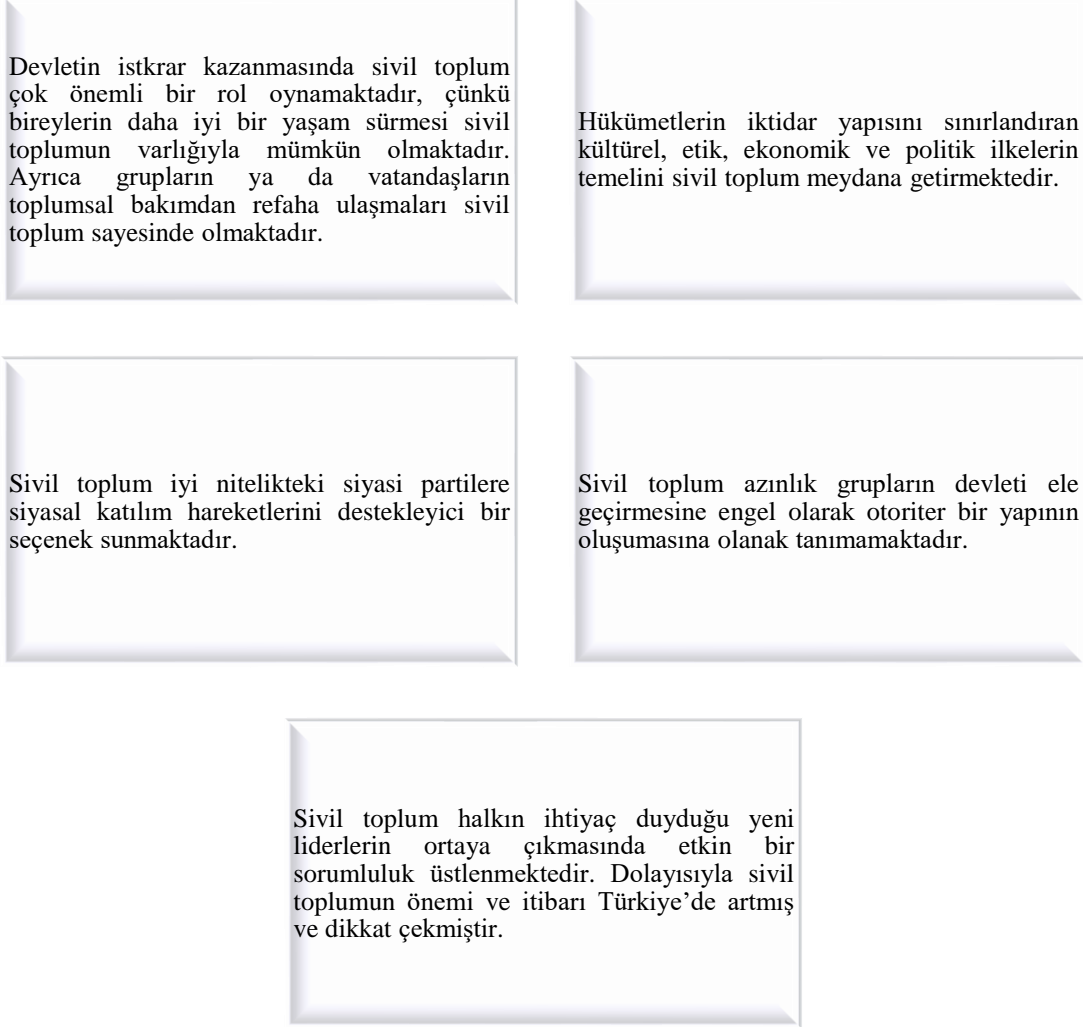
Demokratik bir yönetim sistemi sağlıklı bir sivil toplumu gerektirmektedir. Çünkü sağlıklı bir sivil toplum bu yönetim sisteminin önemli bir parçası konumundadır. Demokrasi sivil toplum kuruluşlarını daha özgür ve daha hesap verilebilir bir duruma getirmektedir. Demokrasiyle birlikte adil seçimlerin yapılması kurumlardaki vatandaşların politikada seslerini daha güçlü bir şekilde çıkarmalarına olanak tanımaktadır (Kanılmaz, 2017; Yıldırım, 2003). Demokratik bir sistem sivil toplumların kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırıcı bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla demokratik sistemlerdeki sivil toplumların bireylerin toplu tartışmalara katılabildiği, kamu politikalarını etkileyerek kamuoyu görüşü oluşturabildiği ve kendilerini ifade etme özgürlüğü elde edebildiği bir kamusal alan olarak tanımlamak mümkündür (Greenwood, 2007). Kamusal olarak nitelendirilen bu alan devlet ve aile arasında yer almaktadır. Ayrıca bu kamusal alan devletten bağımsız bir yer edinerek yasal olarak korunmaktadır. Sivil toplum alanlarında ekonomik-siyasi güç merkezleri ve bireyler arasındaki toplumsal sözleşmeler müzakere edilmektedir. Buna bağlı olarak kuruluşlar, devlet ve bireyler

arasında aktif bir iletişimin oluşmasını sağlayan sivil toplum, politikayı etkileyebilen bağımsız kuruluşların varlığını temsil etmektedir (Bartlett, 2000). Sivil toplum farklı çıkarlar doğrultusunda bir araya gelen vatandaşlar, örgütler, düşünce kuruluşları, dernekler, hayır kurumları ve inanç grupları olarak şekil alabilmekte ve bu gruplar demokrasi aracılığıyla kendilerini özgürce ifade edebilme olanağını elde etmektedir (Bernhard, 1993; Lutsevych, 2013). Bu grupların ya da kuruluşların en temel özelliği ise devletten bağımsız bir çizgide olmalarıdır. Demokrasiyle birlikte bu kuruluşlar imza kampanyaları, resmi üyelik, bağışlarda bulunma, gösterilere gönüllü katılma gibi pek çok faaliyette bulunmaktadır. Bu durum sivil toplumun eşit, canlı ve sağlıklı bir görünüme kavuşmasında ciddi bir rol üstlenmektedir.

Modern anlamda sivil toplum tanımının ortaya çıkması demokrasiyi gerekli kılmaktadır. Ancak demokrasinin varlığı birtakım kuralları zorunlu hale getirmektedir. Öncelikle vatandaşlar kendilerini siyasal ya da toplumsal hayatın bir bileşeni olarak görmelidir ve bu durumu benimsemelidir aynı zamanda bu olguyu kurumsallaştıracak ve ilerletecek bir alanda kendilerini var edebilmelidir. Bireysel olarak var olabilme, kamusal hayat kapsamında çeşitli perspektiflerin ortaya çıkmasını da şart koşmaktadır ((Kanılmaz, 2017; Scholte, 2002). Sivil toplum evrensel bir insanlık olgusunu meydana getirmektedir. Araştırmacılar insan doğasına uygun, kişisel ve toplumsal gelişmeye açık yapıyı sivil toplum olarak nitelendirmektedir. Bu açıdan evrensel insanlık ilk olarak 16.yüzyılda Avrupalı gezginlerin dünyadaki seyahatlerinden sonra kullanılmıştır ve 18. Yüzyılda devrimci etkinliklerle pekişmiş ve gelişmeye devam etmiştir. Dolayısıyla bu kişilerin bağlı olduğu milletler ya da uluslar insanlığın temsilcileri şeklinde nitelendirilmiş ve bu kapsamda bir ideolojinin ortaya çıkması sağlanmıştır (Newton, 2001; Atiker, 2012). Ancak demokratik olarak sivil toplumun ilerlemesine katkı sağlayacak kurumsal ve yasal şartların henüz Türkiye’de gelişmemesi bu konuda atılacak olan adımların gecikmesine neden olduğu belirtilmektedir.

Hanberger (2001), sivil toplumun demokratik altyapısına bağlı olarak çoğulculuğun önem arz ettiğini belirtmektedir. Kamusal alanda ne kadar çok topluluğun ve sivil örgütler yer aldığı ve bu grupların ne ölçüde çeşitliliği yansıttığı aynı zamanda birbirlerine karşı rekabete girmeksizin gelişmeyi sürdürdüğü olgusu sivil toplumların nasıl bir demokrasi anlayışına sahip olduğunu göstermektedir

Demokrasi ve sivil toplum birbirini etkileyen iki önemli unsurdur. Güçlü bir sivil toplumun ortaya çıkmasını sağlayan demokrasidir. Demokrasinin pek çok yönden şekillenmesi ise güçlü bir sivil toplumun varlığına bağlıdır. Bu etkiler ise şu şekilde:



Şekil 11: Sivil Toplumun Etkileri

Kaynak: (Velioğlu, 2009).

Sivil toplumla ilgili genellikle çoğunluk olumlu bir görüşe sahiptir. Ancak bu, bütün vatandaşların sivil toplum hakkında aynı görüşe sahip olduğunu göstermemektedir (Sommerfeldt, 2013). Sivil toplum anlayışını pozitif olarak değerlendiren fakat otoriter bir yaklaşımla ele alanların sayısı azımsanmayacak derecede fazladır. Dolayısıyla sivil toplum olgusunu bu şekilde değerlendirenler bu olgunun alanının sınırlı olmasına neden olmaktadır (Kanılmaz, 2017). Sivil toplumun öneminin bilindiği her yerde olduğu gibi

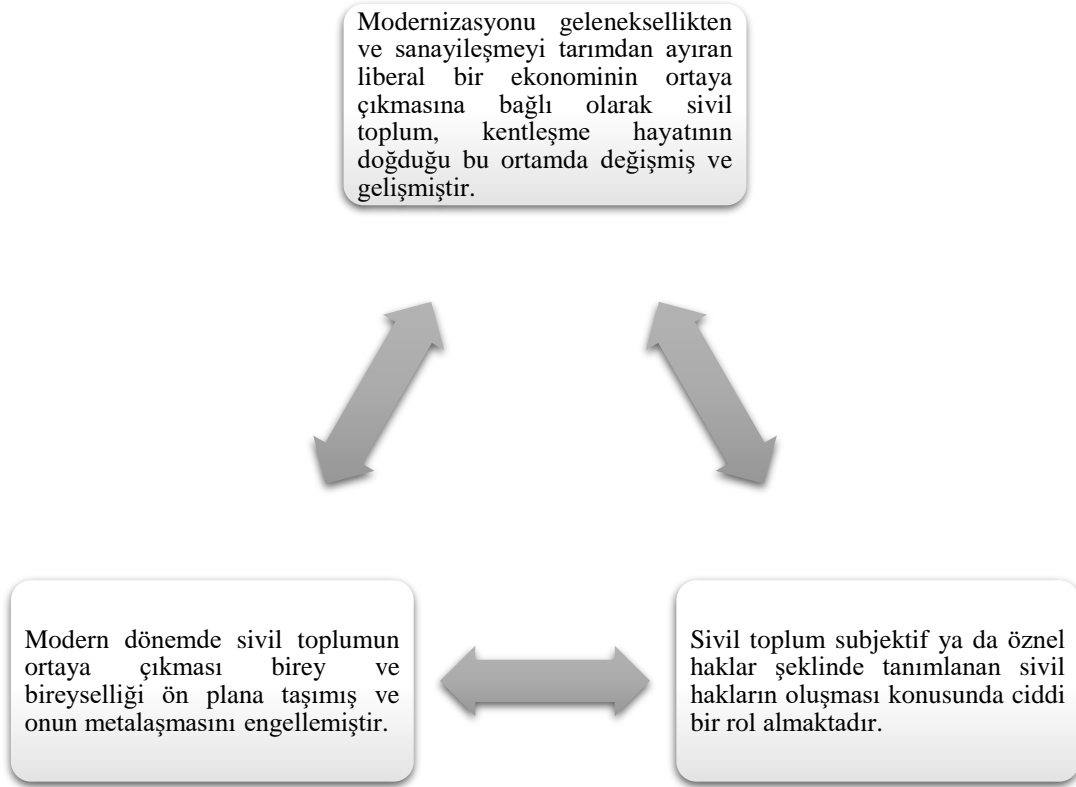
Türkiye’de de sivil toplum olgusuyla ilgili pek çok tartışmanın bulunduğunu söylemek mümkündür.

Avrupa’daki mutlak ve feodal yönetimin çöküşü modern dönemin başlamasına olanak tanıyarak sivil toplum olgusunun geleneksellikten modernliğe geçişini hızlandırmıştır. Buna bağlı olarak sivil toplum ile devlet eşdeğerliği yerini sivil toplum ve devlet karşıtlığına bırakmıştır (Kamali, 1997). Marx, Tocqueville, Hobbes ve Hegel sivil toplumu daha kapsamlı bir şekilde ele alarak bu olgunun özelliklerinin modern dönemde daha iyi anlaşılmasına olanak tanımıştır. Günümüzde koşulları ölçüsünde kendisini destekleyebilen, belirli kural ve hukuksal çerçevede devletten bağımsız olarak sosyal hayatın örgütsel alan ifadesi sivil toplumu yansıtmaktadır. Dolayısıyla modern sivil toplumu bu ifade kapsamında değerlendirmek mümkündür (Han, 2001; Kanılmaz, 2017). Modern sivil toplum kavramı ilk olarak Adam Ferguson 18.yüzyılda tanımlamıştır. Sivil toplum Ferguson tarafından medeniyetle ilişkilendirilerek ilkelik karşıtı bir ifadeyle belirtilmiştir. Bu hususta kentteki düzenin varlığı ifade edilmek istenen konudur (Şahin & Öztürk, 2008). Sivil toplum kavramında yer alan sivil kelimesi, köken olarak kent hayatına uyum sağlamış sorumlulukları ve hakları olanı temsil etmektedir. Sivil toplum modern dönemde ilk kapsamının dışına çıkarak farklı bir kapsamda değerlendirilme evresine geçmiştir. Hukuksal, düşünsel, siyasal ve sosyal bakımdan kaynaklanan değişimler ya da gelişmeler sonucunda hukuksal çerçevede tanımlanan sivil toplum ile devlet eşdeğerliği, bireysel ve bağımsız değerlerle belirtilen sivil toplum ile devlet zıtlığı şeklinde değişime uğramıştır (Keyman & İçduygu, 2003).

Sivil toplum özünde devlet ile olan karşıtlığı barındırmaktadır. Günümüzde sivil toplum literatürde devletin varlığının hissedilemediği alan olarak nitelendirilmektedir. Ancak sivil toplum bu alanla sınırlandırılmamalıdır. Bu yüzden sivil toplum olgusunu modern toplumlarda devlete zıt bir şekilde anlam sistemi, değer, söylem ve programlar üretebilecek ideolojik, örgütsel ve ekonomik niteliklere sahip sosyal topluluklar olarak görmek mümkündür. Sosyal topluluklar devlet otoritesinin uygulamalarını zorunlu hallerde kısıtlayabilecek veya değiştirebilecek gücü ifade etmektedir. Bu bağlamda örgütsel birlikteliği yansıtan sosyal toplulukların varlığının sivil toplum için ne kadar önemli olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Devletin otoritesini kısıtlayıcı ve engelleyici bir rol üstlenen sivil toplumların varlığı ciddi anlamda önem taşımaktadır. Çünkü sivil toplum bireylerin ya da halkın bazı durumlarda

devletin uygulamak istemediği bazı konuları kendi hür iradeleriyle ve aynı görüşü paylaşan gruplarla kendisini yönlendirmesine rehberlik etmektedir (Özer, 2008; Lipschutz, 1992). Bu tanıma bağlı olarak modern sivil toplumu, halkın ya da örgütlerin ihtiyaçlarını önemseyen, devletin otoritesinin dışında ama hukuksal kurallar dahilinde hareket eden gruplar, olarak değerlendirmek mümkündür (Gündüz & Mehmet, 2014; Van Dijck, vd., 2017). Sivil toplum özellikle Avrupa'nın yaşadığı otoriter düzenden modern döneme geçişte, modern toplumun özümseyici niteliklerinden birisini oluşturmaktadır. Bu konuyla ilgili ele alınan temel değerler şu şekildedir:



Şekil 12: Sivil Toplumun Benimsediği Değerler

Kaynak: (Gündüz & Mehmet, 2014).

2.2. Sivil Toplumda Örgütlenme Yapısı

Sivil toplumda örgütlenme yapısı kuruluşlardan ve örgütlenmelerden oluşmaktadır. Bu kuruluşlar ve örgütlenmeler sivil toplumun yapısıyla ilgili bize bilgi vermektedir. Vatandaşların ulaşamadığı amaçlarını aynı görüşü savunanlarla birlikte elde etmesi örgütlenmeleri, gruplar halinde hareket etmeyi ve kuruluşları meydana getirmiştir (Foley & Edwards, 1996). Belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelen bireylerin oluşturdukları

örgütler, kuruluşlar ya da gruplar pek çok kişinin hayatını önemli derecede etkilemektedir. Bireyler artık hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri olarak görülen örgütlerle ve kuruluşlarla beraberliğini sürdürmekte ve gün geçtikçe de bu örgüt ve kuruluşlarla bağına daha da güçlendirmektedir (Hall & O'Dwyer, 2017). Yıldırım'a (2004) göre, kuruluşlar ve bireyler birbirlerini karşılıklı olarak etkilemektedir. Nitekim bireylerden yoksun bir örgütün var olması mümkün değildir diğer yandan belli bir amacın gerçekleşmesinde önemli bir rol oynayan kuruluşların ya da örgütlerin yokluğu ise bireylerin soyutlanmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla örgütler vatandaşların iyi bir yaşam tarzını elde etmelerinde ve ihtiyaç duydukları unsurlara ulaşmalarında önemli sorumluluklar üstlenmektedir.

İnsan sosyal bir varlık olmasından dolayı farklı bireylerle iletişim kurma zorunluluğunu hissetmektedir. Buna bağlı olarak pek çok örgütün sadece sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir araya gelen kişiler tarafından kurulduğunu söylemek mümkündür (Eikenberry & Kluver, 2004). Diğer taraftan Yıldırım (2004), birçok örgütün bireylerin hedeflerine ulaşması, yeteneklerini geliştirmesi, daha önceki bireylerin tecrübelerinden yararlanması için kurulduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla kuruluşların varlığı bireylerin pek çok bilgiye zorlanmadan ulaşabilmeleri konusunda kolaylıklar sağlamaktadır. Lewis (2005), ise örgütlerin veya kuruluşların vatandaşlara farklı olma ve deneyim sahibi olma ile ilgili faydalar sağlayan sosyal yapılardan meydana geldiğini belirtmektedir. Bireyler örgütler sayesinde belirli alanlarda uzman hale gelerek verimli çalışmalarda bulunabilmektedir. Günümüzde bireyler ya da kitleler sivil toplum örgütlerinden gelişmeler ve değişimlere bağlı olarak daha çok beklenti içerisine girmektedir. Çünkü küreselleşme nedeniyle birçok problem ortaya çıkmıştır (Yorgun, 2011). Teknolojik gelişmelerin durmaksızın gelişmesine paralel olarak yeni yapılanmaların ortaya çıkması ve devletlerin bu yapılanmaları kontrol etmede yetersiz kalması problemlerden sadece birisini oluşturmaktadır.

Sivil toplum kavramının felsefi ve retorik olarak ortaya çıkması konusunda ve tarihsel süreçteki ilerlemesiyle ilgili birçok bulgu elde edilmiştir. Bazı araştırmacılar bu konuyu şu şekilde ifade etmektedir ve bu konular en çok kabul edilenler arasında gösterilmektedir:

Sivil toplum örgütlenme özgürlüğünün kısıtlanmadığı her yerde varlığını devam ettirebilir ve devlet korumasına da ihtiyaç duymaz.

Sivil toplum toplumların ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır ve bu örgütler ahlaki ve siyasi bir özellik taşımaktadır. Sivil toplum bireyleri bir bütün haline getirerek etkinliklerini devletten bağımsız bir şekilde yürütmektedir. Ancak bu faaliyetler belirlenmiş kurallar ve hukuksal çerçevede yerine getirilmektedir.

Şekil 13: Sivil Toplum Kavramının Felsefi ve Retorik Tartışması

Kaynak: (Keyman, 2006).

Tekeli (2012), sivil toplum örgütlerinin gönüllülük esasına dayanan kurumlar olduğunu ve hukukun üstünlüğü çerçevesinde devletten bağımsız gruplar olarak ifade etmektedir. Sivil toplum örgütleri hedeflerine ulaşmak için sahip olduğu özelliklerin ortaya çıkardığı uygulamalardan yararlanmaktadır. Ancak bu uygulamalar yasal ilkelere bağlı olarak meydana gelmiştir. Sivil toplum kuruluşları aktif ve etkili bireylerin uğraşları sonucu ortaya çıkan tüzel kişilikleri bulunmayan ve kar amacı taşımayan organizasyonlar olarak da değerlendirilmektedir (Çiftçi, 2010; Calhoun, 1993). Bu tür platformlar sivil toplum kuruluşları, dernekler ve meslek odaları gibi birçok örgütten oluşarak sosyal yaşamın kalitesini artırma amacını gerçekleştirmek için uğraş vermektedir (Ghaus-Pasha, 2005). Ayrıca bu tür platformlar kendi bünyesinde bir araya gelen bireylerin ihtiyaçlarını kamuoyuna iletilmesinde ve gerekli işlemlerin yapılması konusunda önemli sorumluluklar üstlenmektedir.

Sivil toplum kuruluşları insan haklarının savunulması konusunda önemli görevler almaktadır ancak bu kuruluşlar örgütlenme özgürlüğü kapsamında birtakım hak ihlalleriyle karşılaşmaktadır (Şenkal, 2003). Dernekler, vakıflar ve meslek odaları doğrudan ya da dolaylı bir şekilde örgütlenme ve ifade özgürlüğünü kısıtlayıcı uygulamalara maruz kalmaktadır.

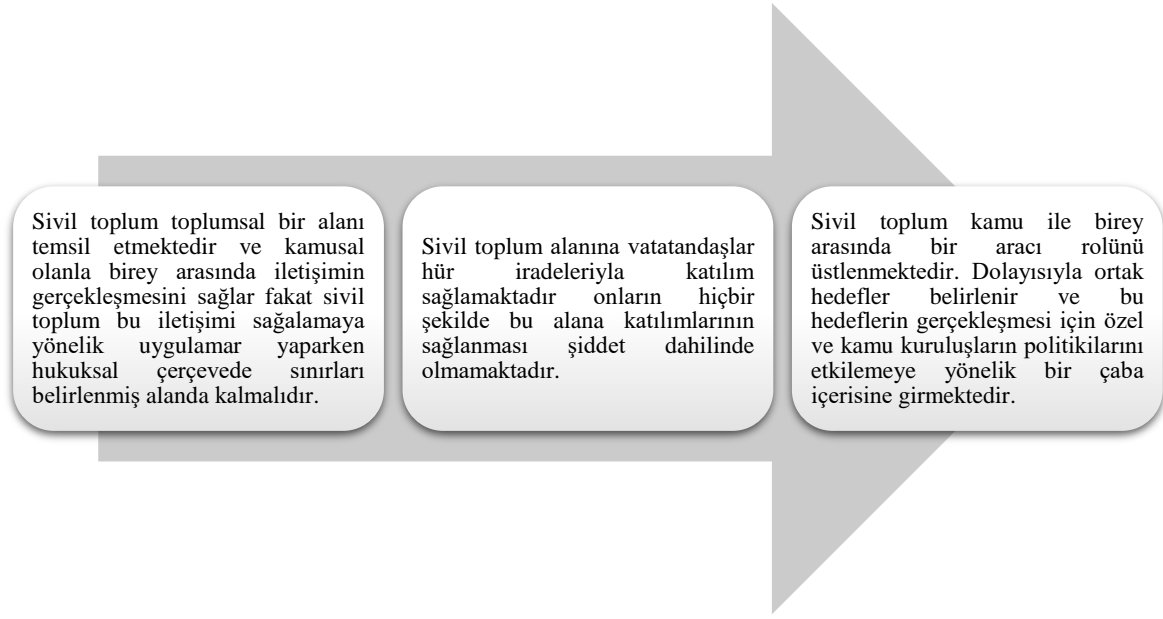
Demokrasiye bağlı olarak toplum ve devlet ilişkisi şekillenmiştir ve siyasal etkinliklerden yararlanmak için de demokratik süreçler meşru bir zemin kazanmıştır. Dolayısıyla toplum

ve devlet ilişkisinin doğru bir şekilde devam edebilmesi için gerekli olan devlet otoritesinin sürekliliği devam etmiştir. Ancak demokrasinin az gelişmiş ya da olmadığı ortamlarda toplumların örgütlenme konusunda pek çok güçlükle karşılaştığı bilinmekte ve belirtilmektedir (Nowland-Foreman, 1998; Kanılmaz, 2017). Sivil toplum kuruluşları demokrasinin sunduğu olanaklar çerçevesinde kişilere düşüncelerini özgürce ifade edebilecekleri ve hukuksal çerçevede bağımsız davranışlarda bulunabilecekleri bir ortam sağlamaktadır.

Sivil toplum kendisini değerlendirebilen, örgütleyebilen ve bunu yansıtabilen bir olgudur. Dolayısıyla sivil toplum kamu ve özel kuruluşların faaliyetlerini engelleyebilme ve hatta bunların karşısında durabilme niteliğini taşımaktadır (Hauser, 1998). Kamu ya da özel kuruluşlar herhangi bir kısıtlama kararında sivil toplumun kendilerine yönelik tepkisiyle karşılaşmaktadır (Kanılmaz, 2017). Sivil toplum kuruluşları bu tür uygulamalarda birlikteliğini güçlü bir şekilde karşı tarafa göstererek olumsuz durumları azaltmayı ya da ortadan kaldırmayı hedefleyici yönde eğilim göstermektedir.

Sivil toplum, toplumda var olan kuruluşların eleştirilmesi konusunda yardımcı bir rol üstlenmektedir ve toplumsal kategoride önemli bir yeri olan vatandaşların varlığını temsil eder ve onların varlığına ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla sivil toplumun sorgulayabilme, iktidarın uyguladığı yanlış politikalarla ilgili uyarabilme ve bunun için gerekli etkinliklerde bulunabilme özellikleri bulunmaktadır (Erdem ve Öztaş, 2015). Sivil toplum hükümetlerin uygulamalarına karşı gelebilir ancak bu durum onun iktidarlar kadar bir güce sahip olduğunu kanıtlamaz. Buna bağlı olarak sivil toplumun eleştirebilme özelliği kapsamında bir düşünce sistemine sahip olduğu ifade edilmektedir (Greenwood, 2007; Ekiert & Kubik, 2014).

Sivil toplumun özellikleri şu şekilde ifade edilmektedir:



Şekil 14: Sivil Toplumun Özellikleri

Kaynak: (Erdem ve Öztaş, 2015).

Sivil toplum eleştirel özelliğinden dolayı baskıları kabul edebilecek bir niteliği yansıtmaz. Sivil toplumun sorgulayıcı özelliğinin gelişmesi ve devam etmesinde ise medya tamamlayıcı bir görev almaktadır (Chamberlain, 1993). Çünkü medyanın da sorunların çözümünün kolaylaşmasında, bireyleri belirli hedefler doğrultusunda bir araya getirebilme gibi sivil toplumla eşdeğer nitelikleri bulunmaktadır. Hatta medyayı sivil toplumun başka bir ifadesi olarak da değerlendirmek mümkündür.

Sivil toplum olgusu eski dönemlerden itibaren Avrupa geleneğinin bir parçasını oluşturmaktadır ve sivil toplumun ortaya çıkmasında burjuvazi hareketlerin çok büyük bir katkısı olmuştur (Fukuyama, 2001). Ticari faaliyetlerin gelişmesine paralel olarak kent yaşamı ilerleme göstermiş ve otoriter yapıların dışında oluşumlar meydana gelmiştir. Otoriter yapıların uygulamaları nedeniyle bireyler ya da halk nezdinde sorgulamalar artmış bu kapsamda kollektif yapılanmaların ortaya çıkması hızlanmıştır (Hasegawa, vd., 2007; Tumay & Okatan, 2015). Bu çerçevede sivil toplum olgusunun feodal yapılanmalardan bağımsız olarak sivil özgürlükleri benimseyici ve savunucu nitelikler taşıdığını söylemek mümkündür.

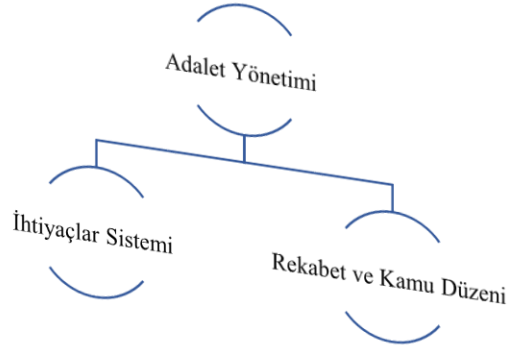
Sivil toplumun modern anlamda değerlendirilmesi ise 12. Yüzyıla rastlamaktadır. Fakat Aristo sivil toplum olgusunu kavramsal açıdan ele alan ilk kişi olarak bilinmektedir. Dolayısıyla vatandaşların güvenli bir şekilde yaşamlarını devam ettirebileceği, hayatın

anlamının değer kazanacağı açıklamalarını Aristo'nun politika adlı eserinde görmek mümkündür (Tamer, 2010). Sivil toplum kavramı Latince bir kelimedenden türeyerek 15. Yüzyılda asıl anlamına kavuşmuştur. Aristo önemli eserinde sivil toplumu ağdaş bir toplum olarak değerlendirmiş sivil ve toplum kelimelerini aynı anlama gelecek biçimde kullanmıştır. Bu ifadeler insan değerlerini belirli düşünceler doğrultusunda savunan birçok önemli düşünür tarafından da benimsenmiştir (Aslan, 2010).

Rousseau, Hobbes ve Locke'un sivil ve toplumun da içerisinde yer aldığı toplumsal sözleşme düşüncesinin gelişmesinde ve sürdürülmesinde çok önemli katkıları bulunmaktadır. Toplumsal sözleşmede bireylerin haklarını savunucu terimlere rastlamak mümkündür ve burada devlet-sivil kavramları bir birliktelik içinde kullanılmaktadır (Yildirim, 2003). Hobbes sivil toplum kavramının doğal durumlardan ayrılması konusunda görüş belirterek belirsizliği barındıran ortamlardan uzak durulması konusunda ifadeler kullanmaktadır. Çünkü bu tür ortamların tartışmasız bir biçimde çatışmayı ortaya çıkardığını belirtmektedir. Buna bağlı olarak bu şartlar dahilinde rekabette bulunan bireylerin birbirlerine zarar verici faaliyetlerde bulunabileceğini ve birbirlerine karşı üstünlük kurma çabalarına girişebileceklerini belirterek problemlerin kesin olarak ortaya çıkacağını açıklamaktadır (Barbak, 2015). Bu tür problemlerin ortaya çıkmasını engellemek içinse vatandaşları kontrol altına alabilecek bir mekanizmanın varlığı önem taşımaktadır. Bu sistemin oluşmasına katkı sağlayacak koşullar bireylerin potansiyellerini bir örgütte birleştirmeleriyle elde edilmektedir (Sağlam, 2020). Bu durumu modern bir döneme geçişi kolaylaştıracak olarak değerlendiren Hobbes bu sayede insanlığın ağdaş bir seviyeyi elde edebileceği konusunda düşüncesini ifade etmektedir.

2.3. Marx, Gramsci ve Hegel Perspektifinden Sivil Toplum

Hegel sivil toplumu herkesin kendi amaçlarını gerçekleştirmek için bir araç olarak kullanması olarak görmektedir. Dolayısıyla sivil toplum Hegel tarafından kendi gereksinimlerimizin karşılanması konusunda başkalarının ihtiyaçlarından yararlandığımız şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca rgtlerde, grupta ya da derneklerde bireylerin ortak ve özel çıkarlar gibi belirli amaçlar için bir araya geldiklerini ifade etmektedir (Stillman, 2012). Hegel sivil toplumu  aşamaya ayırmaktadır:



Şekil 15: Sivil Toplum Aşamaları

Kaynak: (Pietrzyk, 2001).

Sivil toplum bireylerin iş bölümü yapabildikleri, mülkiyet güvenliğini sağlayabildikleri ve hukuksal çerçevede ihtiyaçlarını karşılayabildikleri alan olarak tarif edilmektedir. Hegel bu ihtiyaçların karşılanması konusunda örgütteki kişilerin karşılıklı olarak birbirlerine bağımlı oldukları görüşünü savunmaktadır (Goonewardena & Rankin, 2004). Sivil toplumu ekonomik bir alan olarak değerlendiren Hegel kişilerin burada kendi ihtiyaçlarını karşılama ve kendi aralarındaki ilişkileri tatmin etmeye yönelik faaliyetlerde bulduklarını belirtmektedir. Buna bağlı olarak Hegel sivil toplumu herkesin sadece kendi çıkarlarını korumak için uğraş verdikleri bir alan olarak vurgulamaktadır (Kain, 2014). Hegel sivil kavramının tanımını örgütlerin veya toplumun kendine özgü bakış açısı, yaşam tarzları ve ilgileri kapsamında zümrelere veya sınıflara bölünmesi olarak dikkate almaktadır (Sayers, 2007). Dolayısıyla bu sınıfların veya zümrelerin doğal toplum ile devlet arasında kalıcı bağlantıların ve dolayımının sağlanmasında etkin bir görev aldığını ifade etmektedir.

Hegel kurumları, örgütleri, dernekleri ve grupları örgütlenme özgürlüğünün yapısının ve modernliğin temel taşı olarak görmektedir. Hegel herhangi bir zorlamaya maruz kalmadan oluşan kurumların bireylere ilgi alanları ve mesleklerine göre örgütlenme olanağı sunduğunu belirtmektedir (Anderson, 2001; Aslan, 2010). Diğer yandan bir bireyin herhangi bir grupta ya da örgütte yer almadığı takdirde kendisinin tek başına bir anlam ifade edemeyeceğini ve bir öneminin olamayacağı konusunda bilgi vermektedir. Hegel ayrıca gönüllü olarak oluşan örgütler aracılığıyla bireylerin bencilce amaçlarının evrensel bir boyuta dönüştüğünden söz etmektedir (Chong, 2006).

Hegel sivil toplum ve devlet arasındaki bağlılığa da vurgu yaparak sivil toplumun her ne kadar devletten daha fazla önem arz etse de ya da mantıksal düzeyde öncelikli olsa da

sonuç olarak sivil toplumun kendi varlığının sürdürülmesi konusunda devlete bağımlı olduğunu ileri sürmektedir (Wood, 2017; Kaldor, 2003). Dolayısıyla devletin bireyle ilişkisinin ihtiyaca dayalı sivil toplumdan oldukça farklı olması nedeniyle devletin sivil toplumla karıştırılmayacağını vurgulamaktadır. Hegel sivil toplumun devletin ötesine geçmediğini, yoksulluk gibi ciddi problemlere çözüm bulamadığını ifade ederek bu olgunun zenginlik ile bireysel refah arasındaki karşıtlıkları barındıracak ve doğası gereği kendisini istikrarsız kılacak kadar keskin olduğunu iddia etmektedir (Arato, 2014). Böylece Hegel, sivil toplumun devlete bağlı olduğu ve ondan ayrı düşünülemeyeceği sonucuna varmaktadır.

Hegel sivil toplumu tarihsel gelişimin nesnesi olarak ortaya koyarak bu kavramın dönüştürülmesine rehberlik etmektedir. Böylece sivil toplumu devletten farklı ama özel çıkarların bir diyalektik içerisinde birbirini etkilediği alan olarak tarif etmektedir (Calabrese, 2004). Hegel Locke ve Ferguson gibi sivil toplumun bireylere özgürce faaliyetlerde bulunabileceği koşulları elde edebilmesine yardımcı olabileceğini düşünüyordu. Bu kapsamda sivil toplumun üyeleri olarak bireyler özgürlüğün daha yüksek bilincini tecrübe etme fırsatına kavuşacaklardır (Bayhan, 2002).

Marx ise on sekizinci yüzyıl sivil toplum teorisyenlerinin ortaya koyduğu sorunların çözümünü sivil toplum ile devlet arasındaki ayırma değil, devlet ile toplum arasındaki bu ayırmanın ortadan kaldırılması gerektiği konusunda görüş belirtmektedir (Hunt, 1987). Bu görüş Marx tarafından ulaşılmaması gereken bir arzu olarak görülmektedir. Marx, bireyler arasındaki birliğin sağlanmasında ve gerçek özgürlüğün elde edilmesinde devlet ile sivil toplum arasındaki ayırmanın ortadan kaldırılması gerekliliği düşüncesine sahiptir (Özkul, 2017).

Marx sivil toplumla ilgili sadece olumlu yönünün olduğu kanısına karşı çıkmaktadır bu yüzden Hegel'in özellikle sivil toplum olgusuyla ilgili dile getirdiği olumsuzlayıcı düşüncesine odaklanmaktadır. Böylece bireylerin sivil toplumu kendi öznel çıkarlarını elde etme doğrultusunda bir araç olarak kullandıklarını ve bu amaçlar doğrultusunda bir araya gelen kişilerin kesin bir şekilde toplumdan ayrılmış ve soyutlanmış vatandaşlar olduklarını ifade etmektedir (Halifeoğlu & Yetiş, 2013). Ayrıca bu alanda vatandaşların kendilerini tatmin etme amacıyla kavuştukları ayrıcalıkların sadece sözde insan haklarından ibaret olduğunu dile getirmektedir. Dolayısıyla bu alanda ulaşılan ayrıcalıkların insanların haklarından uzak bir görüntü verdiğini ve bu alanın bireyler

dışında bir kapsam olarak görüldüğünü belirtmektedir (Lafferty, 2000). Bu tür topluluklardaki bireyler arasındaki bağlar genellikle gereksinimler, özel çıkarlar ve zorunluklar nedeniyle oluşmaktadır. Dolayısıyla malların korunmasının önceliği ve bencilce kişilik Marx'a göre burada kaçınılmazdır ve vazgeçilmezdir (Kaynar, 2005).

Ekonomik gelişimler ve refahın artması bireylerin gerçek anlamda bir topluluğa erişmesini engelleyerek onların karakterinin zayıflamasına neden olmuştur (Anheier, vd., 2001). Marx özellikle politik özgürleşme adı altında bağımsız olan bireylerin sivil toplumun bir üyesi haline getirilerek ahlaki bir kişiye indirildiği ancak bu tür bir özgürlüğün gerçeklikten uzak bir özgürlük olduğu hususunu açıkça belirtmektedir. Marx'a göre bireyler kendi yeteneklerinin ve güçlerinin farkında olmalı ve toplumsal güçleri kendisinden ayrı bir güç olarak görmemelidir (Paffenholz, 2010).

Marx, Hegel'in sivil toplumla ilgili açıklamalarını kabul etmektedir ancak onun toplumsal yaşamın en temel iki ögesi olan devlet ve aile hakkındaki görüşlerini önemsememektedir. Marx toplumun ekonomik bakış açısıyla ele alındığında bu ortamdaki bireylerin öncelikli olarak kendi amaçlarını gerçekleştirmek için bir araya geldiklerini savunmaktadır (Biber, 2009). Sivil toplum alanı bu bireyler için sadece bir araç olarak kullanılmaktadır ve grup dayanışması burada oldukça zayıftır. Marx insanlığın kendisini geliştirebilmesinin ön koşulunu belirli bir sınıf olan proletaryanın kendisini toparlayabilmesine bağlamaktadır. Marx'a göre sınıfların ortadan kalkması bunların oluşmasında aracı bir rol üstlenen devletin de ortadan kalkacağını varsaymaktadır (Arslaner & Hamdemir, 2007). Dolayısıyla sivil toplum ve devlet arasında sürdürülebilir bir bağın oluşmasında bireylerin yabancılaştırılmasından ziyade onların toplumla gerçek bir birlik içerisinde olması önem taşımaktadır.

Hegel ve Marx'ın yanı sıra sivil toplumla ilgili önemli düşünürlerden bir tanesi Gramsci'dir. Sivil toplumun üst yapıyla özdeşleştirilmesi gerektiğini savunan Gramsci özellikle Orta Çağ Avrupa'sında bu olgunun yönetici sınıf tarafından hegemonik bir aygıt olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Ayrıca sivil toplumun maddi ilişkileri içerdiğinin yanı sıra kültürel ve ideolojik ilişkileri de barındırdığını savunmaktadır (Bobbio, 2014). Gramsci'ye göre sivil toplum siyasi parti, sendika ve dernek gibi özel örgütlerden meydana gelmektedir (Landau, 2008). Ayrıca Sivil toplum içindeki hegemonik sistemde bireylerin birbiriyle özel bir iletişim geliştirdiklerini varsaymaktadır. Bu yönüyle de sivil toplumu özel bir alan olarak nitelendirmektedir. Farklı bir bakış açısıyla yaklaştığında bu

olgunun var olan sistemde kendisini devamlı bir şekilde ürettiğini ve belirli sınıfların bazı aygıtlarla kamu ideolojisini oluşturduğunu iddia etmektedir (Morera, 1990). Gramsci'nin sivil toplumu hegemonik mücadelelerin olduğu bir alanı kapsamaktadır. Dolayısıyla toplumsal düzeyde kolektif bir iradenin oluşmasına yönelik stratejiler geliştirmek için örgütlerin uzlaşmacı bir koşulu taşıması gerektiği belirtilmektedir.

Sivil toplum Gramsci tarafından işçi sınıflarının hem hegemonya karşıtı bir anlayış geliştirmesi hem de ortak bir iradenin oluşabileceği bir alan şeklinde değerlendirilmektedir. Buna bağlı olarak sivil toplumun geliştirilmesi gereken bir alan olduğunu belirtmektedir (Katz, 2006). Ancak bu alanın sadece belirli zümreler tarafından oluşturulmaması gerektiğine dolayısıyla karşılıklı bir ilişki içerisinde ve toplumsal düzen çerçevesinde bir anlayışın ortaya çıkmasını sağlayan grupların varlığıyla sağlanabileceğinin önemine işaret etmektedir (Dikici-Bilgin, 2009). Sivil toplumu bir mücadele alanı olarak tarif eden Gramsci kültürel veya ideolojik faaliyetleri geliştirmekte yetenekli olan farklı zümrelerin de bu alanda çalışmalar yapabileceğini vurgulamaktadır. Gramsci sivil toplum alanının aslında hem demokratikliği barındırdığını hem de bu alandaki uygulamaların belirli bir disiplin dahilinde gerçekleştiğini ve aynı zamanda bir sömürü alanı olduğu konusunda görüş bildirmektedir (Anjum, 2010).

2.4. Türkiye'de Sivil Toplum ve Karşılaştığı Problemler

Türkiye'de sivil toplum ve siyasi yönetim arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla bir sivil toplum oluşma aşamasında siyasal ve hukuksal engellerle karşılaşabilmektedir. Bu açıdan Türkiye'deki sivil toplumların önünde duran engeller şu şekildedir:



Şekil 16: Sivil Toplum Engelleri

Kaynak: (Kanılmaz, 2017).

Sivil toplumların otoriter yapıların baskısıyla karşılaşmadan gelişimini özgürce sürdürebilmelidir. Demokratik ortamlarda sivil toplumların varlığını güçlendirerek devam ettirebilmeleri mümkündür. Ancak devlete bağımlı olan ve özerk bir yapıya kavuşmayan sivil toplumların devletin ideolojileri dışında hareket etmeleri ve düşüncelerini açık bir şekilde ifade etmeleri olanaksızdır. Bu yüzden bağımsız sivil örgütlenmelerin devletten bağımsız demokratik ve hukuksal ilkeler çerçevesinde gelişmelerine devam etmeleri gerekmektedir ((Gümüş, 2014; Çakır, 2008).

Türkiye’de sivil toplum hem gelişmekte hem de değişmektedir. Bu durum sivil toplumların zayıf ve güçlü yönlerinin ne olduğu konusunda bilgiler elde edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda sivil toplumun zayıf yönleri şu şekilde sıralamak mümkündür:



Şekil 17: Sivil Toplumun Zayıf Yönleri

Kaynak: (Akçeşme, 2013).

21. Yüzyılda Türkiye’de olduğu gibi Osmanlı İmparatorluğu’nda da sivil toplumun siyasi toplumdaki ayrılması söz konusu değildir. Çünkü Osmanlı toplumu güçlü devlet

gelenekleri kapsamında siyasi bir rejimle yönetilmekteydi. Merkezi yönetimin otoriter yapısına bağılı olarak da siyasi ve sivil toplum birbirinden ayrı bir özellik göstermemiştir (Çaha, 1994). Osmanlı Devleti'nde serbest piyasaya ve özel mülkiyete dayalı bir ekonomik sistem görülmemektedir bu yüzden sivil toplum merkezi yönetimden ayrı düşünülmemiştir. Ancak Osmanlı İmparatorluğu'nda önemli bir yeri olan ve günümüzde hala varlığını sürdüren tarikatlar, vakıflar, dini cemaatler ve loncalar gibi kuruluşlar sivil toplum çerçevesinde değerlendirilmektedir (Buluş, 2009). Bu örgütler olağanüstü bir durum söz konusu olmadığı sürece devlete bağılı bir şekilde varlıklarını devam ettirmişlerdir. Bu örgütler o dönemde devleti öncelikli bir yerde konumlandırarak devletle olan ilişkilerini her zaman üst düzeyde tutmuşlardır (Aslan, 2010). Osmanlı İmparatorluğu sivil toplum bakımından değerlendirildiğinde üç önemli özellik görülmektedir:



Şekil 18: Osmanlı Devleti'nde Sivil Toplum

Kaynak: (Akçeşme, 2013).

Bu açıklamalar kapsamında Osmanlı İmparatorluğu'nda vakıflar, cemaatler ve loncalar sivil toplumun temelini oluşturan örgütler olmuştur. Merkez yönetimin belirlediği sınırlar dahilinde varlığını sürdüren bu yapılar toplumsal sistemin düzenlenmesinde önemli rol almışlardır. Ancak siyasi otoriteye bağımlı olan bu örgütlerin yönetimdeki uygulamalara bağılı olarak bağımsızlığından ödün verdikleri belirtilmektedir (Çakıcı & Çakıcı, 2020). Bu durum onların merkezi yönetime çok daha fazla bağımlı hale gelmelerine neden olmuştur. On dokuzuncu yüzyıldan sonraki gelişmelerle birlikte devlet yönetimi

yenileşme hareketlerini sadece merkezle sınırlı tutarak diğer kesimlerin bu durumdan yeterince yararlanmalarına sebep olmuştur. Bu yüzden sivil toplum örgütleri canlılıklarını kaybetmişlerdir (Arslan, 2018).

Cumhuriyetin ilanından belirli bir döneme kadar Türkiye çağdaşlaşma çerçevesinde tüm kurumların bu yönde bir eğilim göstermelerini istemiştir. Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde yenileşme hareketlerine bağlı olarak nispeten de olsa sivil toplum kuruluşlarında bir canlanma görülmüştür. Ancak Türkiye'de özellikle ilk dönemlerde toplumu Batılılaştırma doğrultusunda atılan adımlar Osmanlı geleneğini sürdüren birçok sivil toplum örgütünün zarar görmesine neden olmuştur (Aslan, 2010). Çağdaşlaşma aşamasında yöneticilerin kaynaşmış ve sınıfsız bir toplumu meydana getirme anlayışı, farklı düşünceler doğrultusunda sivil toplum örgütlerinin kurulmasını zorlaştırmıştır. Bu durum ise üniter bir yapının oluşumunu kolaylaştırmıştır (Talas, 2011).

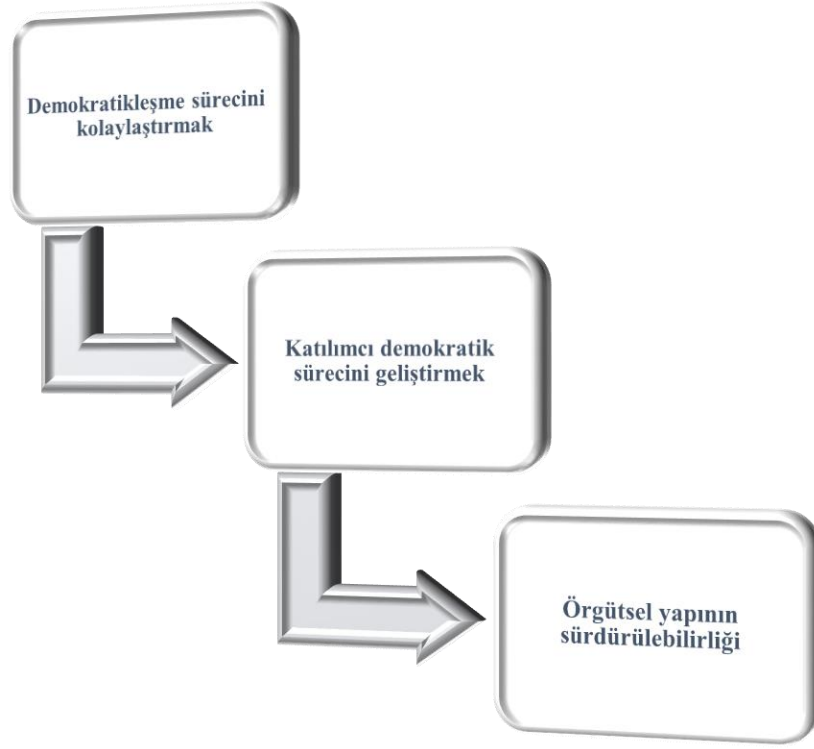
Türkiye'de çok partili döneme geçiş beraberinde sivil toplum örgütlerinin canlanmasını da getirmiştir ve sivil toplum örgütlerinin önündeki engeller az da olsa ortadan kalkmıştır. Türkiye'de özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinde sivil toplum örgütleriyle ilgili büyük gelişmeler görülmüştür. Ancak bu gelişmeler Türkiye'nin sosyal ve ekonomik yapısından dolayı yeterince desteklenmemiştir (Hirai, 2007). 1980 yılında Türkiye'de meydana gelen gelişmelere bağlı olarak demokrasiyi önceleyen adımlar atılmıştır ve bu durum sivil toplum olgusunu güçlendirmiştir. Çünkü sivil toplum ve demokrasi birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir (Zariç, 2018).

Türkiye'de sivil toplum örgütlerinin tam anlamıyla güçlenmesi sivil ve liberal bir kültürün ortaya çıkmasıyla olmuştur. Bürokrasinin yetkilerinin sınırlandırıldığı bu süreçte özelleştirme ve serbest piyasa politikaları uygulanmış ve sivil toplum örgütlerinin çoğalması hız kazanmıştır. Bu dönemde devletin ekonomi üzerindeki etkinliği azalmış batı ve bazlı toplumsal özgürlükler artmıştır (Özkiraz & Arslanel, 2015). Ayrıca demokratik değerler çerçevesinde toplumu bütünleştirici politikalar üretilmiştir. Sivil toplum örgütleri ise bu süreçte demokrasinin uygulanması açısından görevlerde bulunarak sivil kültürün daha da çok benimsenmesi konusunda birey haklarını ön plana çıkarmıştır. Sivil toplum örgütleri serbest piyasa ekonomi politikaların desteklenmesi konusunda devletin yanında yer alarak kendisinin bağımsızlığını önceleyici adımlar atmıştır (Akçeşme, 2013).

20. yüzyılın son döneminde Türkiye’de demokrasi talepleri ve liberal politikalar artış göstermiştir. Sivil toplumun bu süreçte etkisinin artması demokrasinin kurumsallaşmasını kolaylaştırmıştır. Demokratik ölçütlerin benimsenmesi, sivil kültürün gelişmesi sivil toplumun varlığını sürdürmesinde etkili olan özelliklerdir (Sağlam, 2020). Ancak STK’ların bu dönemde iktisadi durumlardan dolayı devlet imkanlarından faydalanarak sürekliliğini korudukları ifade edilmektedir. Bu durum ise STK’ların sivil toplumun gelişmesinin önündeki en büyük engel olarak tanımlanmasına yol açmıştır. Göz önüne alındığında demokratik, bağımsız ve sağlıklı bir sivil toplumun sürdürülebilirliğini sağlaması toplumun kendisini baskıcı yönetimlerin yönlendirmesinden kurtarmasına bağlıdır (Acar, 2010).

Günümüzde sivil toplum örgütleri dikkatlerini ekonomik ve örgütsel kapasite problemlerine yoğunlaştırmaktadır. Dolayısıyla bu örgütler demokratikleşme sürecinin gelişmesi ve sivil toplumun haklarının genişletilmesi konusunda yeterli bir uğraş vermemektedir. Bu durum sivil toplum kuruluşlarının işleyişinin bozulmasına ve onların devletle olan ilişkisine zarar vermesine neden olmaktadır. Ayrıca bu kuruluşlar herhangi bir toplumsal problemle karşılaştığında toplumu bu sorunların çözümünde aktif bir rol almalarını sağlamada yetersiz kalmaktadır. Bu yüzden kuruluşların veya örgütlerin bu tür sorunların aşılmasına yardımcı olabilecek faaliyetlerde bulunması önem arz etmektedir. STK’ların kendi içerisinde demokratik bir çerçevede çözüm önerileri konusunda görüş belirtmeleri ve buradaki bireylerin bir birliktelik içerisinde hareket etmeleri söz konusu faaliyetler arasında yer almaktadır (Ercan, 2002; Keyman, 1996).

Türkiye’deki sivil toplum katılımcı demokrasi taleplerini önemseyen, demokrasinin gelişmesine katkı sağlayan ve bireysel özgürlüklerin artmasını destekleyen gruplardan oluşmaktadır. Türkiye’de sivil toplum birkaç özellik üzerinde temellendirilmektedir:



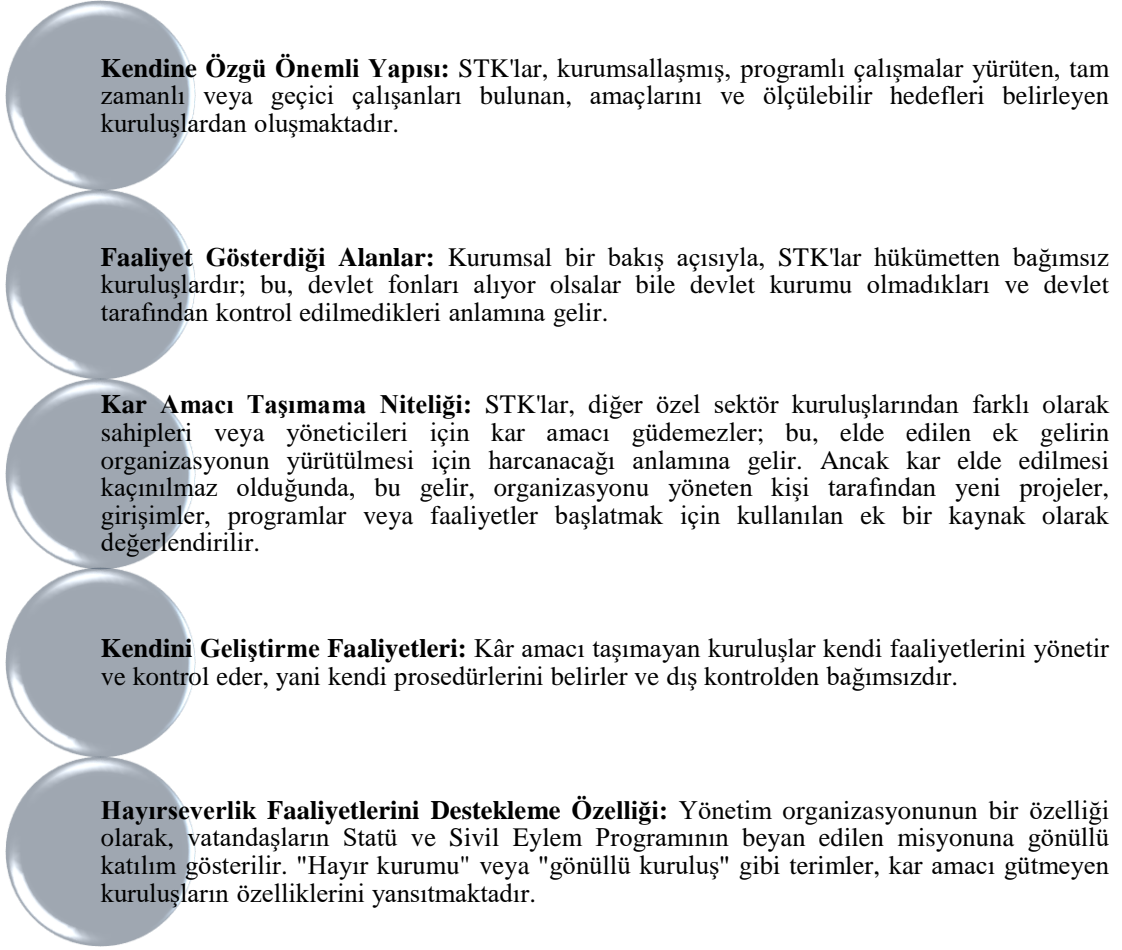
Şekil 19: Sivil Toplum Özellikleri

Kaynak: (Özkul, 2017).

Bu özellikler sivil toplum kavramının farklılaşmasını sağlayıcı niteliktedir. Dolayısıyla sivil toplumun sahip olduğu bugünkü yapısı dikkate alındığında hem çoğulculuğu hem de çok boyutluluğu barındırdığı belirtilmektedir.

2.5. Sivil Toplum ve Halkla İlişkiler

Sivil toplum, kamusal alan ve özel alan arasında varlığını sürdüren, üretebilen ve destekleyebilen özellikleriyle belirli kurallara bağlı, özerk bir alan olarak ifade edilmektedir (Duhalm, 2010). Dolayısıyla sivil toplum kuruluşları, sivil toplum alanında varlıklarını devam ettirmekte ve devlet yönetiminden bağımsız bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının başlıca özellikleri şu şekilde özetlenmektedir:



Şekil 20: STK'nın Özellikleri

Kaynak: (Özer, 2008).

Sivil toplum kuruluşları, kendine yardım eden gruplar, toplumun gelişimi için bir araya gelen gruplar, gönüllü kuruluşlar, profesyonel organizasyonlar, sendikalar ve eğitim grupları çerçevesinde faaliyet göstermektedir (Lewis, 2014). Sivil dernekler, geleneksel, etnik ve dini açılardan hayır kurumu ve etniksel yardım kuruluşu olarak da faaliyetlerde bulunmaktadır. Diğer yandan, STK'lar dini veya laik, devlete dayalı baskı grupları ve dini gruplar ile etnik azınlık haklarını savunan geleneksel ve dini kuruluşlar olarak da

varlığını sürdürmektedir. Sivil toplum kuruluşları, iç ve dış iletişimlerini sürdürmek amacıyla günümüzün en önemli uygulama alanlarından biri olan halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanmaktadır. STK'lar, hedef kitesini veya toplumu olumsuz durumlardan haberdar etmek ya da onları bu konular hakkında bilgilendirmek amacıyla halkla ilişkiler kampanya araçlarından yardım almaktadır (Bıçakçı, 2021).

Araç Türü	Geleneksel Halkla İlişkiler Araçları	Dijital Araçlar	Kampanya Araçları
Yazılı İçerikler	Basın bültenleri, Broşürler, Flyerlar	Bloglar, Makaleler	E-posta pazarlama
Görsel ve İşitsel Materyaller	Reklam panoları, Afişler, Broşürler	Videolar, Podcast'ler, İnfografikler	Webinarlar, Online etkinlikler
Etkinlikler ve Eğitimler	Halkla ilişkiler etkinlikleri, Seminerler	Web seminerleri, Canlı yayınlar	Çalıştaylar, Konferanslar
İlişki Yönetimi	Kişisel ilişkiler, Ağ oluşturma	Sosyal medya etkileşimleri, SEO	İş birliği
Geribildirim	Anketler, Toplantılar	Online anketler, Sosyal medya analizi	Geri bildirim formları

Tablo 1: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sivil toplum kuruluşları (STK), toplumsal sorunlara dikkat çekmek, kamuoyu farkındalığını artırmak ve sosyal değişim sağlamak için çeşitli halkla ilişkiler araçlarından yararlanmaktadır. STK'lar, basın bültenleri, broşürler ve flyerlar gibi geleneksel medya kanallarını kullanarak geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu içerikler genellikle somut bilgiler ve resmi açıklamalar sunmaktadır. Dijital ortamda ise bloglar ve makaleler aracılığıyla daha kapsamlı bilgilendirme yapılır ve belirlenen hedef kitlelerle derinlemesine etkileşime girilmektedir (Duhalm, 2010). E-posta pazarlama, yazılı içerikleri belirli hedef kitlelere doğrudan ulaştırmak ve kampanyaları izlemek için kullanılmaktadır. Görsel ve işitsel materyaller, iletilen mesajların anlaşılmasını ve akılda kalmasını kolaylaştırmaktadır. Geleneksel araçlar arasında reklam panoları ve afişler yer alırken, videolar, podcast'ler ve infografikler gibi dijital araçlar geniş kitlelere ulaşmayı sağlamaktadır. Webinarlar ve online etkinlikler, interaktif öğrenim ve bilgilendirme imkanı sağlamaktadır. STK'lar, etkinlikler ve seminerler düzenleyerek doğrudan

kitlelerle etkileşime geçer ve ağ oluşturmaktadır. Dijital platformlarda gerçekleştirilen web seminerleri ve canlı yayınlar, coğrafi sınırları aşarak daha geniş katılımı mümkün kılmaktadır (Naude ve diğ., 2004) Çalıştaylar ve konferanslar ise bilgi paylaşımı ve iş birliği fırsatları sunmaktadır.

Kişisel ilişkiler ve ağ oluşturma, yerel düzeyde güçlü bağlar kurulmasına olanak tanımaktadır. Dijital araçlar ise sosyal medya etkileşimleri ve SEO teknikleri aracılığıyla küresel bir izleyici kitlesi ile bağlantı kurulmasını sağlamaktadır. İş birlikleri, STK'ların etki alanını genişletir ve farklı sektörlerle sinerji yaratır. Anketler ve toplantılar, topluluktan doğrudan geribildirim alma yöntemleridir (Şahin, 2021). Çevrimiçi anketler ve sosyal medya analizleri, geniş kapsamlı veri toplama ve hızlı geribildirim sağlar. Geribildirim formları, hizmetlerin ve kampanyaların etkinliğini değerlendirmek ve geliştirmek için hayati öneme sahiptir. Bu araçların bütünleşik kullanımı, STK'ların amaçlarını etkili bir biçimde gerçekleştirmelerine ve geniş kitlelere ulaşarak toplumsal bir değişim yaratmalarına imkan tanımaktadır (Öztürk & Şardağı, 2018). Halkla ilişkiler stratejileri, STK'ların başarısında kritik bir rol oynar ve bu stratejilerin özenle planlanması ve uygulanması gereklidir.

2.5.1. STK'larda Halkla İlişkilerin Rolü ve İşlevi

Demir ve arkadaşları (2019), bireylerin ve kuruluşların arasında iş birliği, anlayış ve iletişime elverişli bir ortam oluşturan halkla ilişkiler mesleğini, bu hizmetleri sürdürmeye yönelik bir politika süreci olarak tanımlamaktadır. Bireylerin herhangi bir konuda tutum değişikliği için ikna edilmeleri; toplumun işleyişi açısından halkla ilişkilerin önemli roller üstlendiği vurgulanmaktadır (Li, 2001). Ancak sivil toplum kuruluşlarındaki halkla ilişkiler faaliyetlerinin de bireylerin içinde buldukları olumsuz ortamlardan etkilenmemelerini sağlamak ve bağımlılık konusunda kullanıcılarda farkındalık oluşturmak amacıyla uygulandığını söylemek mümkündür.

Halkla İlişkiler İşlevi	İşlevlerin Kullanımı
Danışmanlık ve Tavsiye	Halkla ilişkiler profesyonelleri, yönetim ve diğer departmanlara stratejik iletişim, kriz yönetimi ve kamuoyu yönetimi konularında danışmanlık yaparlar.
Kurum Hakkında Yayınlar	Kurumsal dergiler, bültenler, raporlar ve diğer yayınlar aracılığıyla kurumun faaliyetleri, başarıları ve projeleri hakkında bilgi sağlarlar.
Kurumsal İmaj ve Reklam	Kurumun misyonu, vizyonu ve değerlerini yansıtan reklam ve tanıtım materyalleri hazırlar. Bu, marka bilinirliğini artırmak ve kurumsal imajı güçlendirmek için yapılır.
Kamuoyu Yaratma	Medya ilişkileri, sosyal medya kampanyaları ve halka açık etkinlikler aracılığıyla olumlu bir kamuoyu oluşturmak ve sürdürmek.
Rakiplerin Analizi	Kurumun rakipleri arasındaki görünürlük ve güvenilirliği analiz ederek, pazar içindeki konumunu değerlendirir.
İletişim Taktikleri	Hedef kitleye ulaşmak için etkili iletişim kanalları ve yöntemleri belirler. Bu, hedef kitlenin zihnine giden yolları ve en etkili iletişim taktiklerini kapsar.

Tablo 2: STK'larda Halkla İlişkilerin işlevi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

STK'lar, faaliyetlerini ve başarılarını kamuoyuna aktarmak için yıllık raporlar, bültenler ve broşürler gibi yayınlarla şeffaflığını arttırmaktadır. Bu tür yayınlar, destekçilerin ve bağışçıların güvenini kazanmalarında önemli bir rol oynar. Etkili reklam ve tanıtım faaliyetleri, STK'ların toplumda olumlu bir imaj oluşturmalarını sağlar. Bu faaliyetler, geniş kitlelere ulaşmalarına ve potansiyel bağışçılar ile gönüllüleri çekmelerine yardımcı olmaktadır. Medya ilişkileri ve etkileşimli kampanyalar yoluyla STK'lar, toplumsal konularda dikkat çekerek kamuoyu oluşturmaktadır. Aktif bir kamuoyu, politika değişikliklerini tetikleyebilmekte ve toplumsal farkındalığı arttırmaktadır.

Etkili iletişim kanalları ve yöntemlerini belirleyerek, STK'lar hedef kitlelerine doğrudan ulaşmaktadır. Bu yaklaşım, bağış toplama kampanyalarının başarısını arttırmakta ve gönüllü katılımını teşvik etmektedir. Bu işlevler, STK'ların toplumda etkili bir değişim yaratma ve sürdürülebilir bir etki bırakmaktadır. Halkla ilişkiler stratejileri, bir STK'nın başarısında ve toplum üzerindeki etkisinde belirleyici bir rol oynar.

Boztepe (2014) ve Kanılmaz (2017), sivil toplum kuruluşlarının varlıklarını devam ettirme, hedef kitlenin ya da toplumun desteğini kazanabilme gibi amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için halkla ilişkileri önemseydiğini ifade etmektedir. Olumlu bir imajın ve itibarın elde edilmesinde, problemler hakkında kamuoyu oluşturmada, toplulukların desteğini ve onayını sağlayabilmede ve kişilerin organizasyona üye olarak

katılmasını sağlamada önemli bir rol oynayan halkla ilişkiler, sivil toplum kuruluşlarının vazgeçilmez bir unsurudur (Demirel, 2022). Dolayısıyla halkla ilişkiler uygulamaları olmaksızın STK'ların bu hedeflere erişebilmesi mümkün görünmemektedir. Sivil toplum kuruluşları, hedef kitleleriyle arasındaki iletişimi stratejik bir şekilde yönetmek durumundadır. Bu yüzden, halkla ilişkilerin ve STK'ların arasında kopmaz bir bağ olduğunu söylemek mümkündür.

Halkla İlişkiler Türü	Halkla İlişkiler Türlerinin STK'larda Kullanımı
İkna	STK'lar, kamuoyunu belirli konularda ikna etmek için stratejik mesajlar ve kampanyalar kullanır. Bu, toplumda değişiklik yapma veya destek ve kaynak çekme amacı taşır.
Savunma	Kriz durumlarında veya olumsuz kamuoyu algısında, STK'lar, kurumun duruşunu savunmak ve yanlış anlaşılmalara düzeltmek için halkla ilişkiler faaliyetlerini kullanır.
Halkı Bilgilendirme	Eğitim amaçlı bilgilendirme kampanyaları yürüterek, toplumu belirli konular hakkında bilgilendirir ve farkındalık yaratır.
Nedene Dayalı Halkla İlişkiler	Belirli sosyal veya çevresel sorunlara dikkat çekmek amacıyla yapılan halkla ilişkiler faaliyetleri. Bu tür, STK'ların temel misyonu ile doğrudan bağlantılıdır.
İmaj/İtibar Yönetimi	STK'lar, toplum içinde olumlu bir imaj ve güçlü bir itibar oluşturmak için stratejik iletişim tekniklerini kullanır. Bu, uzun vadede destek ve güvenilirlik kazanmalarına yardımcı olur.
İlişki Yönetimi	STK'lar, farklı paydaşlarla (bağışçılar, gönüllüler, hükümet kurumları vb.) etkili ilişkiler kurarak, çeşitli gruplar arasında sürekli ve sağlıklı iletişim sağlar.

Tablo 3: Halkla İlişkiler Türlerinin STK'larda Kullanımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sivil toplum kuruluşları hedef kitleleri ile arasındaki iletişimi çeşitli araçlarla sürdürmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçları olan televizyon, dergi, gazete ve radyo, kar amacı gütmeyen kuruluşlarca kullanılmaktadır. Ayrıca, iletişim teknolojilerindeki son gelişmelere bağlı olarak sosyal medya ve web sayfaları gibi internet kaynaklı araçlar, STK'ların bireylerle veya topluluklarla iletişimlerini sürdürebilmeleri açısından önem kazanmaktadır (Nchabeleng ve diğerleri, 2018). Ekonomik kaynakları sınırlı olan sivil toplum kuruluşları için sosyal medya ve web sayfaları, topluluklarla veya bireylerle olan

iletişimlerini stratejik bir şekilde sürdürmelerinde önemli faydalar sağlamaktadır (Lee & Desai, 2014). Sosyal medya gibi ortamların stratejik olarak yönetilmesi ile sivil toplum kuruluşlarının fazla maliyet gerektirmeden geniş hedef kitlelere hızlıca ulaşabilmesi ve bu kitlelerle olan iletişimini geliştirmesi mümkün olmaktadır (Beaudoin, 2004; Boztepe, 2014). Kısacası, STK'ların halkla ilişkiler amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür: kuruluşun misyonunu ve vizyonunu hedef kitlelere aktarabilmek, ortak ilgi alanlarına sahip bireyleri kuruma üye yapabilmek ve gerçekleştirilmesi istenen programlarla ilgili kaynak oluşturabilmektir.

Sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkiler çalışmaları, diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Halkla ilişkilerdeki ikna unsurları göz önüne alındığında, dayanışma, katılımcı vatandaşlık ve fedakârlık çerçevesinde girişim, proje ve faaliyetlerle ilgili mesajları güvenli bir şekilde iletmek temel amaçtır (Pavlovic ve diğerleri, 2014). Ayrıca, bireylere ve topluluklara yönelik etkinlikler ve programlar içeren sosyal bağlılıklar için koşullar oluşturarak, dikkat ve ilgi çekici projeleri ve fikirleri destekleyen programları teşvik etmek de bu çalışmaların içindedir. Bu programların yanı sıra, halkla ilişkilerin STK'lar için öncelikli amacı, güvenilirlik, bağlılık, itibar ve şeffaflık çerçevesinde sürdürülebilir bir toplumsal katılımı sağlamaktır (Palttala ve diğerleri, 2012). Dolayısıyla, sivil toplum kuruluşlarındaki halkla ilişkiler uygulamaları, kar amacı taşımamaktadır.

Sivil toplum kuruluşlarının dürüstlüğü ve güvenilirliği, halkla ilişkiler faaliyetleriyle büyük ölçüde sağlanmaktadır. Toplumlarda veya bireylerde STK'ların itibar kazanmasında ve bu itibarı rekabet ortamlarında sürdürmelerinde halkla ilişkiler uygulamalarının önemi büyüktür. Dolayısıyla, STK'ların hedef kitleleriyle yakın bir iletişim sürdürme ihtiyacını halkla ilişkiler uygulamalarıyla karşıladığı belirtilmektedir. STK'lar, programlarını nerede uygularsa uygulansınlar, temel hedefleri hedef kitlelerinin güvenini sağlamak ve bunu sürdürmeye odaklanmaktadır (Duhalm, 2010; Mevlja & Kavčič, 2019). STK'lar bu hedeflerini gerçekleştirmede halkla ilişkiler aracılığıyla farklı politikalar uygulamaktadır. Bu politikalar; sivil toplum kuruluşlarının halkla iletişim kanallarını geliştirmesi, kendi misyonu için hedef kitlesinin kabulünü kazanması, fon elde etmek için elverişli bir ortamın oluşmasını sağlaması ve bunu sürdürmesi, kamu yararının sağlanmasına yönelik uygulamalar yapması ve gönüllüler, çalışanlar gibi ilgili personellerini motive etmesi ve bilgilendirmesi şeklinde sıralanabilir. Bunların yanı sıra, STK'ların kullandığı pek çok halkla ilişkiler aracı bulunmaktadır; basın bültenleri, basın

toplantıları, hikayeler ve yaratıcı etkinlikler oluşturma bu araçlar arasında yer almaktadır. Basın bültenleri, sivil toplum kuruluşlarının medya aracılığıyla tanıtım yapma olanağından yararlanarak önemli avantajlar elde etmesini sağlar. Sivil toplum kuruluşları aynı zamanda, önemli gördükleri bir konu hakkında gazeteciler aracılığıyla hikayeler oluşturabilmektedir. Ayrıca, basın toplantılarıyla misyon ve vizyonları hakkında bilgi sunarak imaj ve itibarlarını sürdürebilirler, bu sayede çeşitli organizasyonlardan fonlar sağlamaktadır (Saatçioğlu, 2017). Sivil toplum kuruluşları kar amacı gütmeyen kuruluşlardır ve bu tür kuruluşların sayısı günümüzde giderek artmaktadır; bu nedenle medyanın da STK'ların faaliyetlerine olan ilgisi önemli ölçüde artmıştır.

2.5.2. Sivil Toplum Kuruluşlarının Kullandığı İletişim Stratejileri ve Halkla İlişkiler Karmasının Oluşumu

Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), farklı stratejiler geliştirerek hükümetler, iş dünyası, diğer STK'lar ve halkla iletişim kurmaktadır. Bu kuruluşlar, toplumda farkındalık yaratma ve değişim sağlama amacıyla iletişim yeteneklerini stratejik olarak kullanmaktadır (Duong, 2017). İletişim stratejileri, iç ve dış stratejiler olarak sınıflandırılmaktadır. İç stratejiler, genellikle politika yapıcılarla doğrudan iletişim ve lobicilik faaliyetlerini içerirken, dış stratejiler medya ve sosyal ağlar aracılığıyla halkı mobilize etmeyi hedeflemektedir. Kaynak sıkıntısı çeken STK'lar, genellikle dış stratejileri kullanarak daha fazla görünürlük, ses ve otorite kazanmayı amaçlamaktadır (Figenschou, 2020). İletişim stratejileri ayrıca amaçlarına göre de ayrıştırılabilir. Ana stratejiler arasında, destekçi kitle oluşturma, benzer düşünen aktörlerle iş birliği yapma, politika yapıcılarını ve diğer paydaşları belirli politikalar konusunda ikna etme, farkındalık yaratma/bilgilendirme ve politika yapıcılara baskı yapma bulunmaktadır. Gurung (2014) STK'ların sıklıkla bu stratejileri bir arada kullanarak etkileşimde bulduklarını belirtmektedir.

Fikir yazıları, ön sayfa haberleri, bloglar, TV-radyo-online programları ve sosyal medya kullanımı gibi çeşitli iletişim araçları sıklıkla kullanılmaktadır (Bosch ve diğerleri, 2019). İnternetin yaygınlaşmasından önce sivil toplum örgütlerinin ana odaklarından biri ana akım medya ile etkileşim kurmaktı (Vozab, 2012). Ancak günümüzde, bu odak sosyal medya ve kurumsal web sayfalarına kaymıştır (Janssen & Chaudhri, 2018). STK'lar, tek yönlü bilgilendirme amaçlı kurumsal web sayfalarını kullanırken (Ferguson, 2018;

Sommerfeldt, 2013), sosyal medya topluluk ve aidiyet duygusu vermek için etkili bir araç haline gelmiştir. Ayrıca, sosyal medya kişisel tanıdıklık geliştirerek hem çevrimiçi hem de çevrimdışı etkileşimler için bir zemin oluşturmaktadır (Isaeva ve Sokolov, 2021, s. 43).

Otoriter rejimlerde STK'lar, dijital platformlara erişim, kitle iletişim araçlarındaki kısıtlamalar ve denetimler nedeniyle kamusal alanda iletişim kurma konusunda problem yaşamaktadır. Bu sorunlar, sosyal medya ve dijital aktivizm aracılığıyla iletişim kurmanın önemini arttırmıştır. Sosyal medya, STK'ların ana akım medyaya erişim sınırlamalarını aşarak destekçileri mobilize etme fırsatları sunmaktadır (Bosch ve diğerleri, 2019). Ancak, otoriter rejimlerde ifade özgürlüğü üzerindeki kısıtlamalar, sosyal medya platformlarını da etkilemektedir. Bu kısıtlamalar, kolektif eylemleri destekleyen içeriklerin silinmesi, dijital aktivistlerin takip edilmesi ve tutuklanması gibi uygulamaları içermektedir (Bulovsky, 2019; Moore-Gilbert ve Abdul-Nabi, 2021). Sonuç olarak, STK'ların kullandığı iletişim stratejisiyle ilişkili halkla ilişkiler modelleri aşağıdaki gibi açıklanabilir:

Halkla İlişkiler Modeli	Tanımı	Uyumlu İletişim Stratejisi	Stratejinin Açıklaması
Basın ajansı	Basit bilgi yayımı ve tanıtım faaliyetleri üzerine kurulu bir modeldir.	Reaktif İletişim Stratejisi	Kriz anlarında veya olumsuz durumlarda hızlı yanıt vermeyi sağlamaktadır.
Kamuyu bilgilendirme modeli	Kamuoyunu eğitmek ve bilgilendirmek amacı taşır.	KSS Stratejisi	KSS projelerini ve toplum yararına olan faaliyetleri destekler.
İki yönlü asimetric model	İkna amacı güder; genellikle lobcilikte kullanılır.	İlişki Yönetimi Stratejisi	Uzun vadeli ve sürdürülebilir ilişkiler kurarak paydaşlarla etkileşimi güçlendirir.
İki yönlü simetrik model	Sağduyu ve uzlaşmayı hedefler, etkileşimli diyalog kurmayı amaçlar.	Entegre İletişim Stratejisi	Tüm iletişim kanallarını ve mesajları koordine ederek tutarlı bir iletişim ağı oluşturur.

Tablo 4: Halkla İlişkiler Modelleri ve İletişim Stratejilerinin Entegrasyonu

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

STK'lar, genellikle kısıtlı kaynaklarla büyük hedeflere ulaşmayı amaçladıklarından, halkla ilişkiler karmasını doğru kullanmaları önemlidir. Halkla ilişkiler karması,

STK'ların hedef kitleleriyle doğru iletişim kurmalarını, kamuoyunda pozitif bir imaj oluşturarak destek ve kaynak sağlamalarını, politika yapıcıları etkilemelerini ve toplumsal farkındalık yaratmalarını kolaylaştırır. Canöz'e göre (2002), STK'lar halkla ilişkiler bileşenlerini şu şekilde kullanabilir:

Halkla İlişkiler Karması Bileşenleri	STK'lar için Kullanım Alanı
Duyurum	STK projeleri ve etkinlikleri hakkında bilgiyi önce basın mensuplarına sonra da halka ulaştırma sürecidir. Basın bültenleri ve medya ortaklıkları aracılığıyla bilgilendirme yapmaktadır.
Kurumsal Reklamcılık	STK'ların misyonunu ve yürüttükleri projeleri tanıtmak amacıyla medyada bulunmaktır. Bu sayede geniş kitlelere ulaşarak farkındalık yaratır ve destek görür.
Basın Sözcülüğü	STK adına basın ile iletişimi yönetmek, açıklamalar yapmak ve medya sorgularını yanıtlamak. Kamuoyu ile etkili iletişim kurarak örgütün imajını yönetme.
Kamu Yararına Faaliyetler	Topluma fayda sağlamak gayesiyle adım atılan gönüllü çalışmalar, KSS projeleri ve kamuya açık etkinlikler düzenleme.
Lobicilik	Politika yapıcıları ve diğer karar vericiler üzerinde etkili olmak için yapılan çabalar. Yasal çerçevede, politik ve toplumsal değişiklikler için lobi yapma.
Yönetim Danışmanlığı	Üst yönetimle çalışarak STK'nın stratejik planlamasına ve karar alma prosesinde yer almaktır. İç ve dış iletişim stratejilerini geliştirme ve uygulama konusunda rehberlik etme.

Tablo 5: STK'lar Halkla İlişkiler Karması Bileşenlerini Nasıl Kullanır

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

STK'lar için halkla ilişkiler karması, bileşenleri birbirleriyle etkileşim içinde çalışarak kuruluşun genel iletişim stratejisini güçlendirmektedir. Duyuru, önemli bilgileri ve haberleri basın aracılığıyla doğrudan hedef kitleye ulaştırmayı sağlar; bu sırada basın sözcülüğü, medya ile sürekli ve tutarlı bir iletişim kanalı kurarak STK'nın kamuoyu önündeki imajını yönetmektedir. Kurumsal reklamcılık, geniş kitlelere ulaşarak farkındalık yaratır ve STK'nın projelerini ve etkinliklerini desteklemektedir. Kamu yararına faaliyetler toplumda olumlu bir izlenim bırakarak STK'nın güvenilirliğini arttırmaktadır ve daha geniş destek toplamayı sağlamaktadır. Lobicilik, politik ve toplumsal değişimlere doğrudan etki ederek STK'nın misyonunun daha geniş çapta kabul görmesine yardımcı olmaktadır. Yönetim danışmanlığı ise, tüm bu faaliyetlerin koordinasyonunu ve stratejik yönlendirmesini sağlayarak kuruluşun iç ve dış iletişim

stratejilerinin etkin bir şekilde uygulanmasına öncülük etmektedir. Bu bileşenler bir araya geldiğinde, STK'nın toplumdaki etkisi ve görünürlüğü artar, bu da genel olarak kuruluşun etkisini ve başarısını güçlendirmektedir.

2.6. İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede STK'lar

İnternet bağımlılığı yaygınlığı bölgelere göre değişmektedir ve dünyada sürekli bir artış eğilimi göstererek gündemdeki yerini korumaktadır. Sadece bireysel olmamakla birlikte aynı zamanda sosyal sorunların oluşmasına da zemin hazırlaması sebebiyle toplumsal hayata olumsuz bir biçimde tesir eden internet bağımlılığı pek çok maddi ve manevi zararların yanı sıra suç işleme oranlarında da ciddi artışların olmasına neden olmaktadır (Kol & Topgul, 2022). Gökgöz ve Koçoğlu (2007), Aile içi problemlerin, olumsuz davranışlar sergileyen gruplarla birlikteliğin, sosyal iletişimsizliğin, kötü arkadaş çevresinin ve teknolojik ortamların internet bağımlılığının artmasına neden olan önemli etkenler arasında yer aldığını ifade etmektedir. Ayrıca bireyin yaşantısından keyif almaması, mutluluğu farklı ortamlarda araması, ekonomik ve sosyal yapıdaki olumsuz koşullara maruz kalması da onu internet bağımlılığına sürüklemektedir (Bozkanat, 2020). Dağlı (2019), internet bağımlılığının ciddi bedensel ve zihinsel sağlık sorunlarının yanı sıra sosyal problemlere de neden olduğunu dolayısıyla da etkili bir tedavi süreci gerektiren bu durumun genç, çocuk ve yetişkin bireylerin topluma uyumunun tekrar sağlanmasında büyük bir engel teşkil ettiğini belirtmektedir. Sivil toplum kuruluşları internet bağımlılığı konusunda sorunları olan bireylere motivasyonel görüşme, danışmanlık yapma ve farklı alanlarda rehabilite etme gibi sosyal ve psikolojik destek sağlamaktadır. İnternet bağımlılığına yakalanan kişi sadece kendisine değil toplumun her kesimine zarar verebilmektedir (Musai & Darkesh, 2014). Bu yüzden toplumun ve bireyin yaşam koşullarını olumsuz bir biçimde etkileyen internet bağımlılarının kaliteli bir hizmet almasında ve bu tür bağımlılıkla mücadele etme konusunda sivil toplum kuruluşları etkili programlar hazırlamak ve stratejiler geliştirmek zorundadır.

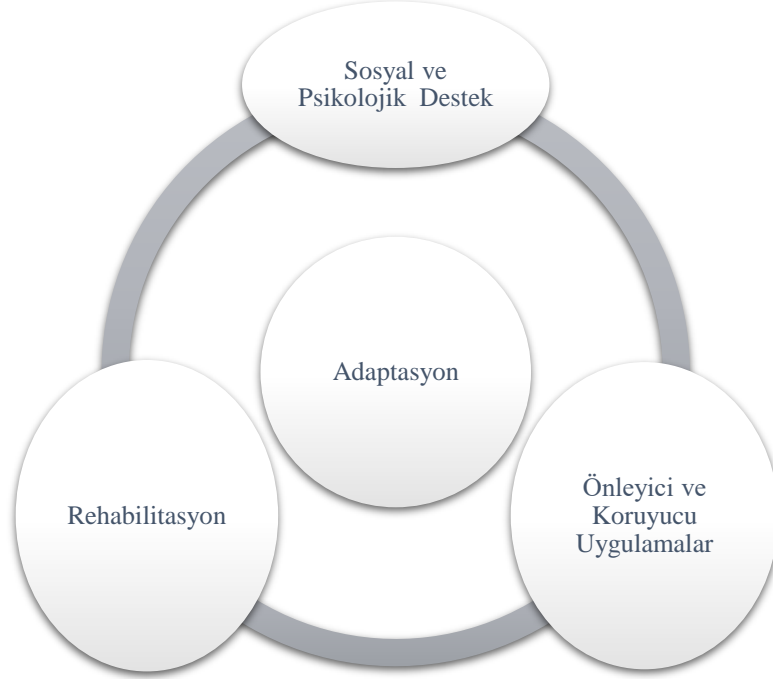
Sarı & Karadeniz (2019), internet bağımlılığının günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmiş olduğu her ülkede karşılaşılan önemli sorunlardan birisini oluşturduğunu dile getirmektedir. Özellikle de genç kuşakta görülen internet bağımlılığının onlar üzerinde olumsuz etkilere neden olduğunu vurgulamaktadır. İnternet teknolojisine yönelik bağımlılığı engelleme ile ilgili pek çok sivil toplum kuruluşu çalışmalar yapmaktadır.

Dolayısıyla sivil toplum kuruluşlarının bireyleri internet bağımlılığından korumak ve kurtarmak konusunda strateji ya da politika geliştirmeleri önem arz etmektedir.

Birçok sivil toplum kuruluşu bağımlılıkla mücadele konusunda faaliyet göstermektedir. Bağımsız Yaşam Derneği (BAYDER), Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitimi (TBM), Gençlik-Aile Destek Merkezi (GADEM), Yeşilay Danışmanlık Merkezi (YEDAM) ve okullarda bağımlılıkla mücadele (OBM) vb. gibi sivil toplum kuruluşları devlet yönetimleriyle koordineli bir biçimde uygulamalarda bulunarak ya da önleme-rehabilite programı ve strateji geliştirerek bağımlılıkla mücadele etmektedir. Ayrıca sivil toplum kuruluşlarının iletişim teknolojilerindeki değişimlerin bireyler üzerinde oluşturduğu olumsuz etkileri ortadan kaldırmaya yönelik sorumlulukları bulunmaktadır. Kısaca tüm sivil toplum kuruluşlarının günün koşullarına göre kendisini ve uygulamalarını geliştirme ve yenileme zorunluluğu bulunmaktadır (Ceylan, 2019). Örneğin, Yeşilay Danışmanlık Merkezi bağımlılık konusunda bireylere ücretsiz danışmanlık hizmeti vererek bu sorunu çözmeye ilişkin adımlar atmaktadır. Bu danışmanlık merkezi Yeşilay'a bağlı olarak hizmet veren önemli bir sivil toplum kuruluşudur. Bu örgüt kişisel olarak yapılan başvuruları da değerlendirerek internet bağımlılığıyla ilgili danışmanlık hizmeti de vermektedir. Ayrıca bireylere psikolojik destek sağlanması konusunda çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşu merkezde veya kendi ortamlarında onların bağımlık seviyelerini ölçmektedir. Bu danışmanlık merkezinin yanı sıra okullarda öğrencileri internet bağımlılığına karşı koruyan veya bağımlı olan öğrencileri tekrar okul yaşamına uyumlu hale getirmek için programlar hazırlayan, Yeşilay'a bağlı olarak çalışmalar yürüten okullarda bağımlılıkla mücadele (OBM) gibi, merkezlerde bulunmaktadır (Gümüş & Ağa ci, 2018).

Sivil toplum örgütleri teknoloji ya da madde bağımlılığı ile ilgili özellikle çocuk ve genç bireyler için rehabilitasyon ve tedavi merkezleri oluşturmaktadır. Bu merkezlerin oluşturulmasındaki temel amaç ise çocukların ve gençlerin maruz kaldığı bağımlılık sorunundan uzaklaştırmak ve eğitim, bedensel, ruhsal ve zihinsel ihtiyaçlarını karşılayarak onlara toplumda yeniden yer açmak ve onların halkla kaynaşmasını sağlamaktır (Furkan, 2022). Diğer taraftan bağımlılık sorunuyla yüzleşen kişilerin rehabilite hizmetlerinden yararlanmasını sağlamak, teknolojiye, maddeye ve internete olan eğilimlerini değiştirmek, onlara sosyal ve psikolojik destek sağlamak, çocuk, yetişkin ve genç bireylere özellikle risk altında olanlara ilişkin engelleyici ve koruyucu

uygulamalar hazırlayarak toplumun bu konuda belirli bir bilince ulaşmasını sağlamak bu kapsamda faaliyet yürüten bütün sivil toplum kuruluşlarının en temel amaçları arasında yer almaktadır (Throuvala, vd., 2021).



Şekil 21: Sivil Toplum Kuruluşlarının İnternet Bağımlılığına Yönelik Çalışmaları

Kaynak: (Piotrowicz & Cianciara, 2013).

Ektiricioğlu ve arkadaşları (2020) teknoloji ve internet bağımlılığıyla ilgili yürütülen çalışmalarda ortaya çıkan en ciddi sorunlardan bir tanesinin de bireyi kendisine uygulanan programlardan sonra toplumla uyumlu hale getirme konusu olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla hem kamu hem de özel kuruluşların günümüzde bu konuyu gündeme aldıklarını ancak bu hususta ne yazık ki ihtiyaç duyulan düzeyde bir ilerleme kaydedilmediğini ifade etmektedir. Ek olarak, sivil toplum kuruluşlarının bu mecralarda kayda değer uygulamalar yapmalarına ve olumlu neticeler elde etmelerine karşılık bazı kısıtlamalar veya eksikliklerden ötürü yürüttükleri çalışmalar gereksinimlerin giderilmesine yeterli seviyede katkı sağlamamaktadır.

Sivil toplum kuruluşları internet bağımlılığını önlemede bireylere sağlıklı yaşam ve davranış biçimini elde etmelerinde ve sosyal ve psikolojik sıkıntılara karşı güçlü bir direnç göstermelerinde yardımcı olmaktadır. Bu kapsamda sivil toplum kuruluşları bireyin bağımlılığını azaltmada veya bu durumu ortadan kaldırmada önleyici ve koruyucu

psikolojik ve sosyal hizmet olanakları sunmaktadır (Aslan & Karakuş, 2017). Teknoloji, madde ve internet bağımlılığını önleme programları çerçevesinde sivil toplum kuruluşları bireylerin aşırı bir şekilde teknolojiyi ve interneti kullanmasını engellemede, zararlı içecekler konusunda önemli bilgileri paylaşmada ve bu tür ürünlerden kaçınılması gerektiği konusunda uyarılarda bulunmada ve son olarak da ciddi olumsuz sonuçlara neden olabilecek maddeler için gerekli tedbirleri almada önemli sorumluluklar üstlenmektedir (Gündüz, & Mehmet, 2014).

3. BÖLÜM: TÜRKİYE’DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAĞIMLILIKLA MÜCADELESİ ÜZERİNE BİR MODEL ÖNERİSİ

Bu bölümde, araştırmanın temel hedefleri, önemi, kapsamı, kullanılan metodoloji ve incelenen Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) genel özellikleri ilk olarak ele alınmaktadır. İkinci olarak, doküman analizi tekniği kullanılarak toplanan veriler üzerinden elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılmaktadır. Araştırma sonuçları ve literatür incelemesi temelinde, Türkiye'deki STK'ların benimseyebileceği fonksiyonel bir model geliştirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, Sivil Toplum Kuruluşlarının internet bağımlılığına karşı geliştirdikleri politikaların analitik bir karşılaştırmasını içermekte ve Türkiye'nin bu alandaki sorunlarına çözüm bulmak amacıyla halkla ilişkilere odaklanan bir yönetim modeli tasarlamayı amaçlamaktadır. İncelenen çeşitli STK stratejileri üzerinden, Türkiye'nin internet bağımlılığı mücadelesine yönelik uygulanabilir, halkla ilişkileri ve yönetişimi merkeze alan yenilikçi bir yaklaşımın geliştirilmesi hedeflenmektedir. Araştırma, STK deneyimlerinden faydalanarak, Türkiye'ye uygun, etkin bir müdahale metodolojisinin oluşturulmasını önermektedir.

Bu bağlamda, Türkiye'de sivil toplum örgütlerinin internet bağımlılığına karşı benimsediği yenilikçi metotların uygulanabilirliği ve bu metotların toplumsal yapı üzerindeki dönüştürücü gücünün devamlılığı büyük bir önem taşımaktadır. Türkiye'de yer alan sivil toplum örgütlerinin bu konuda yürüttüğü yenilikçi çalışmalar, sosyal yenilikçilik, toplumsal bilinçlendirme ve etki merkezli projeler çerçevesinde incelenmiş ve bu çalışmaların toplumun genel iyiliğine nasıl katkı sunabileceği tartışılmıştır. Türkiye özelindeki sivil toplum kuruluşlarının internet bağımlılığı ile mücadele stratejileri, bu stratejilerin etkinliği ve sürdürülebilirliği konusunda derinlemesine bir analiz yapılmıştır. Bu çalışmada, ele alınan konular ışığında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- STK'lar hangi iletişim stratejilerini benimsemektedir ve bu stratejilerin tercih edilme nedenleri nelerdir?
- STK'lar hangi halkla ilişkiler işlevlerine öncelik vermektedir?
- STK'lar hangi halkla ilişkiler türünü tercih edilmektedir?

- STK'ların kullandığı halkla ilişkiler kampanya araçları ve bu araçların etkinlikleri nelerdir?
- STK'lar halkla ilişkiler karmasını etkin bir şekilde kullanmakta mıdır?

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, sivil toplum kuruluşlarının internet bağımlılığına karşı yürüttükleri faaliyetleri incelemek amaçlandığı için, niteliksel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırma desenini durum çalışması oluşturmaktadır. Bu desen, belirli bir olayla ilgili sistematik olarak toplanan bilgilerin düzenlenip sınıflandırılmasını içerir (Subaşı ve Okumuş, 2017; Çapar ve Ceylan, 2022). Bu bağlamda, internet bağımlılığıyla mücadele kapsamında sivil toplum kuruluşlarının hazırladıkları faaliyet raporları, stratejik planlar bu araştırmanın temel analiz materyallerini oluşturacaktır. Veri toplama kaynağı olarak da gözlem tekniği kullanılmıştır.

Niteliksel araştırma, toplumla ilgili ya da insanların karşılaştıkları sorunları incelemeye yönelik, farklı araştırma yöntemlerinin bütünleştirildiği bir metodolojiyi tanımlar. Bu metodoloji kapsamında, araştırmacı, olayların gerçekleştiği ortamdan toplanan verileri derinlemesine inceleyerek, geniş bir perspektifle sonuçlara ulaşır. Veri toplama sürecinde, araştırmacının aktif bir şekilde yer alması mümkünken, toplanan veriler genellikle sayısal olmayıp, metinler ve görseller gibi daha elle tutulur öğelerden meydana gelir. Bu öğeler, bireylerin bakış açılarını ve yaşam tecrübelerini yansıtan özellikler taşır (Creswell, vd., 2006). Bu verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması, sosyal olaylar ve insan durumları üzerine ayrıntılı bir anlayış sunar.

Niteliksel araştırma yönteminin tercih edilmesinin çeşitli sebepleri bulunmaktadır ve bunlar arasında şunlar yer alır (Flick et al., 2004):

- Araştırma sorularına uygun olarak farklı yöntemlerin kullanılabilirliği,
- Verilerin olayların gerçekleştiği yerlerden doğrudan toplanabilmesi, bu sayede verilerin değiştirilmesi ya da manipüle edilmesinin güçlüğü,
- Katılımcıların görüşlerinin ve çeşitliliğinin değerlendirilmesi,
- Araştırmacının veri toplama aşamasındaki önemli rolü ve ek gözlemlerinin araştırmaya dahil edilmesi,
- İlişkilerin neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde çok yönlü bir biçimde anlaşılması ve yorumlanabilmesi,

- Esnek ve açık uçlu yöntemlere olanak tanınması,
- Bireysel olayların detaylıca incelenip çözümlenebilmesi,
- Niteliksel araştırmalarda sıkça başvurulan tanımlayıcı analiz teknikleri ile yeni modellemelerin geliştirilebilmesi ve katılımcıların doğrudan ifadeleri aracılığıyla verilerin bütünlüğünün korunarak sunulabilmesi gibi sebepler öne çıkmaktadır.

Araştırmanın veri toplama tekniği gözlemdir. Gözlem

Araştırmanın yöntemi olarak kullanılan döküman analizi, araştırma verileri için birincil kaynak olarak çeşitli belgelerin toplanıp, gözden geçirilip, sorgulanması ve analiz edilmesi şeklinde tanımlanır. Bu yöntem, basılı ve elektronik materyallerin değerlendirilmesini içerir ve hem bağımsız bir araştırma tekniği olarak hem de diğer metodolojilerle birlikte kullanılabilir (Sak. vd., 2021).

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma kapsamı, internet bağımlılığı konusunda mücadele veren sivil toplum kuruluşlarını (STK) içermektedir. Bu kapsamı daha yönetilebilir bir hale getirmek amacıyla, internet bağımlılığı konusunda en fazla bilinirliğe sahip olan STK'lar belirlenmiştir. Araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak, internet bağımlılığına yönelik çalışmalar yürüten STK'ların faaliyet raporları Maxqda programında analiz edilecektir. Bu yöntemle, bağımlılıkla mücadele konusunda aktif rol alan STK'ların yaklaşımları, stratejileri ve etki alanları hakkında derinlemesine bilgi elde edilmesi hedeflenmektedir.

Bu çalışma, Asya, Avrupa ve Amerika olmak üzere dünyanın üç temel kıtasından seçilen ülkeler üzerine yoğunlaşmaktadır. Araştırmaya dahil edilen örneklem; Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan, İngiltere ve Türkiye'den seçilmiş olup Amerika'dan Irex, Hindistan'dan Digital Empowerment Foundation (DEF), İngiltere'den Open Rights Group (ORG) ve The Association for Progressive Communications (APC) son olarak Türkiye'den Yeşilay bu çalışmanın ana unsurlarıdır. Sivil toplum kuruluşlarının (STK) seçimindeki kriterler ise aşağıdaki gibidir:

- Etki Alanı ve Ulaştığı Kitle: Kuruluşun, internet bağımlılığıyla mücadeledeki etkisinin ve eriştiği kitlelerin büyüklüğünün analizi.
- Yenilikçi Yaklaşımlar: İnternet bağımlılığı alanında yenilikçi ve etkili metotlar geliştiren kuruluşların tercih edilmesi.

- Uluslararası İş Birlikleri ve Ağlar: Farklı ülkelerle yapılan iş birlikleri ve oluşturulan geniş ağlar yoluyla küresel bir etki yaratma potansiyeline sahip kuruluşların önceliklendirilmesi.

Araştırma örneğine alınan STK'lar, internet bağımlılığı ile mücadele konusunda farklı kıtalardan seçilmiş olup, her birinin seçilme nedenleri şu şekildedir:

STK	Etki Alanı ve Ulaştığı Kitle	Yenilikçi Yaklaşımlar	Uluslararası İş Birlikleri ve Ağlar
IREX (ABD)	100'den fazla ülkede faaliyet gösterir, eğitim, medya gelişimi ve liderlik alanlarında, özellikle gençler ve profesyoneller olmak üzere çeşitli toplum kesimlerine ulaşır.	Teknoloji ve inovasyonu kullanarak toplumsal sorunlara modern çözümler sunar, medya okuryazarlığı ve bilgi erişim programları gibi.	UNESCO, USAID gibi çeşitli uluslararası kuruluşlarla ortaklıklar kurarak eğitim ve toplum gelişimi projelerini destekler.
Digital Empowerment Foundation (DEF) (Hindistan)	Hindistan gibi genç nüfusun büyük olduğu bir ülkede, geniş kitlelere ulaşarak internet bağımlılığı konusunda farkındalık yaratır.	Dijital okuryazarlığı artırma ve internet kullanımını sağlıklı bir şekilde yönlendirme konusunda programlar ve kampanyalar geliştirir.	Uluslararası düzeyde diğer kuruluşlarla işbirliği yaparak oluşturdukları ağlar, global etkilerini arttırmaktadır.
APC (İNGİLTERE)	Dünya genelinde internet teknolojilerini ve dijital hakları adil ve sürdürülebilir bir şekilde kullanmayı teşvik eder, özellikle dijital teknoloji ve internet erişimine yoğunlaşır.	İnternet kullanımını teşvik ederken, dijital hakların korunması, internet güvenliği ve gizlilik konularında yenilikçi stratejiler geliştirir.	Birçok STK, hükümet dışı kuruluş ve uluslararası platformlarla işbirliği yapar, internet erişimi ve dijital haklar konusunda global politikalarda etkili olur.
ORG (İNGİLTERE)	Birleşik Krallık genelinde dijital haklar ve internet bağımlılığı konusunda farkındalık yaratma ve savunuculuk çalışmaları yapar, gizlilik, izleme ve sansür gibi sorunlara odaklanır.	Dijital hakların korunması için teknolojik ve hukuki yenilikler geliştirir, veri koruma yasaları ve dijital izleme, internet sansürüne karşı kampanyalar düzenler.	Diğer uluslararası dijital hak savunuculuğu grupları ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapar, dijital haklar konusunda daha geniş bir etki yaratmayı amaçlar.
Yeşilay (Türkiye)	Türkiye genelinde geniş bir etki alanı, özellikle gençlere yönelik internet bağımlılığıyla mücadelede önemli bir role sahip.	Bağımlılık konusunda bilimsel araştırmalar yaparak, toplumun farklı kesimlerine yönelik eğitim ve bilinçlendirme programları geliştirir.	Uluslararası kuruluşlar ve diğer ülkelerdeki benzer organizasyonlarla işbirliği içinde olur, global düzeyde bir farkındalık ve etki yaratır.

Tablo 6: STK'ların Seçilme Nedenleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılığı

Bu çalışma, internet bağımlılığı konusunda mücadele eden ve farklı kıtalar üzerinden seçilmiş beş sivil toplum kuruluşunun (STK) 2019-2023 yılları arası faaliyetlerini inceleyerek, bu örgütlerin etki sahaları, yenilikçi metotları, uluslararası iş birlikleri ve ağ yapılarını halkla ilişkiler perspektifinden incelemektedir. ABD'den geniş bir aile ve eğitimci kitlesine hitap eden IREX, Hindistan'daki genç kitleye odaklanan Dijital Empowerment Foundation (DEF), İngiltere'de gençleri internet ve oyun bağımlılığı konusunda bilinçlendiren Open Rights Group (ORG) ve The Association for Progressive Communications (APC) ve Türkiye'den gençlere yönelik hizmetler sunan Yeşilay'ın faaliyetleri incelenmektedir. Bu çalışma, söz konusu kurumların internet bağımlılığıyla mücadelede uyguladıkları halkla ilişkiler araçlarını, uygulamalarını, stratejilerini ve hayata geçirdikleri programları ve projeleri detaylı bir şekilde ele almaktadır ve toplumsal etkilerini araştırmaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın sınırlılıkları şu şekildedir:

Veri Kaynaklarının Kısıtlılığı: Bu çalışma, yalnızca incelenen STK'ların 2019-2023 yılları arasında yayımlanmış faaliyet raporlarına dayanmaktadır.

Raporlama Standartlarında Çeşitlilik: İncelenen STK'ların faaliyet raporlarının içeriği, yılı ve detay seviyesi, kuruluştan kuruluşa farklılık göstermektedir.

Kültürel ve Coğrafi Farklar: Farklı kıtalardan seçilen STK'ların karşı karşıya kaldıkları problemler ve benimsedikleri stratejiler, coğrafi ve kültürel etmenlerden etkilenmektedir.

Dinamik Şartlar: İnternet bağımlılığı ve teknoloji kullanımına ilişkin sosyo-ekonomik faktörler, teknolojik yenilikler ve politik düzenlemeler zamanla değişiklik gösterebilir. Bu değişken koşullar, STK'ların faaliyetlerinin etkinliğini ve kapsamını etkileyebilir.

3.5. STK'lar Hakkında Genel Bilgiler

Bu bölümde internet bağımlılığıyla ilgili halkla ilişkiler uygulamalarına başvuran sivil toplum kuruluşları hakkında ayrıntılı bilgiler yer almaktadır.

3.5.1. IREX

IREX, küresel ölçekte daha adil, müreffeh ve kapsayıcı toplumlar oluşturma misyonuyla, internet bağımlılığı gibi çağımızın önemli sorunlarına yönelik çalışmalar yürütmektedir. IREX'in geniş etki alanı, farklı toplum kesimlerine ulaşma kapasitesini artırarak gençler,

profesyoneller ve kurumlar arasında bilinç ve kapasite geliştirme faaliyetlerini genişletmektedir.

Özellikle gençleri hedef alan IREX programları, internet bağımlılığı konusunda farkındalık yaratmayı ve gençleri bilinçli medya kullanıcıları haline getirmeyi amaçlamaktadır. IREX, eğitim ve liderlik gelişimine odaklanarak genç bireylerin hem akademik hem de sosyal becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur. Bu programlar, gençlerin internet ve dijital medya kaynaklarını daha etkin ve sağlıklı bir şekilde kullanmalarını sağlayarak, internet bağımlılığına karşı koruyucu bir rol oynar.

IREX ayrıca, eğitim kurumları ve medya kuruluşları ile iş birliği içinde çalışarak, internet bağımlılığının önlenmesine yönelik stratejiler geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bu iş birlikleri, bağımlılık yapıcı online davranışlar konusunda daha geniş bir farkındalık yaratılmasına ve bu tür davranışların erken aşamalarda tespit edilip, müdahale edilmesine olanak tanımaktadır.

IREX'in medya gelişimi programları, bağımsız ve güçlü bir medya yapısının oluşturulmasına destek verirken, aynı zamanda bireylerin medya okuryazarlığı becerilerinin artırılmasına odaklanmaktadır. Bu programlar, kullanıcıların aldıkları bilgileri eleştirel bir şekilde değerlendirmelerini ve çeşitli bilgi kaynakları arasında bilinçli tercihler yapmalarını sağlayarak, yanıltıcı ve manipülatif içeriklere karşı daha dirençli hale gelmelerine katkıda bulunur.

Sonuç olarak, IREX'in gençlik güçlendirme, liderlik geliştirme ve kurumsal kapasite artırma alanlarındaki çalışmaları, bireylerin ve toplumların internet bağımlılığıyla mücadelede daha donanımlı hale gelmelerine yardımcı olmaktadır. IREX, bu tür global sorunlara karşı yerel ve uluslararası düzeyde etkili çözümler üretmeye ve uygulamaya devam etmektedir (IREX, 2024).

3.5.2. The Association for Progressive Communications (APC)

The Association for Progressive Communications (APC) kuruluşu, bireylerin, organizasyonların ve sosyal hareketlerin bilgi ve iletişim teknolojilerini (ICT) kullanarak stratejik topluluklar oluşturmasını desteklemek amacıyla 1990 yılında kurulmuştur. APC, özellikle marjinalize grupların internet ve dijital teknolojileri kullanarak daha adil ve sürdürülebilir bir dünya yaratmalarını teşvik eder. Bu geniş vizyon, internet bağımlılığı

gibi modern sorunlarla mücadelede de APC'nin benzersiz bir yaklaşım sergilemesini sağlar.

APC'nin internet bağımlılığıyla ilgili çalışmaları, bu alandaki sosyal adalet ve cinsiyet eşitliği hedefleri ile sıkı bir şekilde örtüşmektedir. Organizasyon, internet kullanımının artmasıyla ortaya çıkan bağımlılık sorunlarını ele almak için üyeleri ve ilişkili grupları aracılığıyla yerel ve küresel düzeyde eğitim ve bilinçlendirme programları düzenler. Bu programlar, internetin sağlıklı kullanımını teşvik ederken, kullanıcıların dijital ortamlarda karşılaşılabileceği risklere karşı bilinçlenmelerine yardımcı olur.

APC'nin Kadın Hakları Programı ve Sosyal ve Çevresel Adalet Programı gibi özel programlar aracılığıyla, internet bağımlılığı konularında cinsiyete duyarlı yaklaşımlar geliştirilir. Bu programlar, kadınların ve diğer marjinalize grupların internet kullanımlarını güçlendirmeyi ve bu teknolojilerin onların yaşamlarını iyileştirmesini sağlamayı hedeflerken, bu teknolojilerin olası zararlı etkilerine karşı da onları korumayı amaçlar. Ayrıca, APC'nin internet bağımlılığına yönelik çalışmaları, özgür ve açık kaynak yazılımlar kullanarak daha erişilebilir içerikler geliştirmeyi içermektedir. Bu tür kaynakların yaygınlaştırılması, kullanıcıların internet üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarını ve bağımlılık yaratabilecek platformlara olan bağımlılıklarını azaltmalarını sağlar.

Son olarak, APC, yerel erişim programları aracılığıyla, topluluklara yönelik çalışmalar yapar. Bu programlar, internet erişimini artırırken aynı zamanda internet kullanımının sağlıklı ve dengeli bir biçimde gerçekleşmesini destekler. Bu çabalar, bireylerin ve toplulukların internet ve dijital teknolojileri daha sorumlu ve etkili kullanmalarına olanak tanır. APC'nin internet bağımlılığıyla mücadeledeki bu çok yönlü ve kapsayıcı yaklaşımı, organizasyonun sosyal adalet, cinsiyet eşitliği ve çevresel sürdürülebilirlik gibi daha geniş hedeflerine katkıda bulunmaktadır (APC; 2024).

3.5.3. Open Rights Group (ORG)

Open Rights Group (ORG) Birleşik Krallık merkezli bir dijital haklar savunma organizasyonudur ve 2005 yılından bu yana dijital dünyada gizlilik ve özgür ifade haklarını koruma misyonunu sürdürmektedir. Teknolojinin insan hayatını dönüştürdüğü bu çağda, ORG, teknolojinin getirdiği faydaların yanı sıra oluşturduğu tehditlere karşı da

mücadele etmektedir. Özellikle internet bağımlılığı gibi modern sorunlar, ORG'un çalışma alanları içinde önemli bir yer tutmaktadır.

ORG, dijital teknolojilerin insan hakları üzerindeki etkilerini sürekli olarak izler ve bu teknolojilerin oluşturabileceği zararları en aza indirmek için çalışır. İnternet bağımlılığı, özellikle gençler, düşük gelirli gruplar ve diğer savunmasız topluluklar arasında giderek artan bir sorun olarak kendini göstermektedir. ORG, bu grupların dijital ortamda karşılaşılabileceği risklere karşı korunmalarını sağlamak ve dijital ortamda daha adil bir erişim sağlanması için kampanyalar yürütmektedir.

ORG'un stratejisi, internet bağımlılığına yönelik farkındalığı artırmak, etkili önlemler almak ve bu konuda kamuoyunu bilgilendirmek üzerine kuruludur. Organizasyon, özellikle internet bağımlılığının getirebileceği sosyal ve bireysel zararları azaltacak politikaların oluşturulmasına yönelik lobiler yapar. Bu çerçevede, ORG; ayrımcı otomatik karar verme sistemlerinin, zayıf veri koruma politikalarının ve yoğun gözetim uygulamalarının marjinalize gruplar üzerindeki etkilerine dikkat çeker ve bu konularda düzenlemeler yapılması için çalışır.

ORG, yerel topluluklar ve çeşitli partner organizasyonlar ile iş birliği yaparak, internet bağımlılığı konusunda bilinç yaratma ve mücadele etme konusunda güç birliği oluşturur. ORG'un çalışmaları, bu kuruluşlarla iş birliği içinde yürütülen kampanyalar ve etkinlikler aracılığıyla internet bağımlılığına karşı koyacak toplumsal ve bireysel stratejiler geliştirir. Sonuç olarak, Open Rights Group, internet bağımlılığına karşı mücadelede önemli bir aktör olarak, dijital ortamda herkes için daha adil, güvenli ve sağlıklı bir çevre oluşturmayı hedefler. Bu çabalar hem bireylerin hem de toplumun dijital dünyada daha bilinçli ve güçlü olmalarını sağlamak için kritik öneme sahiptir. ORG, bu sorunlara karşı duruşunu sürdürerek dijital hakların korunmasına katkıda bulunmaya devam edecektir (ORG, 2024).

3.5.4. Digital Empowerment Foundation (DEF)

2002 yılında Hindistan'da kurulan Digital Empowerment Foundation (DEF), dijital uçurumu kapatmayı ve herkes için erişilebilir bir dijital toplum yaratmayı hedeflemiştir. (DEF), geniş kitlelere teknolojiyi yayarak ve tarım, küçük işletmeler, sağlık, eğitim ve girişimcilik gibi sektörlerde dijital bilgi ve becerileri artırarak toplumları desteklemeyi amaçlar. İnternet kullanımının bağımlılık yapıcı etkilerine dair yürüttüğü çalışmalarda,

(DEF), dijital erişim ve becerilerin artırılmasını teşvik ederken bu teknolojilerin sağlıklı ve bilinçli kullanılmasının önemine odaklanmaktadır.

Son dönemlerde, (DEF) Hindistan'da 30 milyondan fazla kişiye ulaşarak 1000'den fazla Toplum Bilgi Merkezi açmış ve 10.000 dijital gönüllü eğitmiştir. Kurumun eğitim ve bilgilendirme programları, internet ve dijital teknolojilerle ilişkili riskler hakkında bilinç oluşturmaya hedefler. Bu çabalar, internet bağımlılığı ve dijital ortamların zararlı etkilerine karşı koruma stratejileri geliştirmeye özellikle katkıda bulunmaktadır.

DEF'in amacı, dijital müdahaleler ve bilişim teknolojisi araçları kullanarak, bilgiye erişimi, kullanımı ve üretimi konusunda kısıtlamalar yaşayan toplulukları güçlendirmektir. Bu kapsamda, internet bağımlılığını önlemeye yönelik eğitim ve farkındalık programları düzenlemektedir. Bu programlar, dijital teknolojilerin bilinçli ve sürdürülebilir şekilde kullanımını teşvik ederek, bireylerin dijital ortamlarda sağlıklı alışkanlıklar geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Digital Empowerment Foundation, 2024).

Özetlemek gerekirse, DEF'in çalışmaları, dijital güçlendirmeyi ve genişletilmiş erişimi desteklemenin yanı sıra, internet bağımlılığı gibi risklerle başa çıkmak için eğitim ve bilinçlendirme programlarını kapsar. Bu, teknolojinin faydalarından yararlanırken riskleri en aza indirgeyebilmeyi hedefleyen bütüncül bir yaklaşımı ifade eder.

3.5.5. Yeşilay

Yeşilay, yüzyılı aşkın bir süredir bağımlılıklarla savaşta öncü bir kuruluş olarak faaliyet göstermektedir. 1920 yılında İstanbul'da temelleri atılan bu kuruluş, başlangıçta toplumu alkol ve uyuşturucu maddelerin tehlikelerinden korumayı hedeflemiştir. Zamanla, sigara, kumar ve teknoloji bağımlılığı gibi çağdaş bağımlılık türlerini de kapsayacak şekilde faaliyetlerini genişletmiştir.

Bu kurumun temel misyonu, bağımlılıkla mücadele konusunda hem yurt içinde hem de yurt dışında lider bir konuma sahip olmaktır. Bilhassa gençler olmak üzere toplumun zararlı alışkanlıklardan korunması için bilimsel yaklaşımlarla çalışmalar yürütülür. İnsan haklarına derin saygı, ayrımcılığa yer vermeme, bağımsızlık ve bilimsel temellik gibi değerler, Yeşilay'ın çalışmalarının odak noktasındadır. Kurum, etkisini küresel düzeyde genişletmek için uluslararası iş birlikleri ve ağlarla çalışmalarını desteklemektedir.

Özellikle teknoloji ve internet bağımlılığı üzerine yürütülen çalışmalar, dijital bağımlılıkların özellikle gençler arasında hızla yayılan bir sorun olduğuna işaret eder. Yeşilay'ın bu alandaki etkinlikleri, toplumsal farkındalık ve bilinci artırmaya yönelik eğitim programları ve kampanyalardan oluşmaktadır. Ayrıca, medya ve sosyal medya platformlarını bağımlılıklarla mücadelede aktif olarak kullanmaktadır.

Yeşilay, etik standartlara bağlılık, şeffaflık ve sorumluluk gibi kurumsal yönetim ilkelerini benimsemiştir. Gönüllülüğe dayalı profesyonellik, etkili yönetim ve sağlıklı çalışma ilkeleri, kurumun topluma hizmet yaklaşımını belirler. Bu değerler, Yeşilay'ın bağımlılıkla mücadeledeki etkinliğinin temelini oluşturur ve vizyonuna ulaşmasında önemli bir rol üstlenir.

Yeşilay'ın internet bağımlılığına ilişkin stratejileri, modern bağımlılık türleriyle mücadelede yenilikçi ve kapsamlı yaklaşımlar geliştirmesine imkan tanır. Ulusal ve uluslararası düzeydeki iş birlikleri, Yeşilay'ın bu alandaki etkisini genişletir ve bağımlılıklarla mücadelede dünya çapında bir aktör olmasına olanak sağlar. Bu girişimler, toplumda sağlıklı yaşam biçimlerinin benimsenmesi ve bağımlılıkların önlenmesi açısından büyük önem taşır (Yeşilay,2024).

3.6. Bulgular

Altı ana tema bulunmaktadır. Bu temaların her biri farklı bir renkle ifade edilmektedir. Mavi, halkla ilişkiler türünü temsil etmektedir. Turuncu, halkla ilişkiler modellerini; mor, halkla ilişkiler işlevini; yeşil, iletişim stratejisini; sarı, halkla ilişkiler karmaşasını; kırmızı ise halkla ilişkiler araçlarını simgelemektedir.

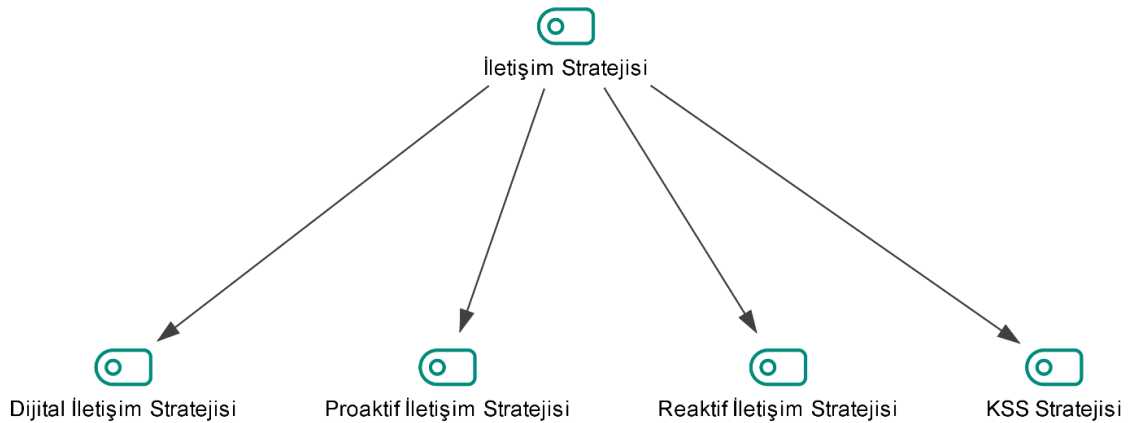


Şekil 22: Kod Bulutu

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.6.1. Tema Analizleri

İletişim Stratejisi Tema Analizi

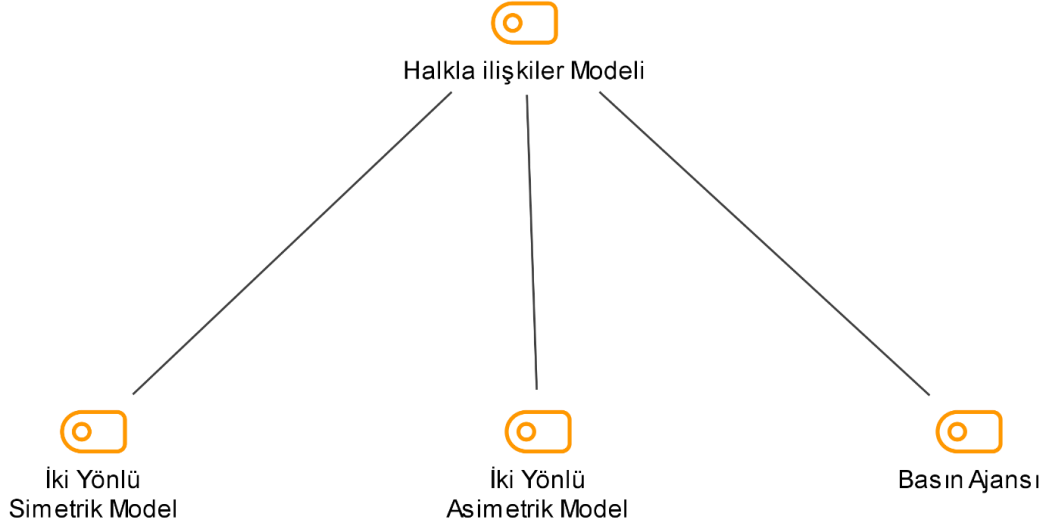


Şekil 23: İletişim Stratejisi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İletişim stratejisi çalışma boyunca yeşil renkle ifade edilmektedir. İletişim stratejisinde Dijital İletişim Stratejisi, Proaktif İletişim Stratejisi, Reaktif İletişim Stratejisi ve KSS bulunmaktadır.

3.6.1.1. Halkla İlişkiler Modeli Tema Analizi

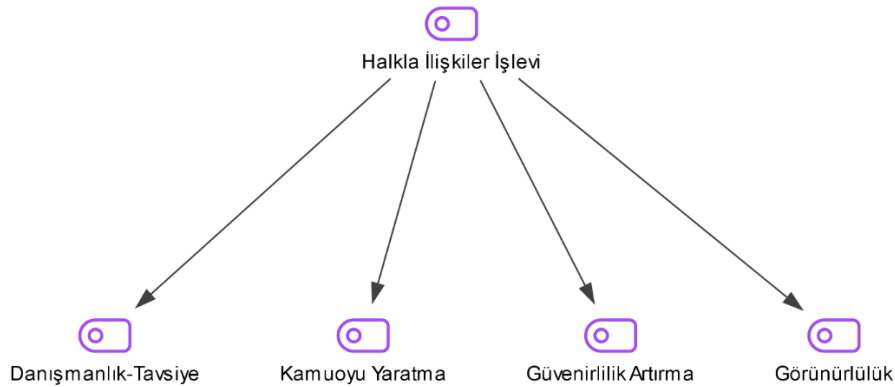


Şekil 24: Halkla İlişkiler Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkiler modeli çalışma boyunca turuncu renkle ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler modeli temasında; İki Yönlü Simetrik Model, İki Yönlü Asimetrik Model ve Basın Ajansı yer almaktadır.

3.6.1.2. Halkla İlişkiler İşlevi tema Analizi

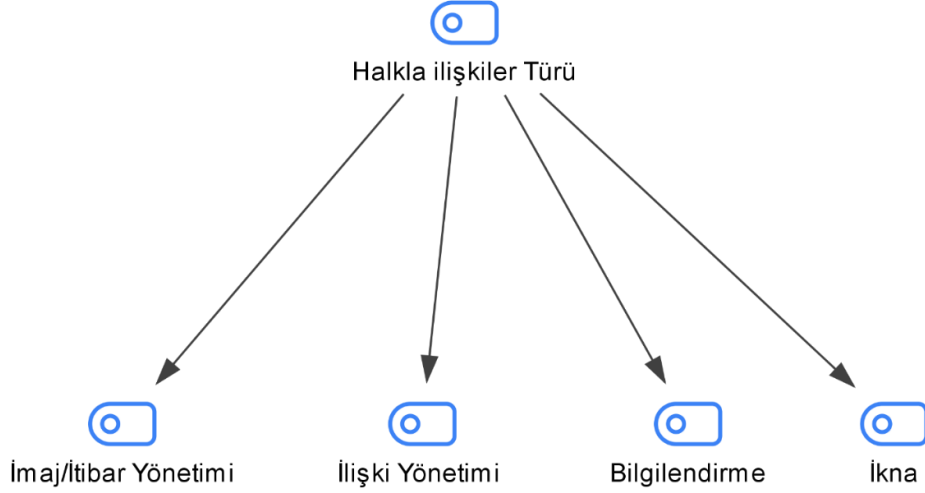


Şekil 25: Halkla İlişkiler İşlevi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkiler işlevi çalışma boyunca mor renkle ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler işlevi temasında; Danışmanlık-Tavsiye, Kamuoyu Yaratma, Güvenirlilik Arttırma ve Görünürlük sağlama yer almaktadır.

3.6.1.3. Halkla İlişkiler Türü Tema Analizi

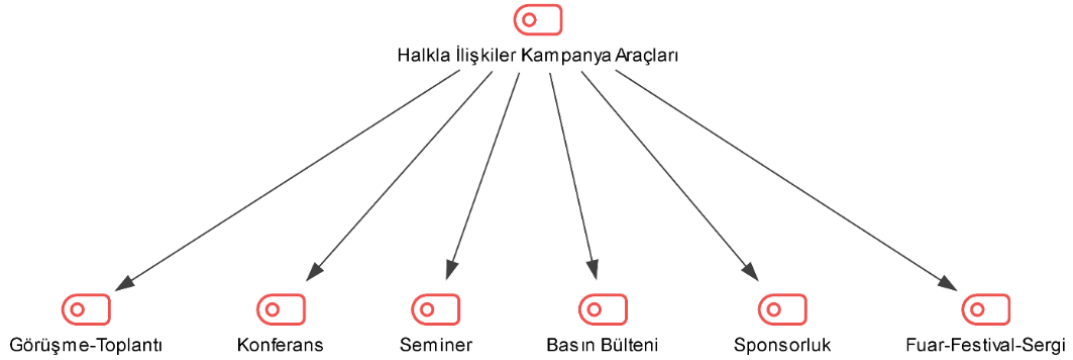


Şekil 26: Halkla İlişkiler Türü

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkiler türü çalışma boyunca mavi renkle ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler türü temasında; İmaj/İtibar Yönetimi, İlişki Yönetimi, Bilgilendirme ve İkna yer almaktadır.

3.6.1.4. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Tema Analizi

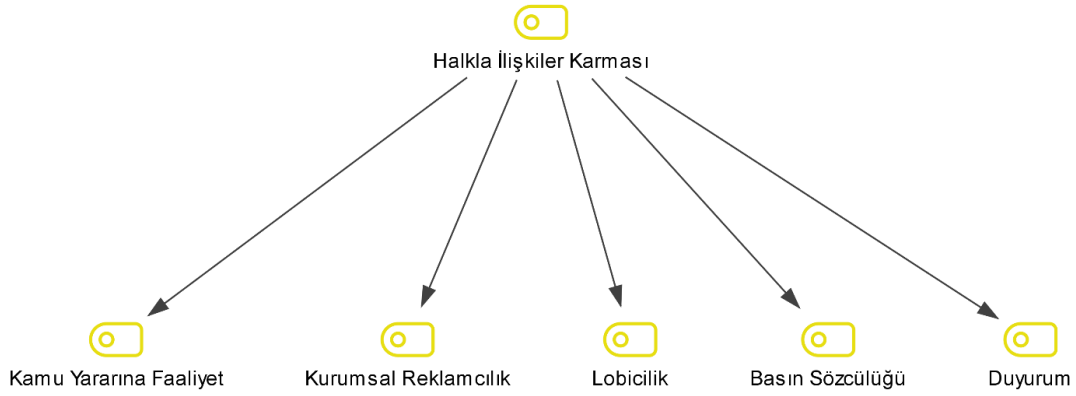


Şekil 27: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkiler kampanya araçları çalışma boyunca kırmızı renkle ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler kampanya araçları temasında; Görüşme-Toplantı, Konferans, Seminer, Basın Bülteni, Sponsorluk ve Fuar-Festival-Sergi yer almaktadır.

3.6.1.5. Halkla İlişkiler Karması Tema Analizi



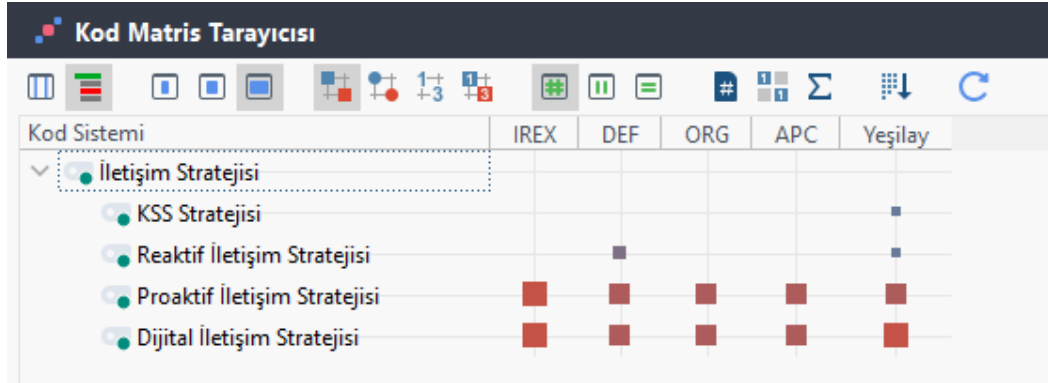
Şekil 28: Halkla İlişkiler Karması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkiler karması çalışma boyunca sarı renkle ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler karması temasında; Kamu Yararına Faaliyet, Kurumsal Reklamcılık, Lobicilik, Basın Sözcülüğü ve Duyurum yer almaktadır.

3.6.2. Kod matrisi analizleri

3.6.2.1. İletişim Stratejisi Kod Matrisi

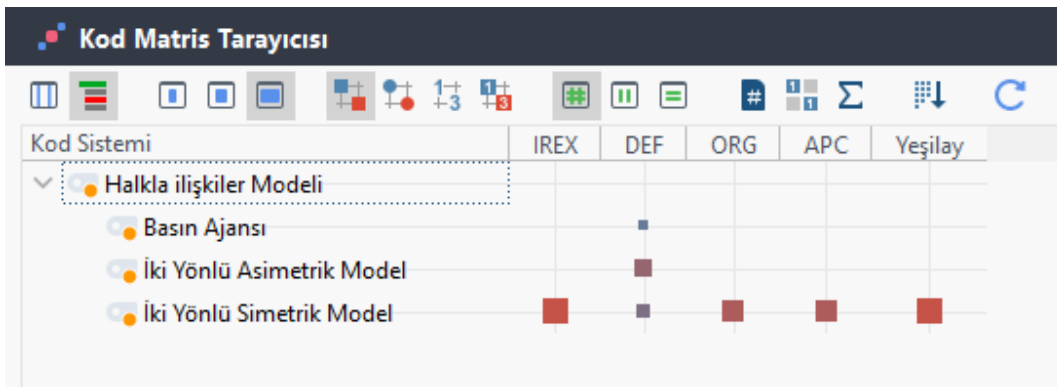


Görsel 1: İletişim Stratejisi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

KSS stratejisini yalnızca Yeşilay kullanmıştır. Reaktif iletişim stratejisini DEF ve Yeşilay kullanmıştır. Proaktif ve Dijital iletişim stratejilerini tüm STK'lar kullanmıştır. Bu bağlamda ilk araştırma sorusu "STK'lar hangi iletişim stratejilerini benimsemektedir ve bu stratejilerin tercih edilme nedenleri nelerdir?" yanıtlanmıştır.

3.6.2.2. Halkla İlişkiler Modeli Kod Matrisi



Görsel 2: Halkla İlişkiler Model

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın ajansını ve iki yönlü asimetrik modeli sadece DEF kullanmıştır. İki yönlü simetrik modeli ise tüm STK'lar kullanmıştır.

3.6.2.3. Halkla İlişkiler İşlevi Kod Matrisi

Kod Sistemi	IREX	DEF	ORG	APC	Yeşilay
✓ Halkla İlişkiler İşlevi					
• Güvenirlilik Artırma	■		■	■	■
• Görünürülük	■	■	■	■	■
• Kamuoyu Yaratma	■	■	■	■	■
• Danışmanlık-Tavsiye	■	■	■	■	■

Görsel 3: Halkla İlişkiler İşlevi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Güvenirlilik artırma işlevini IREX, ORG, APC ve Yeşilay kullanmıştır. Görünürülük, kamuoyu yaratma ve danışmanlık – Tavsiye işlevini tüm STK'lar kullanmıştır. Bu bağlamda ikinci araştırma sorusu “STK'lar hangi halkla ilişkiler işlevlerine öncelik vermektedir?” yanıtlanmıştır.

3.6.2.4. Halkla İlişkiler Türü Kod Matrisi

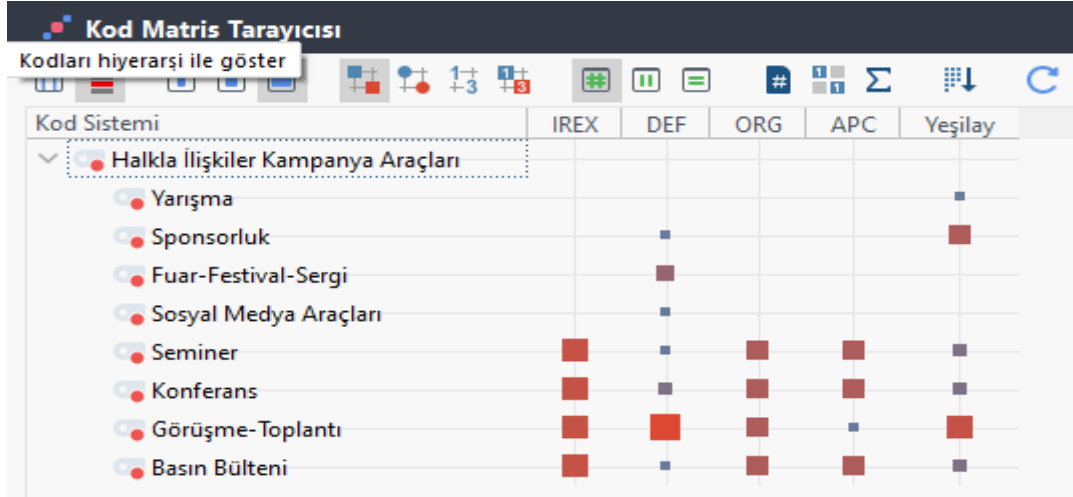
Kod Sistemi	IREX	DEF	ORG	APC	Yeşilay
✓ Halkla İlişkiler Türü					
• Bilgilendirme					■
• İkna					■
• İlişki Yönetimi	■	■	■	■	■
• İmaj/İtibar Yönetimi	■	■	■	■	■

Görsel 4: Halkla İlişkiler Türü

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bilgilendirme ve ikna türünü sadece Yeşilay kullanmıştır. İlişki yönetimi ve İmaj-İtibar Yönetimi türünü tüm STK'lar kullanmıştır. Bu bağlamda “STK'lar hangi halkla ilişkiler türünü tercih edilmektedir?” sorusu yanıtlanmıştır.

3.6.2.5. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Kod Matrisi

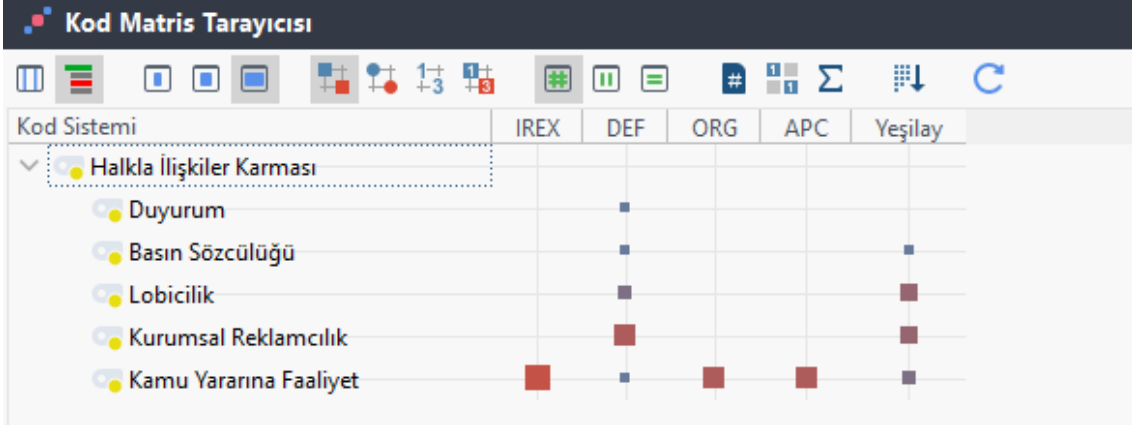


Görsel 5: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yarışma araçlarını sadece Yeşilay kullanmıştır. Sponsorluk aracını Yeşilay ve DEF kullanmıştır. Fuar-Festival-Sergi ve Sosyal Medya aracını sadece DEF kullanmıştır. Seminer, Konferans, Görüşme-Toplantı ve Basın Bülteni aracını tüm STK'lar kullanmıştır. Bu bağlamda “STK'ların kullandığı halkla ilişkiler kampanya araçları ve bu araçların etkinlikleri nelerdir?” sorusu yanıtlanmıştır.

3.6.2.6. Halkla İlişkiler Karması Kod Matrisi



Kod Sistemi	IREX	DEF	ORG	APC	Yeşilay
▼ Halkla İlişkiler Karması					
● Duyurum	■	■			
● Basın Sözcülüğü		■			■
● Lobicilik		■			■
● Kurumsal Reklamcılık		■			■
● Kamu Yararına Faaliyet	■	■	■	■	■

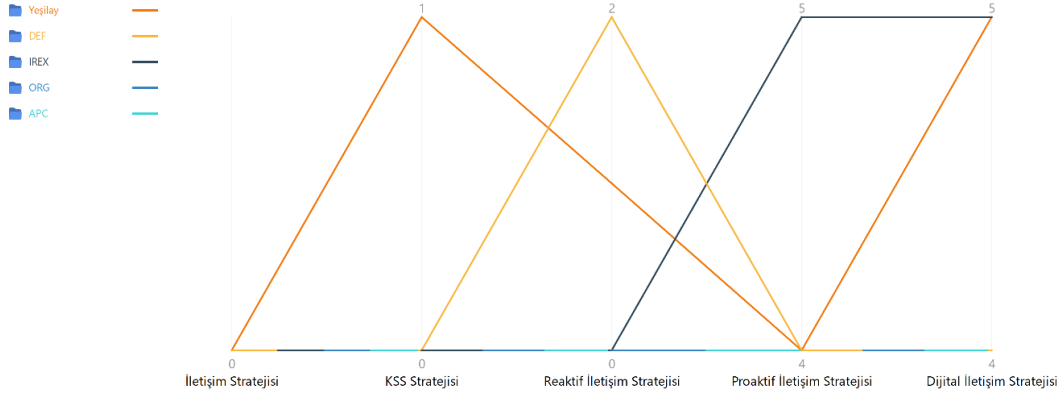
Görsel 6: Halkla İlişkiler Karması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Duyurum karmasını sadece IREX kullanmıştır. Basın sözcülüğü, Lobicilik ve Kurumsal Reklamcılık karmasını DEF ve Yeşilay kullanmıştır. Kamu Yararına Faaliyet karmasını tüm STK'lar kullanmıştır. Bu bağlamda “STK'lar halkla ilişkiler karmasını etkin bir şekilde kullanmakta mıdır?” sorusu yanıtlanmıştır.

3.6.3. Profil Karşılaştırma Analizleri

3.6.3.1. İletişim Stratejisi Profil Karşılaştırması

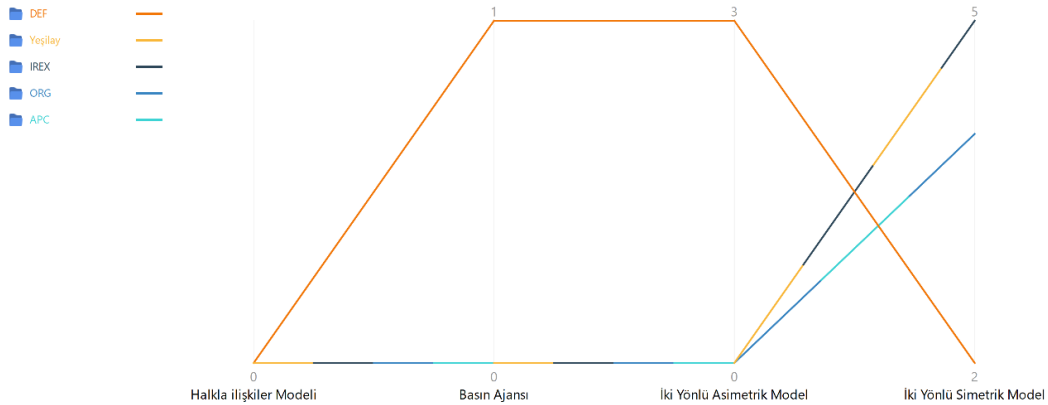


Şekil 29: İletişim Stratejisi Profil Karşılaştırması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşilay, KSS stratejisini tek başına kullanmıştır. Hem DEF hem de Yeşilay, reaktif iletişim stratejisini benimsemiştir. Proaktif ve dijital iletişim stratejileri ise tüm sivil toplum kuruluşları tarafından uygulanmıştır.

3.6.3.2. Halkla İlişkiler Modeli Profil Karşılaştırması

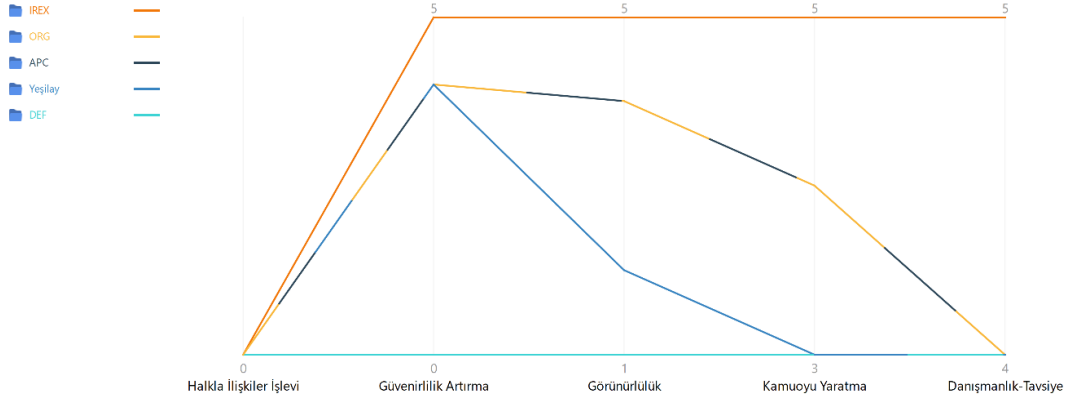


Şekil 30: Halkla İlişkiler Modeli Profil Karşılaştırması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

DEF, basın ajansını ve iki yönlü asimetrik modeli kullanmıştır. Buna karşın, iki yönlü simetrik model tüm sivil toplum kuruluşları tarafından benimsenmiştir.

3.6.3.3. Halkla İlişkiler İşlevi Profil Karşılaştırması

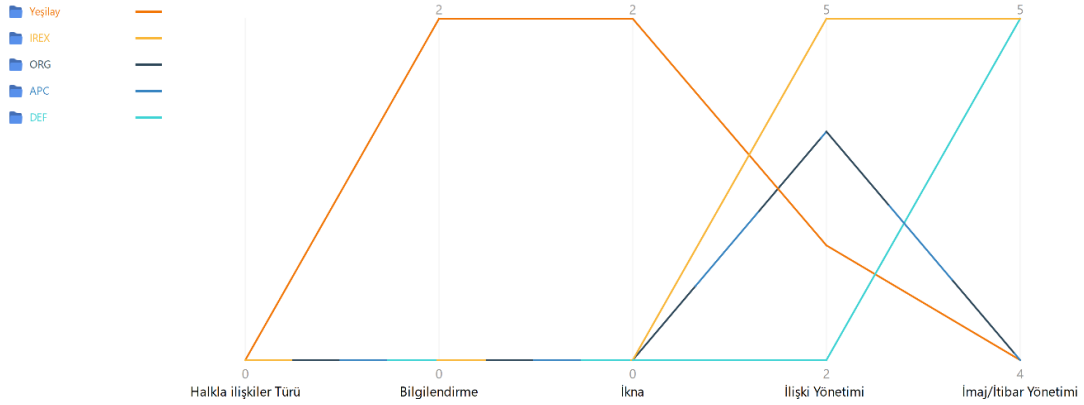


Şekil 31: Halkla İlişkiler İşlevi Profil Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

IREX, ORG, APC ve Yeşilay, güvenirliliklerini artırma işlevini kullanmışlardır. Görünürlük, kamuoyu oluşturma ve danışmanlık-tavsiye işlevleri ise tüm sivil toplum kuruluşları tarafından uygulanmıştır.

3.6.3.4. Halkla İlişkiler Türü Profil Karşılaştırması

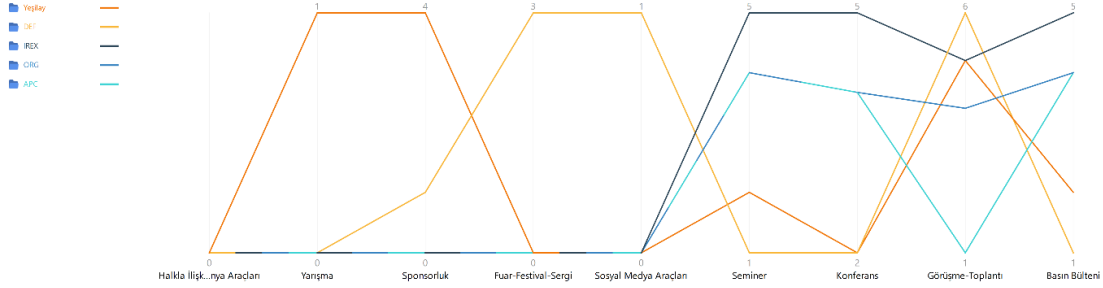


Şekil 32: Halkla İlişkiler Türü Profil Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.6.3.5. Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Profil Karşılaştırması

Yeşilay, bilgilendirme ve ikna türlerini kullanmıştır. İlişki yönetimi ve imaj-itibar yönetimi türleri ise tüm sivil toplum kuruluşları tarafından benimsenmiştir.

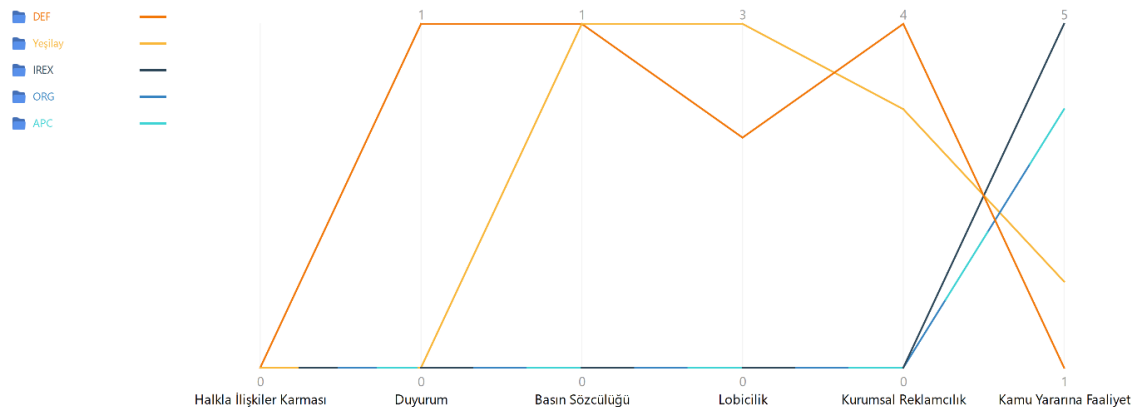


Şekil 33: Halkla İlişkiler Kampanya Araçları Profil Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşilay, yarışmayı tek başına kullanmıştır. Sponsorluk hem Yeşilay hem de DEF tarafından kullanılmıştır. Fuar, festival, sergi ve sosyal medya araçlarını ise sadece DEF benimsemiştir. Seminer, konferans, görüşme-toplantı ve basın bülteni tüm sivil toplum kuruluşları tarafından kullanılmıştır.

3.6.3.6. Halkla İlişkiler Karması Profil Karşılaştırması



Şekil 34: Halkla İlişkiler Karması Profil Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

IREX, duyuru karmasını kullanmıştır. Basın sözcülüğü, lobicilik ve kurumsal reklamcılık karması hem DEF hem de Yeşilay tarafından benimsenmiştir. Kamu yararına faaliyet karması ise tüm sivil toplum kuruluşları tarafından kullanılmıştır.

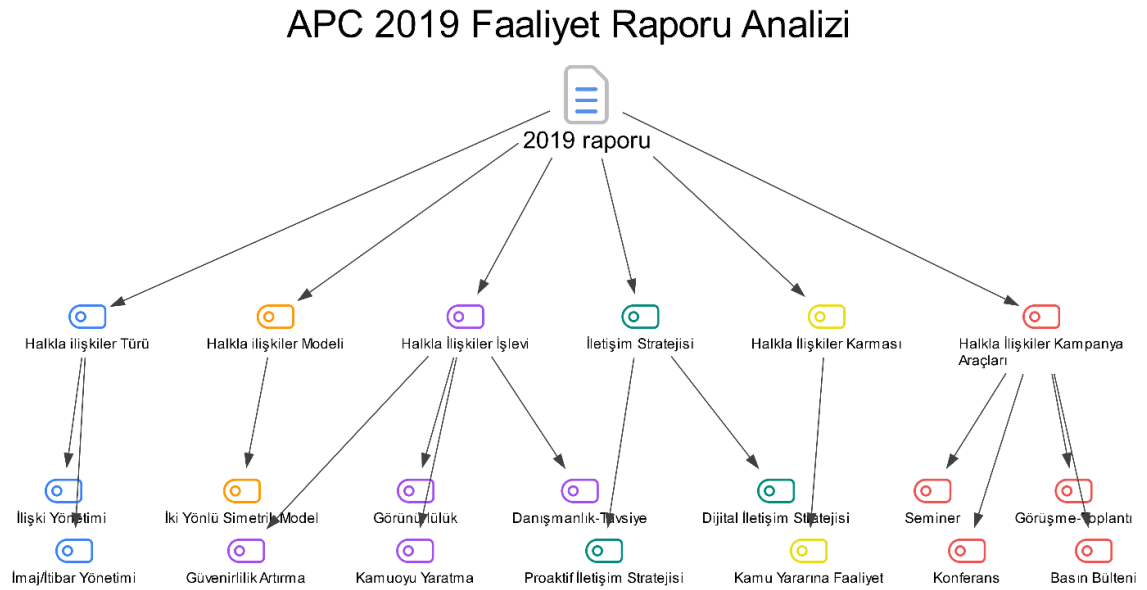
3.6.4. STK'ların Yıllara Göre Bağımlılıkla Mücadele Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, sivil toplum kuruluşlarının internet bağımlılığıyla mücadele alanındaki etkinlikleri, bu kuruluşların yıl sonunda yayımladıkları faaliyet raporları temel alınarak değerlendirilmiştir. Analiz, Maxqda yazılımı kullanılarak gerçekleştirilmiş ve incelenen faaliyet raporları 2019-2023 yılları arasına aittir. Elde edilen veriler, öncelikle yıllık bazda analiz edilmiş, ardından elde edilen bulgular, beş yıllık süreçte birbirleriyle kıyaslanarak kapsamlı bir analize tabi tutulmuştur.

3.6.4.1. APC Faaliyet Raporu Analizi

APC 2019-2022 yılları arasında dört faaliyet raporu yayınlamıştır. APC'nin 2023 faaliyet raporu bulunmamaktadır. Bu raporların analizi şu şekildedir:

3.6.4.2. APC 2019 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 35: APC 2019 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Görüşme-Toplantı ve Konferanslar: APC'nin düzenlediği konferanslar ve seminerler, internet erişimini artırmayı hedeflerken, bu platformlar aynı zamanda internet kullanımının sağlıklı yollarını ve dijital dengenin önemini vurgulama fırsatı sunmaktadır. Bu tür etkinlikler, internet bağımlılığına karşı bilinçlendirme ve eğitim sağlamak için mükemmel ortamlardır.

Kamu Yararına Faaliyetler: APC'nin dijital erişim ve haklar üzerine yaptığı çalışmalar, kullanıcıların interneti bilinçli ve etik bir şekilde kullanmalarını teşvik etmektedir. Bu, internet bağımlılığının önlenmesine yardımcı olacak stratejiler geliştirmeye yönelik bir fırsat sunmaktadır.

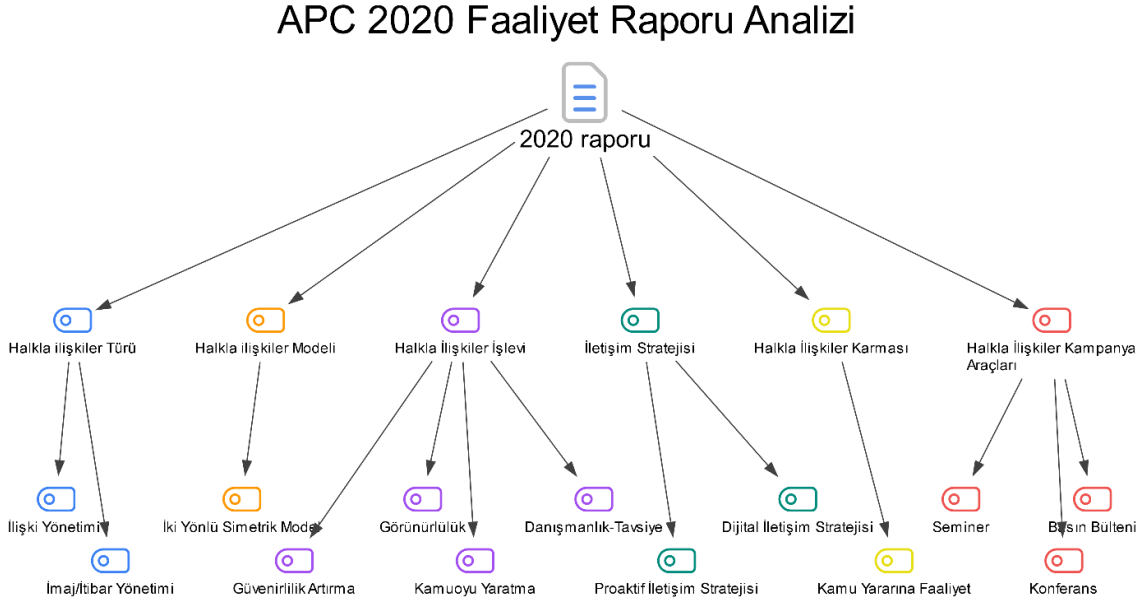
Dijital İletişim Stratejisi: İnternet bağımlılığı, çoğu zaman dijital içeriklerin aşırı tüketimiyle ilişkilidir. APC'nin dijital iletişim stratejileri, internet kullanıcılarına medya okuryazarlığı ve içerik tüketiminde dengeli yaklaşımlar geliştirme konusunda rehberlik etmektedir.

Kamuoyu Yaratma: APC'nin internet erişimi ve dijital haklar hakkında yaptığı kamuoyu bilgilendirmeleri, internet bağımlılığı ve dijital sağlık konularında da farkındalık yaratmayı içermektedir. Bu, kullanıcıların dijital dünyada sağlıklı alışkanlıklar edinmelerine yardımcı olmaktadır.

İki Yönlü Simetrik Model: Bu model, toplulukların internet ve dijital teknolojileri daha etkin ve sorumlu bir şekilde kullanmaları için gereken destek ve kaynakların sağlanmasını içerir. Bu, internet bağımlılığını azaltacak bilinçlendirme ve eğitim programlarını kapsamaktadır.

İlişki Yönetimi ve İmaj/İtibar Yönetimi: APC'nin kurumsal itibarını güçlendirme çabaları, organizasyonun dijital sağlık ve internet bağımlılığı konularında da öncü bir rol oynamasını sağlamaktadır. Bu, APC'nin bu alanlarda da düşünce lideri olarak tanınmasına katkıda bulunmaktadır.

3.6.4.3. APC 2020 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 36: APC 2020 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Konferanslar: APC, dijital dışlanmayla mücadele ve internetin küresel bir kamu malı olarak yönetilmesi konularında farkındalık yaratmak için basın bültenleri yayımlamış ve konferanslar düzenlemiştir. Bu etkinlikler, geniş bir kitleye ulaşarak bilgi sağlama ve politika yapıcıları etkileme amacı taşımaktadır.

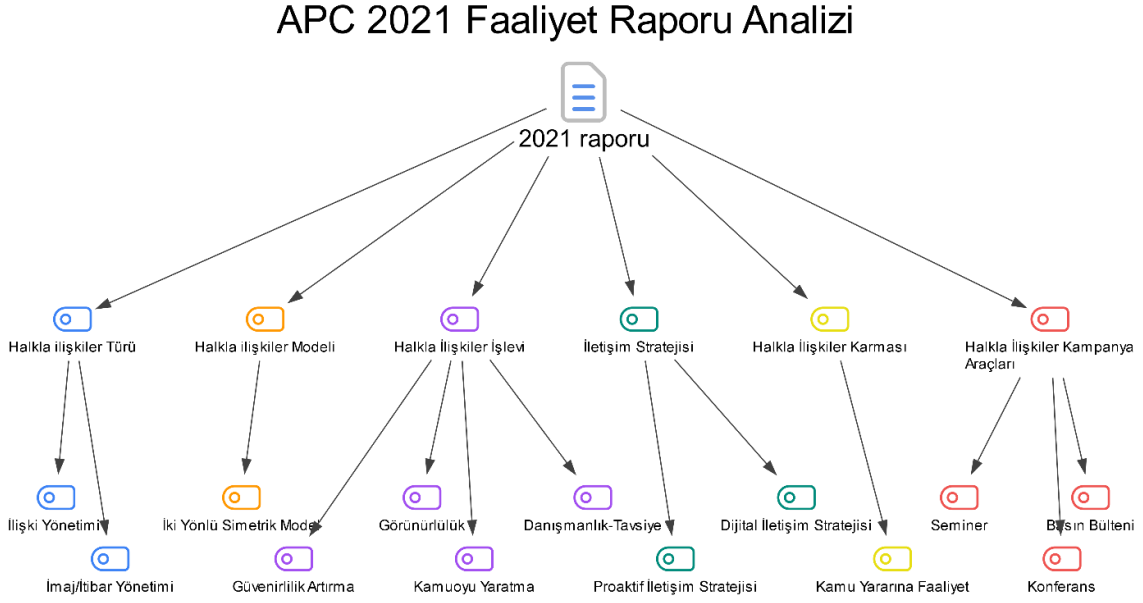
Kamu Yararına Faaliyetler: Dijital teknolojilerin ayrımcılık, yapısal eşitsizlik ve güç yapılarına karşı kullanılması, APC'nin öncelikli hedeflerinden biridir. Bu faaliyetler, toplumların kendi dijital haklarını savunmalarına ve internet erişimini artırmalarına yardımcı olmaktadır.

Dijital ve Proaktif İletişim Stratejileri: APC, dijital içerikler ve kampanyalar yoluyla internet erişimi ve dijital haklar konusunda sürekli bilgilendirme yapmakta, aynı zamanda bu konularda ulusal ve uluslararası arenada aktif bir rol oynamaktadır. Bu stratejiler, toplulukların bilinçlenmesini sağlayarak, dijital dışlanmayla mücadeleye katkıda bulunur.

Danışmanlık, Kamuoyu Yaratma ve Görünürlük: APC, dijital dışlanma ve adil internet erişimi konularında danışmanlık sağlamakta, bu konularda geniş kapsamlı kamuoyu oluşturma çalışmaları yürütmektedir. Ayrıca, medya ve kamuoyunda bu çalışmaların görünürlüğünü artırarak daha geniş bir etki yaratmayı hedeflemektedir.

İki Yönlü Simetrik Model ve İlişki Yönetimi: APC, diğer sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri yaparak, etkili dijital haklar savunuculuğu gerçekleştirmektedir. Bu model, bilgi ve kaynak paylaşımını teşvik ederek, dijital dışlanmayla mücadelede yeni stratejilerin geliştirilmesine olanak tanır.

3.6.4.4. APC 2021 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 37: APC Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Konferanslar ve Seminerler: APC tarafından düzenlenen etkinlikler, internet kullanımının sağlıklı yollarını tartışma ve bilinçlendirme fırsatı sunar. Bu etkinliklerde internet bağımlılığının önlenmesi, dijital dengenin nasıl sağlanabileceği gibi konular ele alınmaktadır.

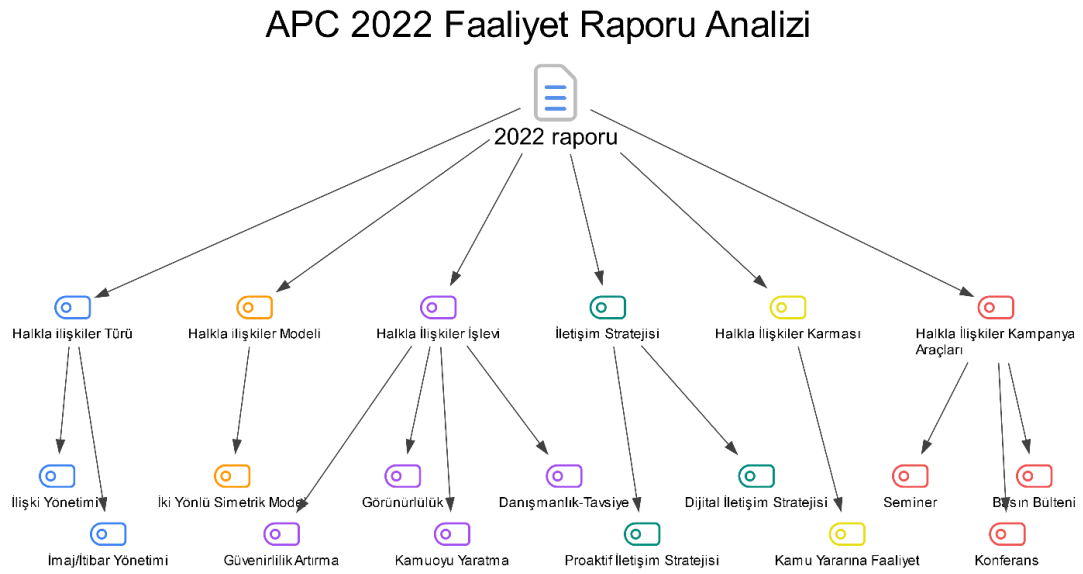
Kamu Yararına faaliyet: Dijital dışlanmayı azaltma projeleri, sadece erişimi artırmakla kalmaz, aynı zamanda internetin sağlıklı ve etkili kullanımını teşvik edecek bilgi ve kaynakların sağlanmasına da yardımcı olmaktadır. Bu, özellikle gençler ve risk altındaki gruplar için önemlidir.

Dijital İletişim Stratejisi: APC'nin bilinçlendirme kampanyaları, internetin bilinçli kullanımını teşvik edebilir ve kullanıcıları internet bağımlılığının potansiyel riskleri konusunda uyarılmaktadır.

Kamuoyu Yaratma ve Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: Bu faaliyetler, internet bağımlılığı ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratma ve bu konularda kamuoyunun bilgilendirilmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle internetin sağlıklı kullanımını destekleyen mesajlar bu çerçevede önemli olmaktadır.

İlişki Yönetimi: APC'nin diğer kuruluşlarla iş birlikleri, internet bağımlılığı konusunda bilgi alışverişi ve ortak mücadelede bulunma imkanı sağlamaktadır. Bu iş birlikleri, internet bağımlılığına karşı etkili stratejiler geliştirilmesine yardımcı olmaktadır.

3.6.4.5. APC 2022 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 38: APC 2022 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri: APC'nin stratejik planı ve dijital kapsayıcılık inisiyatifleri hakkında kamuoyu bilgilendirmesi, geniş bir kitleye ulaşarak konuya dair farkındalığı artırmak için kritik bir araçtır. Basın bültenleri, örgütün gündemindeki konuları ve hedeflerini genel kamuoyuna duyurmak için etkili bir yoldur.

Konferanslar ve Seminerler: İnsan hakları, internet yönetimi ve dijital dışlanma konularında düzenlenen uluslararası konferanslar ve seminerler, bilgi alışverişi ve uluslararası iş birliklerinin geliştirilmesi açısından önem taşır. Bu tür etkinlikler, sektördeki en güncel sorunlara dair çözümler geliştirmek ve toplulukları bu konulara dahil etmek için platformlar sunar.

Kamu Yararına Faaliyet: Dijital teknolojiler aracılığıyla yapısal eşitsizliklerle mücadele ve dijital dışlanmayı azaltma projeleri, toplumsal katılımı artırma ve eşitlik yönünde önemli adımlar atılmasını sağlar. Bu faaliyetler, özellikle dezavantajlı grupların teknolojiye erişimini kolaylaştırarak sosyal entegrasyonu destekler.

Dijital İletişim Stratejisi: İnternet erişimi ve dijital haklar konularında yürütülen bilinçlendirme kampanyaları, dijital medya aracılığıyla hızlı ve geniş çapta bilgi dağıtımını mümkün kılar. Bu strateji, özellikle gençler ve dijital platformları aktif kullananlar üzerinde bilinçlendirici etkiler yaratır.

Proaktif İletişim Stratejisi: Dijital haklar ve internet erişimi için yürütülen ulusal ve uluslararası savunuculuk çalışmaları, politikaların şekillendirilmesinde ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesinde etkili olur. Bu strateji, konunun önemini vurgulayarak karar vericiler üzerinde baskı yapılmasını sağlar.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma: Politika yapıcılarla iş birlikleri ve danışmanlık, dijital dışlanma ve insan hakları konusunda geniş çaplı etki yaratma potansiyeline sahiptir. Bu işlev, örgütün etkisini artırarak sosyal ve politik değişimleri teşvik eder.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: APC'nin dijital haklar ve internet erişimi konusundaki çalışmalarının medya ve kamuoyunda tanıtımı, örgütün tanınırlığını ve itibarını güçlendirir. Bu, genel olarak örgütün güvenilirliğini ve etki alanını arttırmaktadır.

İki Yönlü Simetrik Model: Çeşitli paydaşlarla iş birliği içinde internet erişimi ve dijital haklar konularında yapılan çalışmalar, etkili çözümlerin geliştirilmesinde ve toplumsal kabulün sağlanmasında kritik rol oynar. Bu model, fikir alışverişi ve ortak hedeflere ulaşma süreçlerini destekler.

İlişki Yönetimi ve İmaj Yönetimi: Sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri, APC'nin dijital haklar ve internet erişimi konularındaki liderliğini pekiştiren faaliyetlerdir. Bu iş birlikleri, örgütün stratejik konumlanmasını ve etkisini uluslararası düzeyde arttırmaktadır.

3.6.4.6. APC 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022
Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları	Basın Bültenleri	Topluluk ağlarının önemi	Dijital dışlanma ve internet yönetimi	Stratejik plan ve dijital dışlanma mücadelesi	Dijital kapsayıcılık inisiyatifleri
	Konferanslar ve Seminerler	İnternet Governance Forums	Dijital dışlanma ve erişim	Dijital haklar ve internet yönetimi	İnsan hakları ve dijital dışlanma
	Görüşme ve Toplantı	Genel bilgi sağlama ve stratejik planlar hakkında bilgilendirme	-	-	-
Halkla İlişkiler Karması	Kamu Yararına Faaliyetler	Dijital erişim ve haklar savunuculuğu	Yapısal eşitsizliklerle mücadele	Yapısal eşitsizliklerle mücadele	Dijital teknolojilerle yapısal eşitsizlik mücadelesi
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	İnternet erişimi ve dijital haklar bilgilendirmesi	İnternet ve dijital teknolojilerin kamu yararına kullanımı	Dijital haklar ve internet erişimi bilgilendirmesi	İnternet erişimi ve dijital haklar bilgilendirmesi
	Proaktif İletişim Stratejisi	Topluluk ağlarının desteklenmesi	Dijital haklar savunuculuğu	Dijital haklar ve adil internet erişimi savunuculuğu	Dijital haklar ve internet erişimi savunuculuğu
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Spektrum yönetimi ve internet politikaları danışmanlığı	Dijital dışlanma ve erişim danışmanlığı	Dijital dışlanma danışmanlığı	Dijital dışlanma ve insan hakları danışmanlığı
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Projelerin ve başarıların duyurulması	Dijital haklar ve adil internet erişimi çalışmalarının tanıtımı	Dijital haklar ve adil internet erişimi çalışmalarının tanıtımı	Dijital haklar ve internet erişimi çalışmalarının tanıtımı
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Yerel ve uluslararası düzeyde paydaş iş birlikleri	Paydaşlarla işbirliği ve etkileşim	Paydaşlarla işbirliği ve kaynak paylaşımı	Çeşitli paydaşlarla işbirliği

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022
Halkla İlişkiler Türleri	İlişki Yönetimi	Küresel ve yerel düzeyde iş birlikleri	Diğer kuruluşlarla iş birlikleri	Sivil toplum ve hükümetlerle iş birlikleri	Sivil toplum, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri
	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın güçlendirilmesi	APC'nin liderliğini pekiştirme	APC'nin liderliğini ve etkisini pekiştirme	Kurumsal imajın güçlendirilmesi

Tablo 7: APC 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları

2019 yılında, topluluk ağlarının önemine dair farkındalık yaratma çalışmaları ön plana çıkmıştır. 2020 yılında ise dijital dışlanma ve internet yönetimi üzerine yoğunlaşan kampanyalar düzenlenmiştir. Bu süreç, 2021 yılında stratejik planlama ve dijital dışlanma ile mücadeleye odaklanarak devam etmiştir. En son olarak 2022 yılında, dijital kapsayıcılık inisiyatiflerinin tanıtımına yönelik çalışmalar yapılmıştır.

Konferanslar ve Seminerler

2019 yılında, İnternet Governance Forums'a katılım sağlanarak dijital haklar ve internet yönetimi üzerine çeşitli bilgilendirmeler yapılmıştır. 2020 yılında, dijital dışlanma ve erişim konuları ele alınmış, bu sorunlara yönelik çözüm yolları tartışılmıştır. 2021'de ise insan hakları çerçevesinde dijital dışlanma konuları üzerine seminerler düzenlenmiş, bu konuda toplumsal bilinç ve duyarlılık artırılmaya çalışılmıştır. 2022 yılında, dijital haklar ve internet erişimi konularında daha geniş kapsamlı bilgi ve farkındalık yaratma çalışmaları öne çıkmıştır.

Kamu Yararına Faaliyet

2019-2022 yılları arasında dijital teknolojilerle yapısal eşitsizliklerle mücadele eden ve dezavantajlı grupların internet erişimini artırmaya yönelik projelerin devam ettirilmiştir.

Dijital İletişim Stratejisi

2019-2022 yılları arası internet erişimi ve dijital haklar konusunda sürekli bilgilendirme ve kamuoyu bilincini artırma çabaları öne çıkmıştır.

Proaktif İletişim Stratejisi

2019 yılında topluluk ağlarının desteklendiği, 2020 ve 2021 yıllarında, dijital haklar ve adil internet erişimi savunuculuğu öne çıkmış, bu konuda çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. 2022 yılında ise dijital haklar ve internet erişimi savunuculuğu üzerine odaklanılmıştır.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma

2019 yılında spektrum yönetimi ve internet politikaları alanında danışmanlık hizmetleri, 2020 yılında, dijital dışlanma ve erişim konularında danışmanlık, 2021 yılında da dijital dışlanma danışmanlığı ve 2022 yılında ise dijital dışlanma ve insan hakları odaklı danışmanlık hizmetleri sunulmuştur.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma

2019-2022, örgütün dijital haklar ve adil internet erişimi konusundaki çalışmalarının medya ve kamuoyunda tanıtılması.

İki Yönlü Simetrik Model

2019 yılında yerel ve uluslararası düzeyde paydaş iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında paydaşlarla iş birliği ve etkileşim sağlanmıştır. 2021 yılında paydaşlarla kaynak paylaşımı yapılmıştır. 2022 yılında ise çeşitli paydaşlarla iş birliği yapılmıştır.

İlişki Yönetimi

2019 yılında küresel ve yerel düzeyde iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında diğer kuruluşlarla iş birlikleri yapılmıştır. 2021 yılında sivil toplum ve hükümetlerle iş birlikleri sağlanmıştır. 2022 yılında ise sivil toplum, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri yapılmıştır.

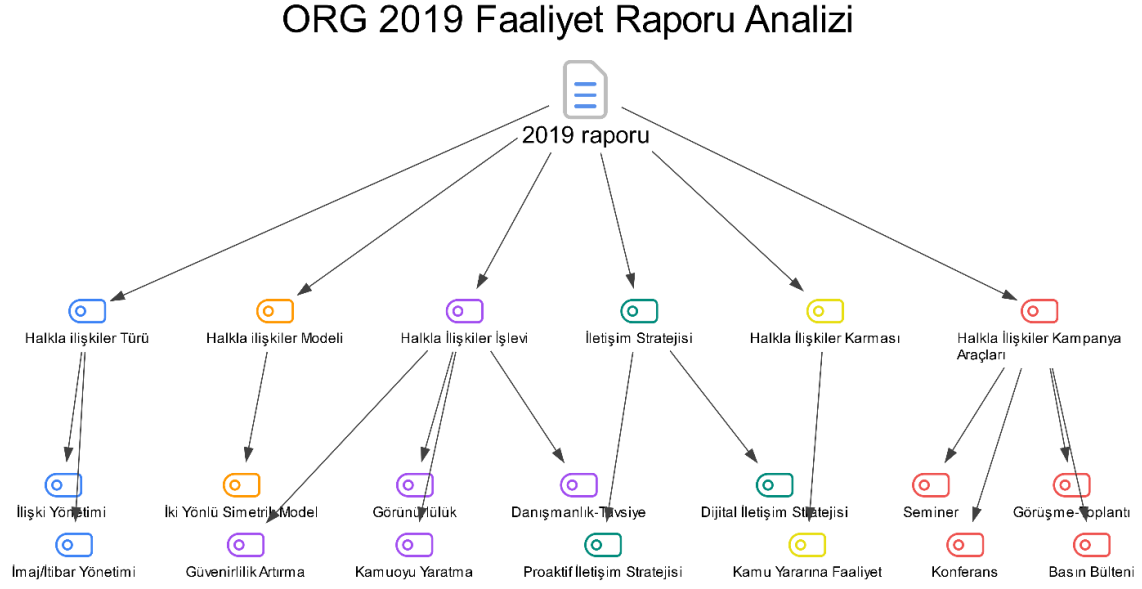
İmaj/İtibar Yönetimi

2019 yılında APC'nin liderliğini pekiştirme çalışmaları yapılmıştır. 2020 yılında APC'nin liderliğini ve etkisini daha da pekiştirme yönünde adımlar atılmıştır. 2021 yılında kurumsal imajın güçlendirilmesine odaklanılmıştır. 2022 yılında ise dijital haklar ve internet erişimi çalışmalarının tanıtımı gerçekleştirilmiştir.

3.6.4.7. ORG Faaliyet Raporu Analizi

ORG 2019-2022 yılları arasında dört faaliyet raporu yayınlamıştır. ORG'nin 2023 faaliyet raporu bulunmamaktadır. Bu raporların analizi şu şekildedir:

3.6.4.8. ORG 2019 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 39: ORG 2019 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı: Dijital haklar konusunda farkındalık yaratma ve politika yapıcılarla etkileşim için düzenlenen medya kampanyaları ve basın açıklamaları, konunun geniş kitlelere ulaşmasını ve yasama düzeyinde dikkate alınmasını sağlar. Bu faaliyetler, bilgi akışını doğrudan etkiler ve kamuoyu gündemini şekillendirir.

Konferanslar ve Seminerler: ORGCon gibi etkinlikler, dijital haklar üzerine çeşitli konuşmacılarla düzenlenen paneller ve seminerler aracılığıyla bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik eder. Bu tür toplantılar, sektördeki güncel konulara dikkat çeker ve çözüm önerileri geliştirilmesine olanak tanır.

Kamu Yararına Faaliyetler: İnternet güvenliği ve dijital özgürlükler üzerine yürütülen kamuoyu eğitimi ve bilgilendirme çalışmaları, toplumun dijital ortamlarda güvenliği konusunda bilinçlenmesini sağlar. Bu faaliyetler, özellikle risk altındaki grupları koruma altına almak ve bilinçli internet kullanımını teşvik etmek için kritik önem taşır.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya platformlarını kullanarak bilgi paylaşımı ve dijital haklar konusunda farkındalık yaratma çalışmaları, geniş ve çeşitlendirilmiş kitlelere

ulaşmayı mümkün kılar. Bu strateji, anlık bilgi yayımı ve hızlı geri dönüşler almak için idealdir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Yasama süreçlerine aktif katılım ve politika geliştirme süreçlerine dahil olma, örgütün etkisini arttırmaktadır ve yasal düzenlemeler üzerinde doğrudan bir rol oynamasını sağlar. Bu strateji, politik çevre üzerinde uzun vadeli değişiklikler yapılmasına olanak tanır.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma: Politika yapıcılarla sürekli diyalog içinde olma ve raporlar, araştırmalarla desteklenen danışmanlık hizmetleri, karar verme süreçlerine bilimsel ve güncel verilerle katkıda bulunur. Bu faaliyetler, stratejik planlama ve politika geliştirme konularında örgütün etkisini pekiştirir.

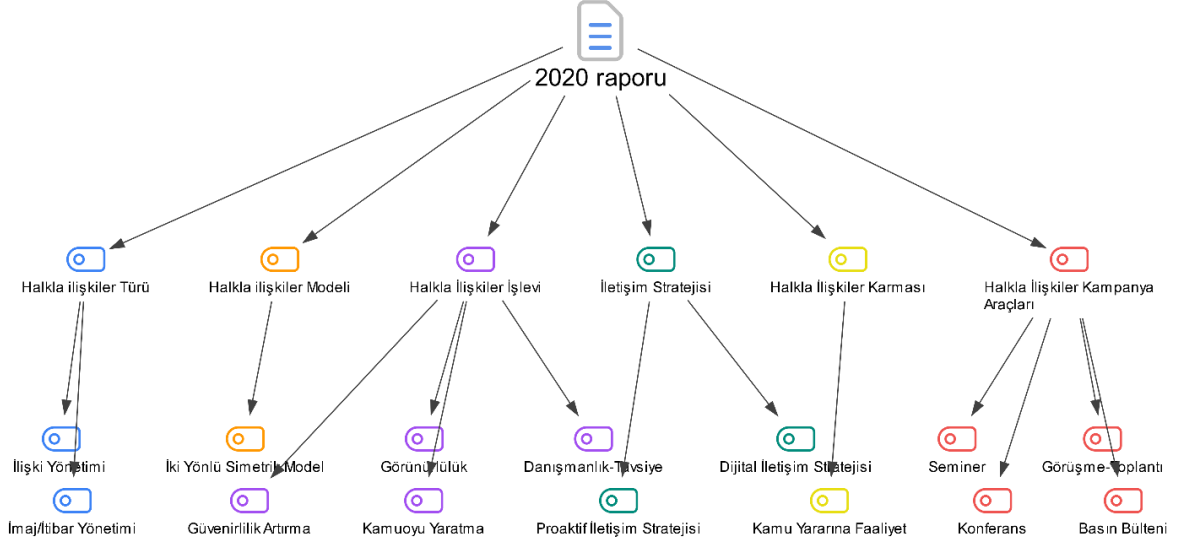
Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: Etkinlikler ve medya görünürlüğü ile kurumun tanınırlığını ve güvenilirliğini artırma faaliyetleri, örgütün sektördeki liderlik konumunu güçlendirir ve genel itibarını arttırmaktadır.

İki Yönlü Simetrik Model: Paydaşlarla etkileşim ve iş birlikleri kurarak politika geliştirme süreçlerine katkı sağlama, örgütün hedeflerine ulaşmasında etkili bir yol sunar. Bu model, fikir alışverişi ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmek için idealdir.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla kurumsal imajı güçlendirme çalışmaları ve farklı sektörlerden ortaklarla iş birlikleri yaparak geniş bir ağ oluşturma, örgütün itibarını ve etkileşimde bulunma kapasitesini arttırmaktadır.

3.6.4.9. ORG 2020 Faaliyet Raporu Analizi

ORG 2020 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 40: ORG 2020 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı: Dijital haklar ve gizlilik konularında yürütülen medya kampanyaları ve basın açıklamaları, geniş kitlelere ulaşarak bu önemli konularda farkındalık yaratmayı amaçlar. Bu faaliyetler, özellikle karmaşık ve teknik olabilen gizlilik politikalarını kamuoyuna açıklamak için önemlidir.

Konferanslar ve Seminerler: Çeşitli konuşmacılarla düzenlenen dijital haklar ve gizlilik üzerine paneller ve seminerler, bilgi alışverişini teşvik eder ve konuya ilişkin derinlemesine tartışmalar sağlar. Bu tür etkinlikler, katılımcılara konular hakkında detaylı bilgiler sunarak eğitim sağlar ve toplumsal diyalog ortamı yaratır.

Kamu Yararına Faaliyetler: Gizlilik ve veri koruması konularında yürütülen kamuoyu bilgilendirme ve eğitim çalışmaları, bireylerin ve kurumların bu konularda bilinçlenmesine katkıda bulunur. Bu faaliyetler, özellikle dijital çağda veri güvenliğinin korunması ve kişisel gizliliğin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya platformlarında bilgi paylaşımı ve dijital haklar konusunda farkındalık yaratma çalışmaları, özellikle genç ve aktif internet kullanıcılarına ulaşmada etkilidir. Bu strateji, hızlı ve geniş çapta bilgi dağıtımını sağlayarak geniş kitlelere ulaşır.

Proaktif İletişim Stratejisi: Gizlilik ve dijital haklar konusunda politika yapıcılarla etkileşim ve yasama süreçlerine katılım, bu konularda yasal düzenlemelerin şekillendirilmesinde doğrudan bir rol oynamayı hedefler. Bu yaklaşım, politik çevre üzerinde etkili olmayı ve uzun vadeli değişiklikler yapmayı amaçlar.

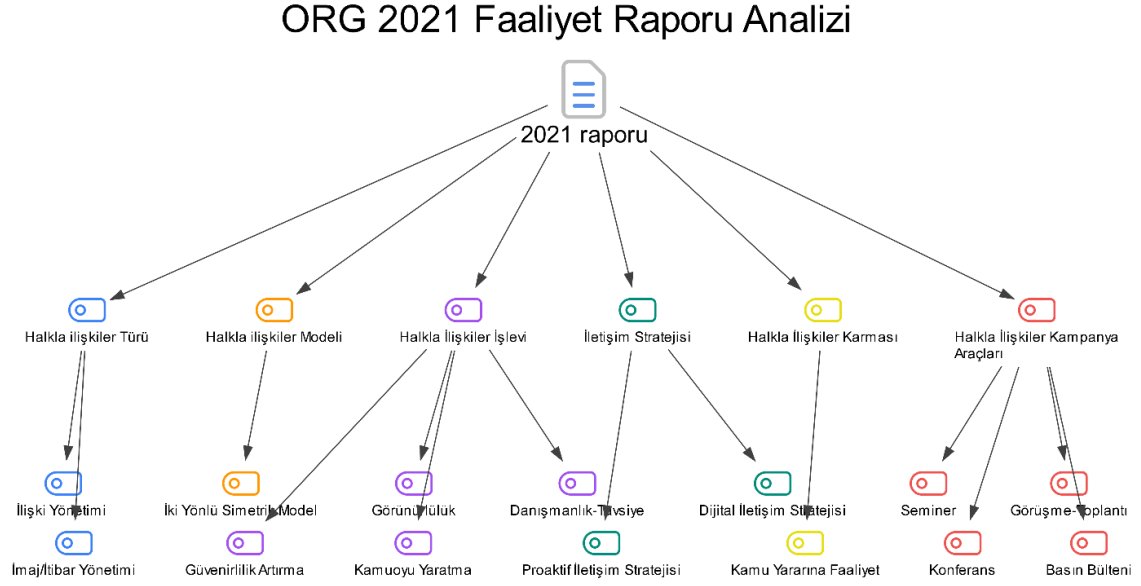
Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma: Politika yapıcılarla sürekli diyalog ve raporlar, araştırmalarla desteklenen danışmanlık hizmetleri, karar verme süreçlerine bilimsel ve güncel verilerle katkıda bulunur. Bu işlev, stratejik planlama ve politika geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynar.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: Etkinlikler ve medya görünürlüğü ile kurumun tanınırlığını ve güvenilirliğini artırma çalışmaları, genel olarak kurumun itibarını ve etki alanını güçlendirir.

İki Yönlü Simetrik Model: Çeşitli paydaşlarla iş birlikleri geliştirerek bilgi alışverişi sağlama ve ortak hedeflere ulaşma, etkili çözümlerin geliştirilmesinde ve toplumsal kabulün sağlanmasında kritik bir rol oynar. Bu model, karşılıklı anlayış ve iş birliği içinde sürekli gelişim sağlar

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla kurumsal imajı güçlendirme çalışmaları ve ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yaparak etkili ilişkiler kurma, kurumun stratejik konumlanmasını ve itibarını arttırmaktadır.

3.6.4.10. ORG 2021 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 41: ORG 2021 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı: Bilinçli internet kullanımı hakkında kamuoyu ve politikacılarla yapılan etkileşim ve basın açıklamaları, bu konularda kamuoyu bilincinin artırılmasını ve politikacıların bilgilendirilmesini hedefler. Bu faaliyetler, karmaşık uluslararası meselelerin açıklanması ve geniş kitlelere ulaşması için önemlidir.

Konferanslar ve Seminerler: Dijital haklar ve gizlilik üzerine düzenlenen çeşitli seminerler ve konferanslar, özellikle ORGCon gibi etkinlikler, bilgi alışverişini teşvik eder ve bu alandaki güncel meselelere dikkat çeker. Bu tür toplantılar, katılımcılara detaylı bilgiler sunarak eğitim sağlar ve toplumsal diyalogu destekler.

Kamu Yararına Faaliyetler: dijital haklar konusunda yürütülen kamuoyu bilgilendirme çalışmaları ve Covid-19'a yanıt olarak geliştirilen gizlilik odaklı yaklaşımların savunulması, toplumsal bilinci artırmayı ve bireylerin haklarını korumayı amaçlar. Bu faaliyetler, özellikle kriz dönemlerinde ve hızlı değişim gerektiren zamanlarda kritik önem taşır.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya üzerinden bilgi paylaşımı ve dijital haklar konusunda farkındalık yaratma kampanyaları, dijital ortamın etkisiyle hızlı ve geniş çapta bilgi dağıtımını sağlar. Bu strateji, özellikle internet kullanıcılarına yönelik etkili olabilir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Dijital haklar konusunda politikacılarla yapılan etkileşimler, bu konularda yasal ve politik düzenlemelerin şekillendirilmesinde öncü bir rol oynamayı hedefler. Bu yaklaşım, politika yapım süreçlerine doğrudan etki etmeyi amaçlar.

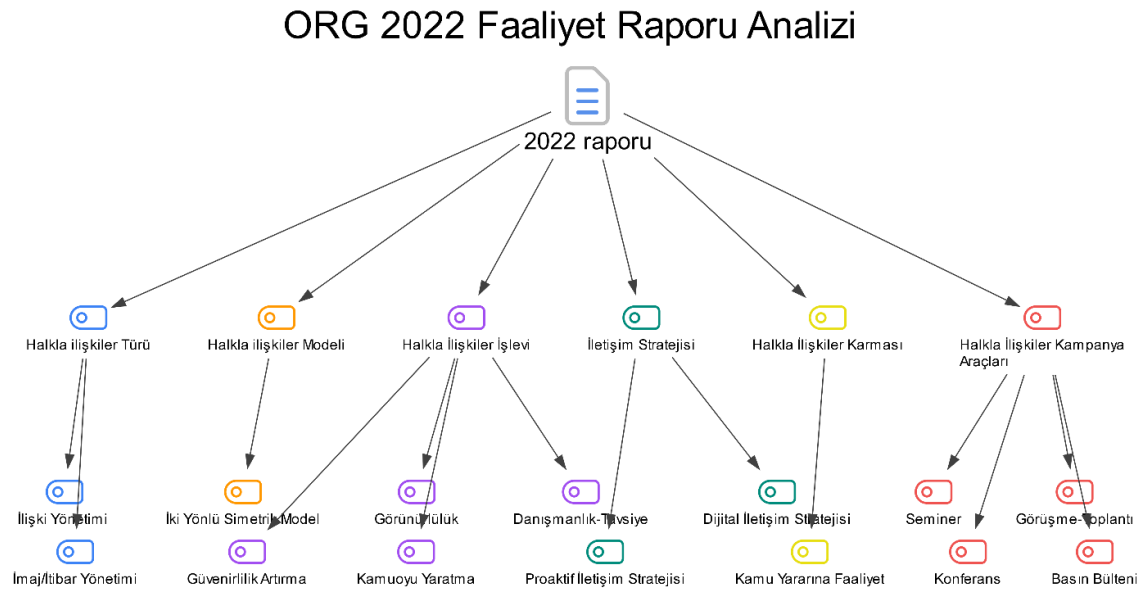
Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma: Politika yapıcılarla sürekli diyalog ve kampanyalar, raporlar ve araştırmalarla desteklenen danışmanlık hizmetleri, karar verme süreçlerine bilimsel ve güncel verilerle katkıda bulunur. Bu işlev, stratejik planlama ve politika geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynar.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: Medya görünürlüğü ve etkinlikler aracılığıyla kurumsal tanınırlığın artırılması, genel olarak kurumun itibarını ve etki alanını güçlendirir.

İki Yönlü Simetrik Model: Çeşitli paydaşlarla iş birlikleri geliştirilerek politika geliştirme süreçlerine katkı sağlanması, karşılıklı anlayış ve işbirliği içinde sürekli gelişim sağlar. Bu model, fikir alışverişi ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmek için idealdir.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Dijital haklar ve gizlilik konularında yürütülen kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla kurumsal imajın güçlendirilmesi çalışmaları ve ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yaparak etkili ilişkiler kurma, kurumun stratejik konumlanmasını ve itibarını arttırmaktadır.

3.6.4.11. ORG 2022 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 42: ORG 2022 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı: Veri koruma reformu ve Online Safety Bill gibi konularda yürütülen medya kampanyaları ve basın açıklamaları, bu önemli ve karmaşık meselelerin geniş kitlelere anlatılmasını ve kamuoyunun bilinçlendirilmesini amaçlar. Bu faaliyetler, politika yapımcıların ve kamuoyunun konuları daha iyi anlamasını ve gerekli tartışmaların yapılmasını sağlar.

Konferanslar ve Seminerler: Dijital haklar ve veri koruma üzerine düzenlenen çeşitli seminerler ve konferanslar, sektör profesyonelleri, akademisyenler ve ilgili paydaşlar arasında bilgi alışverişini teşvik eder. Bu tür etkinlikler, katılımcılara konular hakkında detaylı bilgiler sunarak eğitim sağlar ve çözüm önerileri geliştirilmesine olanak tanır.

Kamu Yararına Faaliyetler: Veri koruma ve dijital haklar konusunda yürütülen çeşitli kamu yararına yönelik eğitim ve bilgilendirme kampanyaları, bireylerin bu konularda bilinçlenmesine katkıda bulunur. Bu faaliyetler, özellikle dijital çağda bireylerin haklarını korumayı ve bilinçli internet kullanımını teşvik etmeyi hedefler.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya üzerinden yapılan bilgilendirme ve farkındalık kampanyaları, geniş ve çeşitlendirilmiş kitlelere ulaşmayı mümkün kılar. Bu strateji, hızlı ve etkili bir şekilde bilgi dağıtımını sağlayarak dijital haklar konusunda kamuoyunu bilgilendirir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Politika yapımcılarla ve kamuoyu ile sürekli diyalog ve yasal, politik analizler yaparak aktif kampanyalar yürütme, bu konularda yasal ve politik düzenlemelerin şekillendirilmesinde etkili olmayı hedefler.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma: Politika yapımcılarla ve diğer paydaşlarla yapılan toplantılar, danışmanlık hizmetleri, ve raporlarla desteklenen kamuoyu yaratma çalışmaları, karar verme süreçlerine bilimsel ve güncel verilerle katkıda bulunur. Bu işlev, stratejik planlama ve politika geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynar.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma: Medya görünürlüğü ve etkinlikler aracılığıyla kurumun tanınırlığını ve güvenilirliğini artırma çalışmaları, genel olarak kurumun itibarını ve etki alanını güçlendirir.

İki Yönlü Simetrik Model: Çeşitli paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi, politika geliştirme süreçlerine aktif katılım sağlar. Bu model, fikir alışverişi ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmek için idealdir.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla kurumsal imajı güçlendirme çalışmaları ve ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yaparak etkili ilişkiler kurma, kurumun stratejik konumlanmasını ve itibarını arttırmaktadır.

3.6.4.12. ORG 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022
Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları	Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı	Dijital haklar farkındalığı, medya kampanyaları	Dijital haklar ve gizlilik kampanyaları	Medya etkileşimleri	Veri koruma reformu kampanyaları
	Konferanslar ve Seminerler	ORGCon etkinlikleri, dijital haklar seminerleri	Dijital haklar ve gizlilik seminerleri	Dijital haklar ve gizlilik seminerleri	Dijital haklar ve veri koruma seminerleri
Halkla İlişkiler Karması	Kamu Yararına Faaliyetler	İnternet güvenliği ve dijital özgürlükler eğitimi	Gizlilik ve veri koruması eğitimleri	Gizlilik odaklı eğitimler	Veri koruma ve dijital haklar eğitimleri
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma	Sosyal medya üzerinden bilgi paylaşımı ve farkındalık	Sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma kampanyaları	Sosyal medya üzerinden farkındalık kampanyaları
	Proaktif İletişim Stratejisi	Yasama süreçlerine katılım, politika geliştirme	Politika yapıcılarla etkileşim, yasama süreçlerine katılım	Politikacılarla etkileşim	Politika yapıcılarla sürekli diyalog, yasal analizler
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Politika yapıcılarla danışmanlık ve sürekli diyalog	Politika yapıcılarla sürekli diyalog	Politika yapıcılarla sürekli diyalog, danışmanlık hizmetleri	Politika yapıcılarla toplantılar, danışmanlık hizmetleri
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Etkinlikler ve medya görünürlüğü	Etkinlikler ve medya görünürlüğü	Medya görünürlüğü ve etkinlikler	Medya görünürlüğü ve etkinlikler
Halkla ilişkiler modelleri	İki yönlü simetrik model	Paydaşlarla etkileşim ve iş birlikleri	Çeşitli paydaşlarla iş	Paydaşlarla iş birlikleri geliştirme	Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022
			birlikleri geliştirme		
Halkla ilişkiler türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imaj güçlendirme kampanyaları	Kurumsal imaj güçlendirme	Kurumsal imaj ve itibar kampanyaları	Kurumsal imaj güçlendirme çalışmaları
	İlişkiler Yönetimi	Ulusal ve uluslararası düzeyde iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri

Tablo 8: ORG 2019-2022 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları

2019 yılında topluluk ağlarının önemi vurgulanmıştır. 2020 yılında dijital dışlanma ve internet yönetimi konularında çalışmalar yapılmıştır. 2021 yılında stratejik plan hazırlanmış ve dijital dışlanma ile mücadele edilmiştir. 2022 yılında ise dijital kapsayıcılık inisiyatifleri başlatılmıştır.

Konferanslar ve Seminerler

2019 yılında Internet Governance Forums etkinlikleri düzenlenmiştir. 2020 yılında dijital dışlanma ve erişim konularında önemli adımlar atılmıştır. 2021 yılında dijital haklar ve internet yönetimi üzerine çalışmalar yapılmıştır. 2022 yılında ise insan hakları ve dijital dışlanma konuları odak noktası olmuştur.

Kamu Yararına Faaliyetler

2019-2022 yılları arasında dijital teknolojiler aracılığıyla yapısal eşitsizliklerle mücadele ve dezavantajlı grupların internete erişimini artırma projelerinin yapılması

Dijital İletişim Stratejisi

2019-2022 yıllarında internet erişimi ve dijital haklar konusunda sürekli bilgilendirme ve kamuoyu bilincini artırma çalışmaları

Proaktif İletişim Stratejisi

2019 yılında topluluk ağlarının desteklenmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında dijital haklar savunuculuğu üzerine odaklanılmıştır. 2021 yılında dijital haklar ve adil internet erişimi savunuculuğu konularında çalışmalar yapılmıştır. 2022 yılında ise dijital haklar ve internet erişimi savunuculuğu üzerine çabalar devam ettirilmiştir.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma

2019 yılında spektrum yönetimi ve internet politikaları danışmanlığı yapılmıştır. 2020 yılında dijital dışlanma ve erişim konularında danışmanlık hizmetleri sunulmuştur. 2021 yılında dijital dışlanma konusunda danışmanlık çalışmaları devam etmiştir. 2022 yılında ise dijital dışlanma ve insan hakları konularında danışmanlık hizmetleri verilmiştir.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma

2019-2022 yılları arasında projelerin ve başarıların duyurulması ve dijital haklar ile adil internet erişimi çalışmalarının tanıtımı

İki Yönlü Simetrik Model

2019 yılında yerel ve uluslararası düzeyde paydaş iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında paydaşlarla iş birliği ve etkileşim sağlanmıştır. 2021 yılında paydaşlarla kaynak paylaşımı yapılmıştır. 2022 yılında ise çeşitli paydaşlarla iş birliği yapılmıştır.

İlişki Yönetimi

2019 yılında küresel ve yerel düzeyde iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında diğer kuruluşlarla iş birlikleri yapılmıştır. 2021 yılında sivil toplum ve hükümetlerle iş birlikleri sağlanmıştır. 2022 yılında ise sivil toplum, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri yapılmıştır.

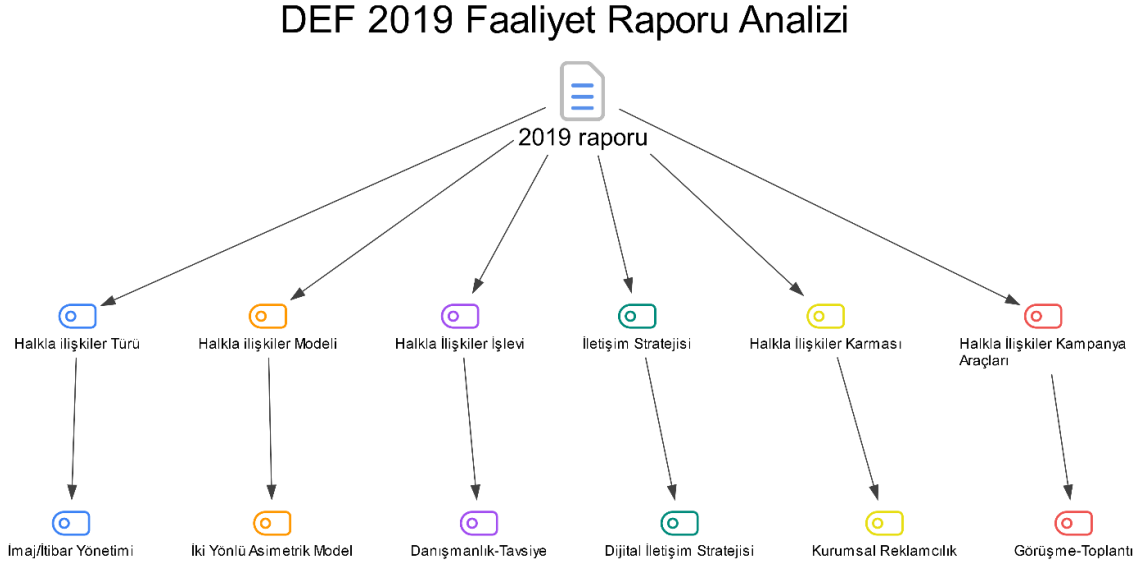
İmaj/İtibar Yönetimi

2019 yılında kurumsal imajın güçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2020 yılında ORG'nin liderliğini pekiştirme üzerine odaklanılmıştır. 2021 yılında ORG'nin liderliği ve etkisinin daha da pekiştirilmesi hedeflenmiştir. 2022 yılında ise kurumsal imajın güçlendirilmesi üzerine tekrar çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

3.6.4.13. DEF Faaliyet Raporu Analizi

DEF 2019-2023 yılları arasında beş faaliyet raporu yayınlamıştır. Bu raporların analizi şu şekildedir:

3.6.4.14. DEF 2019 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 43: DEF 2019 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Toplantıları: DEF, kırsal bölgelerdeki toplulukları dijital ekosistemle bağlama misyonu çerçevesinde düzenlediği basın toplantıları ile bu girişimleri geniş bir kamuoyuna duyurmuştur. Bu toplantılar, örgütün projelerine dikkat çekmek ve dijital entegrasyonun önemini vurgulamak için kritik bir rol oynamıştır.

Kurumsal Reklamcılık: DEF, 50.000 sanatkarı dijital olarak güçlendirme başarısını belgeleyerek, bu başarıyı geniş kitlelere tanıtmıştır. Bu tür reklam faaliyetleri, örgütün ulaştığı somut sonuçları ve toplumsal etkiyi göstermek için önemlidir, aynı zamanda diğer kurumların benzer girişimlere ilham almasını sağlar.

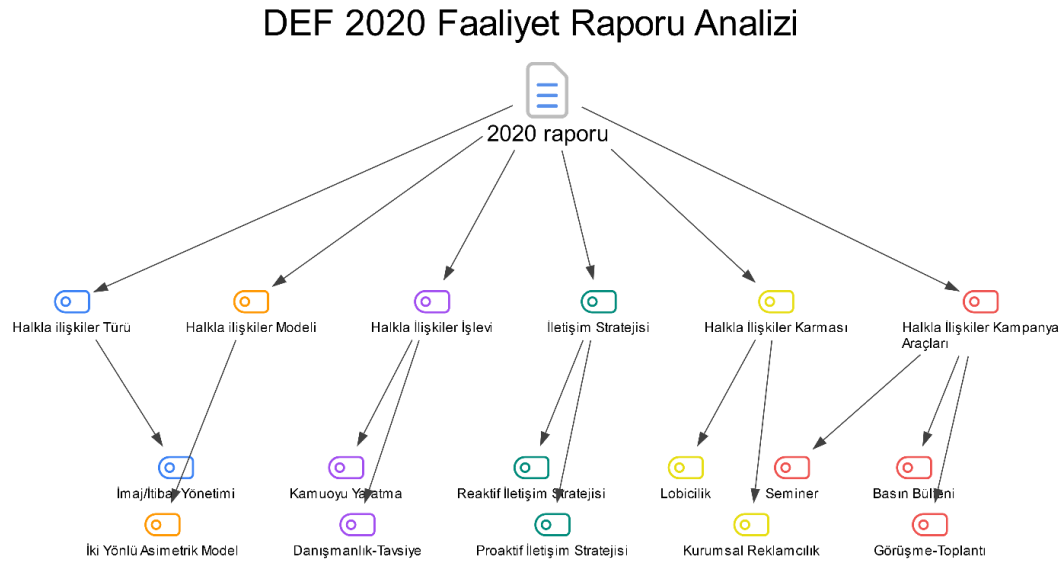
Dijital İletişim Stratejisi: DEF, dijital araçlar ve bilgiye erişim sağlama projelerini yürüterek, bu teknolojilerin kırsal topluluklara ulaştırılmasını amaçlamıştır. Bu strateji, bilgi erişiminin kolaylaştırılması ve dijital bölünmenin azaltılması için temel bir yöntemdir.

Danışmanlık ve Tavsiye: DEF tarafından sunulan dijital okuryazarlık ve bilgi hizmetleri, toplulukları bilgilendirme ve onların dijital yeteneklerini geliştirme amacı taşımaktadır. Bu hizmetler, bireylerin dijital dünyada daha aktif ve etkili bir rol almasını sağlamak için önemlidir.

İki Yönlü Asimetrik Model: DEF, çeşitli dijital platformlarda topluluklara yönelik eğitim programları sunarak, bilgi ve beceri kazandırmıştır. Bu model, eğitim alıcılarına uyarlanmış içerik sunarak etkili bir öğrenme ortamı sağlar.

İmaj/İtibar Yönetimi: DEF, dijital araçlar kullanarak kadınların gelişimine yönelik projeler geliştirmiştir. Bu tür projeler, örgütün toplumsal cinsiyet eşitliği ve kapsayıcılık alanındaki taahhüdünü vurgular ve kurumsal imajını güçlendirir.

3.6.4.15. DEF 2020 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 44: DEF 2020 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Toplantıları: Yeni ürün lansmanları ve önemli duyurular için düzenlenmiş, markanın görünürlüğünü artırma hedefine hizmet ediyor.

Basın Bültenleri: Projeler ve etkinlikler hakkında bilgilendirme amaçlı kullanılmış, etkili bir bilgi akışı sağlama stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Toplantı-Görüşmeler: Stratejik iş birlikleri ve önemli görüşmeler için ayrılmış, direkt etkileşimi ve iş birliği fırsatlarını güçlendiriyor.

Seminerler: Bilgilendirme ve eğitim amacıyla düzenlenmiş, bilgi paylaşımını ve eğitim olanaklarını genişletiyor.

Kurumsal Reklamcılık: Marka bilinirliğini ve kurumsal imajı güçlendirmek amacıyla yapılan çalışmalar, kurumsal kimlik ve marka değerini pekiştirme üzerine odaklanmıştır.

Lobicilik: Politik ve yasal çevrelerde etkileşim ve destek sağlama amacı güdülmüş, kurumun dış ilişkiler stratejisini destekleyici bir rol oynamıştır.

Proaktif İletişim Stratejisi: Medya ve halkla ilişkiler faaliyetlerini önceden planlamak için kullanılmış, kriz öncesi hazırlık ve yönetim kapasitesini artırma amaçlıdır.

Reaktif İletişim Stratejisi: Kriz anları ve beklenmedik durumlar için devreye alınmış, kriz yönetimi ve hızlı tepki verme yeteneğini güçlendirici bir yapı sunmuştur.

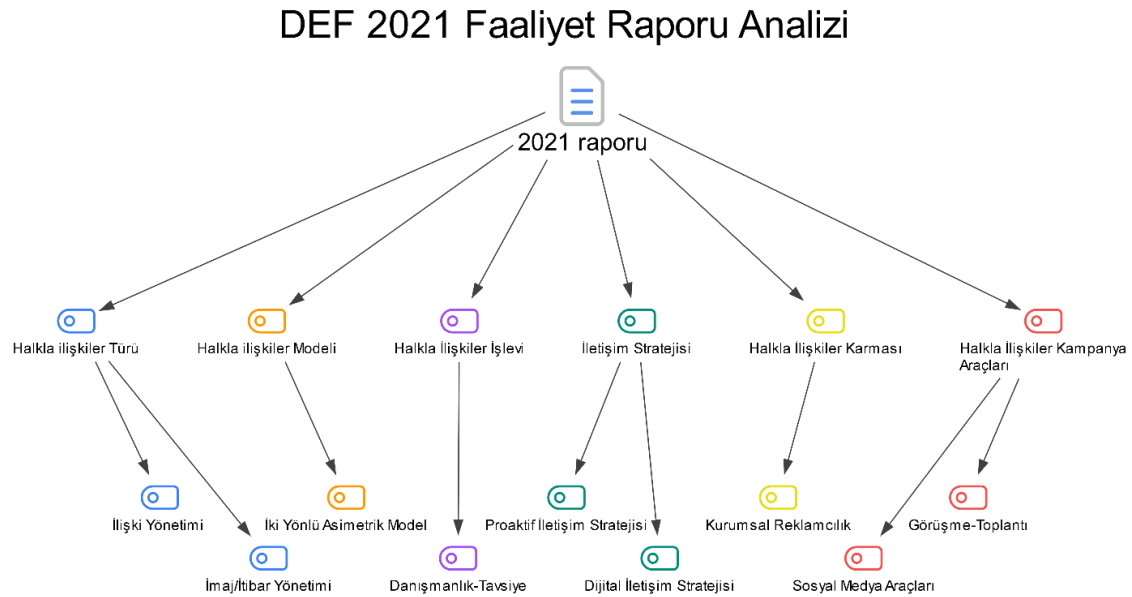
Danışmanlık Tavsiye: Stratejik danışmanlık ve rehberlik sağlamak amacıyla önemli, karar verme süreçlerine etki edebilme kapasitesini göstermektedir.

Kurumsal İmaj Doğrultusunda Reklam ve Mesajlar: Kurumun imajını destekleyici içeriklerin oluşturulması, marka tutarlılığını ve pozitif algı yönetimini hedeflemiştir.

İki Yönlü Asimetrik Model: Hedef kitle ile asimetrik iletişim kurarak etkileşim sağlamak için uygulanmış, dinamik bir iletişim stratejisi olarak değerlendirilebilir.

İmaj/İtibar Yönetimi: Kurumun kamuoyu nezdindeki imajını ve itibarını yönetmek amacıyla kullanılmış, uzun vadeli marka değeri ve güvenilirlik inşası hedeflenmiştir.

3.6.4.16. Def 2021 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 45: DEF 2021 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Toplantıları: DEF'in yaptığı bilgilendirme ve duyurular, şeffaflık ve açıklık prensiplerini güçlendirerek paydaşların güvenini artırmayı hedeflemiştir.

Dijital İletişim: Pandemi sırasında dijital platformların kullanımı, e-hizmetlerin doğrudan insanlara ulaştırılması için bir araç olarak kullanılmış. Bu yaklaşım, hizmetlerin erişilebilirliğini artırarak geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır.

Kurumsal Reklamcılık: DEF'in misyonunun çeşitli medya aracılığıyla tanıtımı, kurumsal kimliği güçlendirme ve genel bilinirlik seviyesini yükseltme amacını taşımıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Kırsal bölgelerde Dijital Bilgi Kaynak Merkezleri'nin (CIRC) kurulması, dijital bölünmeyi azaltma ve herkes için bilgiye erişim sağlama amacını gütmüştür.

Proaktif İletişim Stratejisi: Uzak bölgelerde dijital dahil etme programlarının proaktif uygulanması, sosyal ve dijital katılımı artırmayı hedeflemiştir.

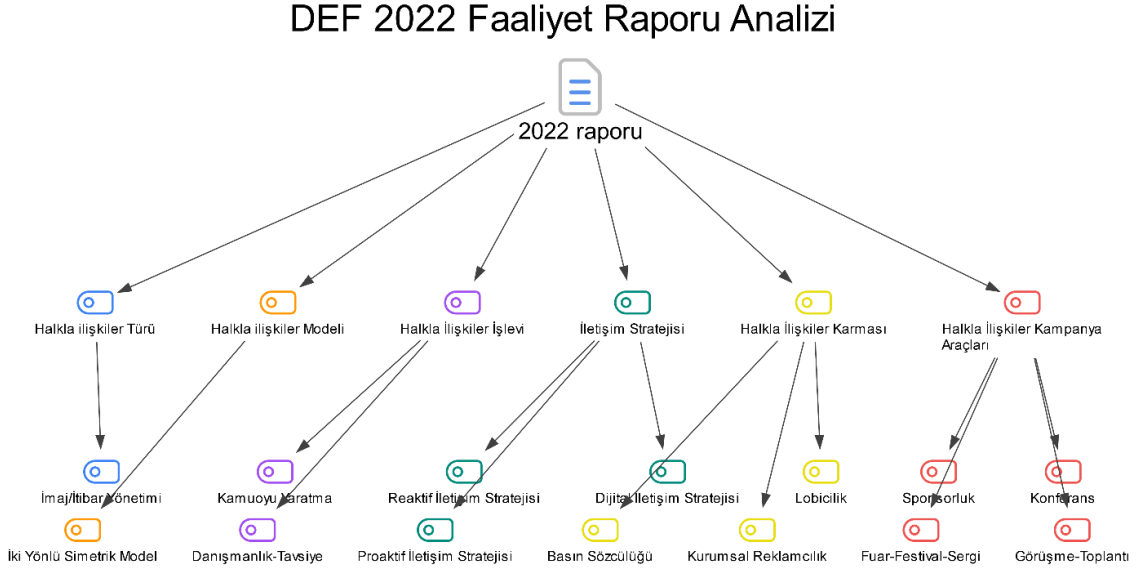
Danışmanlık Tavsiye: Toplum düzeyinde dijital dahil etme stratejileri ve uygulamalarına yönelik danışmanlık hizmetleri, bireylerin dijital dünyada daha bilinçli ve etkin olmalarını sağlama amacı taşımıştır.

İki Yönlü Asimetrik Model: Smartpur programı aracılığıyla topluluk geri bildirimlerini almak ve hizmet sunumunu iyileştirmek, dinamik ve etkileşimli bir iletişim modeli olarak işlev görmüştür.

İmaj/İtibar Yönetimi: Dijital okuryazarlık programları ve topluluk ağları aracılığıyla DEF'in itibarını güçlendirme, kurumun toplumdaki algısını olumlu yönde etkileme amacı gütmüştür.

İlişki Yönetimi: Paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler kurma ve etkileri ve başarıları hakkında şeffaf iletişim, kurumsal itibar yönetimini destekleyici bir rol oynamıştır.

3.6.4.17. DEF 2022 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 46: DEF 2022 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Konferanslar ve Toplantılar: Ulusal ve uluslararası konferanslar aracılığıyla dijital okuryazarlık ve erişim konularında bilgi paylaşımı ve farkındalık yaratma amaçlanmıştır. Bu etkinlikler, bilgi alışverişini teşvik ederek toplumsal farkındalığı artırmıştır.

Fuar ve Festivaller Sergileri: Yerel sanat ve zanaatkârlık sergilerinin dijital platformlarda tanıtılması, yerel kültürlerin dijitalleşmesini sağlamakla kalmayıp, bu ürünlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını hedeflemiştir.

Sponsorluklar: Yerel girişimlere yapılan sponsorluklar, dijital erişim ve eğitim projelerine mali destek sağlayarak bu alanlardaki gelişmeleri desteklemiştir.

Kurumsal Reklamcılık ve Basın Sözcülüğü: Medya duyuruları ve reklamlar yoluyla organizasyonun faaliyetlerinin geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır, kurumsal imajın güçlendirilmesine katkı sağlamıştır.

Lobicilik: İnternet erişimi politikaları üzerine yapılan lobicilik çalışmaları, dijital araçların kullanımını kolaylaştıracak politikaların geliştirilmesine odaklanmıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Toplumun bilgi erişimini ve dijital okuryazarlığını artırmaya yönelik dijital okuryazarlık programları geliştirilmiştir.

Proaktif ve Reaktif İletişim Stratejisi: COVID-19 bilgilendirme çalışmaları aracılığıyla pandemi sırasında hızlı bilgi dağıtımını ve toplumun bilgilendirilmesi sağlanmıştır.

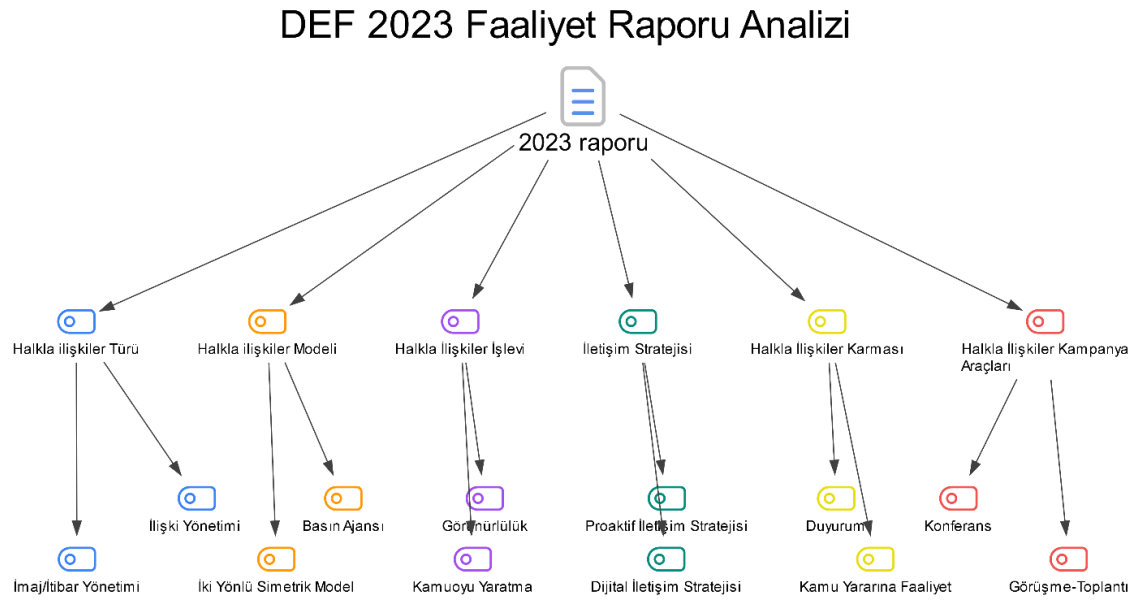
Danışmanlık ve Tavsiye: Topluluklara dijital okuryazarlık ve bilgi erişimi konusunda danışmanlık sağlanarak, dijital dönüşümde rehberlik edilmiştir.

Kamuoyu Yaratma: Dijital bölünmeyi azaltmaya yönelik farkındalık kampanyaları ve toplumsal farkındalık çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model: Toplumdan alınan geri bildirimlerle politika ve uygulamaların şekillendirilmesi, etkileşimli ve dinamik bir iletişim stratejisi olarak işlev görmüştür.

İmaj/İtibar Yönetimi: Organizasyonun toplum nezdindeki imajını ve ilişkilerini yönetme faaliyetleri, kurumsal itibar yönetiminin temel bileşenlerinden biri olmuştur.

3.6.4.18. DEF 2023 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 47: DEF 2023 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Toplantılar: "Digital Literacy Classroom" ve "AI for All" programları eğitim amaçlı toplantılar düzenleyerek, katılımcılara dijital beceriler ve yapay zeka konusunda bilgi sunmuştur. Bu faaliyetler, teknolojik yetkinlikleri artırarak dijital dönüşümü desteklemiştir.

Konferanslar: "Digital Empowerment Exhibition" ve "Festive Meet of Art and Collective for Digital Empowerment" konferansları, dijital dahil olma projelerini ve sanat üzerinden

sosyal değişimi tartişma platformları olmuştur. Bu etkinlikler, toplumsal bilinci artırma ve katılımı teşvik etme hedeflerine hizmet etmiştir.

Duyurum: Çeşitli konferans ve etkinliklerde yapılan duyurularla toplumu bilgilendirme ve katılımı teşvik eden DEF, etkin iletişim stratejileri kullanarak hedef kitleleri etkin bir Şekilde bilgilendirmiştir.

Kamu Yararına Faaliyetler: "Internet Roshni" projesi, çay bahçesi topluluklarına internet erişimi sağlayarak, bu toplulukların bilgi ve beceri kapasitelerini artırmıştır. Bu girişim, dijital bölünmeyi azaltma çabalarının bir parçası olarak değerlendirilebilir.

Proaktif İletişim Stratejisi: "Digital Green Prakriya" inisiyatifi, çevresel sürdürülebilirlik üzerine proaktif bir yaklaşım sergileyerek, dijital atıkların etkin yönetimi için topluluk merkezli çözümler geliştirmiştir. Bu strateji, çevresel etkiyi azaltma ve dijital sürdürülebilirlik konularında önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Dijital İletişim Stratejisi: "MeraApp", çeşitli hükümet programları ve haklar hakkında bilgi sağlayarak toplumun dijital dahil edilmesine yardımcı olmuştur. Bu uygulama, dijital hizmetlere erişimde kolaylık sağlamıştır.

Kurumsal Reklam: DEF, dijital bölünmeyi azaltma ve kırsal bölgelerde dijital okuryazarlığı artırma misyonunu destekleyen reklamlar ve mesajlar yayınlayarak, kurumsal imajını ve sosyal sorumluluk bilincini pekiştirmiştir.

Kamuoyu yaratma: Dijital haklar ve erişim konularında farkındalık yaratmak için medya ve bilgi okuryazarlığı araçları geliştirilmiştir. Bu faaliyetler, toplumun bilgiye erişimini artırma ve bilinçli kullanımını teşvik etme amacı taşımaktadır.

Basın ajansı ve tanıtım modeli: DEF, programları ve başarılarını tanıtmak için basın bültenleri ve sosyal medya kampanyaları kullanmış, bu sayede geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır.

İki yönlü simetrik model: DEF, hedef kitlesiyle etkileşim içinde bulunarak onların ihtiyaç ve geri bildirimlerine dayalı stratejiler geliştirmiştir. Bu model, katılımcıların seslerinin duyulmasını sağlayarak, daha etkili ve katılımcı politika ve uygulamaların Şekillendirilmesine olanak tanımmıştır.

3.6.4.19. DEF 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
Halkla İlişkilerin Kampanyasını n Araçları	Görüşme-Toplantı	Kırsal bölgelerde dijital bağlantı	Ürün lansmanları ve duyurular	Politika yapıcılarla sürekli diyalog ve danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır	Dijital okuryazarlık ve erişim. Dijital haklar ve veri koruma konularında politika yapıcılarla sürekli diyalog ve danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır.	Eğitim amaçlı toplantılar
	Seminer	İnternet yönetim forumları	Bilgilendirme ve eğitim seminerleri	Pandemi sürecinde e-hizmetler	Ulusal ve uluslararası konferanslar	Dijital dahil olma projeleri
	Basın Bülteni	-	Bilgi vermek ve medya ile etkileşim sağlamak amacıyla kullanılmıştır.	-	-	-
	Sosyal medya	-	-	Gizlilik ve veri koruma reformları hakkında farkındalık yaratmak ve toplumu bilgilendirmek için sosyal medya kampanyaları yapılmıştır.	-	-
	Sponsorluk	-	-	-	Dijital dahil olma projelerine ve yerel girişimlere sponsorluk sağlanmıştır.	-
	Fuar-festival	-	-	-	Dijital teknolojilerin ve projelerin tanıtımı için ulusal ve uluslararası	-

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
					fuarlarda yer alınmıştır.	
	Konferans	-	-	-	Online güvenlik ve veri koruma konularında bilgilendirme sağlamak için düzenlenmiştir.	Dijital dahil olma projeleri ve veri koruma konularında bilgilendirme sağlamak amacıyla düzenlenmiştir.
Halkla İlişkiler Karması	Kurumsal Reklamcılık	Sanatkarların dijital güçlenmesi	Marka bilinirliği ve imaj güçlendirme	Çeşitli medya tanıtımları	Medya duyuruları ve reklamlar	Toplum bilgilendirme ve katılımı
	Kamu Yararına Faaliyetler	Dijital erişim savunuculuğu	Politik etkileşim ve destek	Dijital Bilgi Kaynak Merkezleri	"Internet Roshni" projesi	"Digital Green Prakriya" inisiyatifi
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Dijital araçlarla bilgi erişimi	Medya ve halkla ilişkiler planlaması	Kırsal dijital bilgi merkezleri kurulumu	Dijital okuryazarlık programları	"MeraApp" ile bilgi sağlama
	Proaktif İletişim Stratejisi	Topluluk ağlarının desteklenmesi	Kriz anları ve beklenmedik durumlar	Uzak bölgelerde dijital programlar	COVID-19 bilgilendirme çalışmaları	Dijital atıkların sürdürülebilirlik yaklaşımı
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Tavsiye	Dijital okuryazarlık danışmanlığı	Stratejik danışmanlık ve rehberlik	Toplum düzeyinde danışmanlık	Dijital danışmanlık hizmetleri	Dijital haklar ve erişim farkındalığı
	Kamuoyu Yaratma	Topluluk ağlarına dair bilgilendirme	Kurumsal imaj doğrultusunda içerik	Dijital teknolojilerin adil kullanımı	Farkındalık kampanyaları	Medya ve bilgi okuryazarlığı araçları
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Yerel ve uluslararası iş birlikleri	Asimetrik iletişim ve etkileşim	Geri bildirim temelli stratejiler	Geri bildirim temelli stratejiler	Geri bildirim temelli stratejiler
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın güçlendirilmesi	Kurumun kamuoyu nezdindeki imajını yönetme	Toplumsal imajı güçlendirme	İmaj yönetimi çalışmaları	Toplumsal imajı güçlendirme
	İlişki Yönetimi	Yerel ve uluslararası iş birlikleri	Etkili dijital haklar savunuculuğu	Paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler	Yerel girişimlere sponsorluk	Yerel topluluklarla iş birlikleri

Tablo 9: DEF 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları

2019 yılında kırsal bölgelerde dijital bağlantının sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2020 yılında çeşitli ürün lansmanları ve duyurular gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında yıllık raporlar hazırlanmış ve bilgilendirmeler yapılmıştır. 2022 yılında dijital okuryazarlık ve erişim konularında önemli adımlar atılmıştır. 2023 yılında ise eğitim amaçlı toplantılar düzenlenmiştir.

Konferanslar ve Toplantılar

2019 yılında bilgilendirme ve eğitim seminerleri düzenlenmiştir. 2020 yılında pandemi sürecinde e-hizmetlerin sağlanması üzerine yoğunlaşmıştır. 2021 yılında ulusal ve uluslararası konferanslar gerçekleştirilmiştir. 2022 yılında ise dijital dahil olma projeleri üzerinde çalışılmıştır.

Kurumsal Reklamcılık

2019 yılında sanatkarların dijital güçlenmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2020 yılında marka bilinirliği ve imaj güçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında çeşitli medya tanıtımları yapılmıştır. 2022 yılında medya duyuruları ve reklamlar üzerinde yoğunlaşmıştır. 2023 yılında ise toplum bilgilendirme ve katılımı sağlama çalışmaları yürütülmüştür.

Kamu Yararına Faaliyetler

2019 yılında dijital erişim savunuculuğu üzerine odaklanılmıştır. 2020 yılında politik etkileşim ve destek faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında Dijital Bilgi Kaynak Merkezleri kurulmuştur. 2022 yılında "Internet Roshni" projesi başlatılmıştır. 2023 yılında ise "Digital Green Prakriya" inisiyatifi hayata geçirilmiştir.

Dijital İletişim Stratejisi

2019 yılında dijital araçlarla bilgi erişimi sağlama çalışmaları yapılmıştır. 2020 yılında medya ve halkla ilişkiler planlaması gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında kırsal bölgelerde dijital bilgi merkezleri kurulumu yapılmıştır. 2022 yılında dijital okuryazarlık programları başlatılmıştır. 2023 yılında ise "MeraApp" uygulaması ile bilgi sağlama faaliyetleri yürütülmüştür.

Proaktif İletişim Stratejisi

2019 yılında topluluk ağlarının desteklenmesine odaklanılmıştır. 2020 yılında kriz anları ve beklenmedik durumlar için hazırlıklar yapılmıştır. 2021 yılında uzak bölgelerde dijital

programlar uygulanmıştır. 2022 yılında COVID-19 ile ilgili bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2023 yılında ise çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımı benimsenmiştir.

Danışmanlık ve Tavsiye

2019 yılında dijital okuryazarlık danışmanlığı yapılmıştır. 2020 yılında stratejik danışmanlık ve rehberlik hizmetleri sunulmuştur. 2021 yılında toplum düzeyinde danışmanlık çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2022 yılında dijital danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır. 2023 yılında ise dijital haklar ve erişim farkındalığı üzerine yoğunlaşmıştır.

Kamuoyu Yaratma

2019 yılında topluluk ağlarına dair bilgilendirme çalışmaları yapılmıştır. 2020 yılında kurumsal imaj doğrultusunda içerikler üretilmiştir. 2021 yılında dijital teknolojilerin adil kullanımı konusunda çabalar sarf edilmiştir. 2022 yılında farkındalık kampanyaları düzenlenmiştir. 2023 yılında ise medya ve bilgi okuryazarlığı araçları geliştirilmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model

2019-2023 yılları arasında geri bildirim temelli stratejilerin sürekliliği ön planda tutulmuştur.

İmaj/İtibar Yönetimi

2019 yılında kurumsal imajın güçlendirilmesine yönelik çalışmalar başlatılmıştır. 2020 yılından 2023 yılına kadar olan süreçte, imaj yönetimi ve toplumsal imajı güçlendirme çalışmalarının devamlılığı sağlanmıştır.

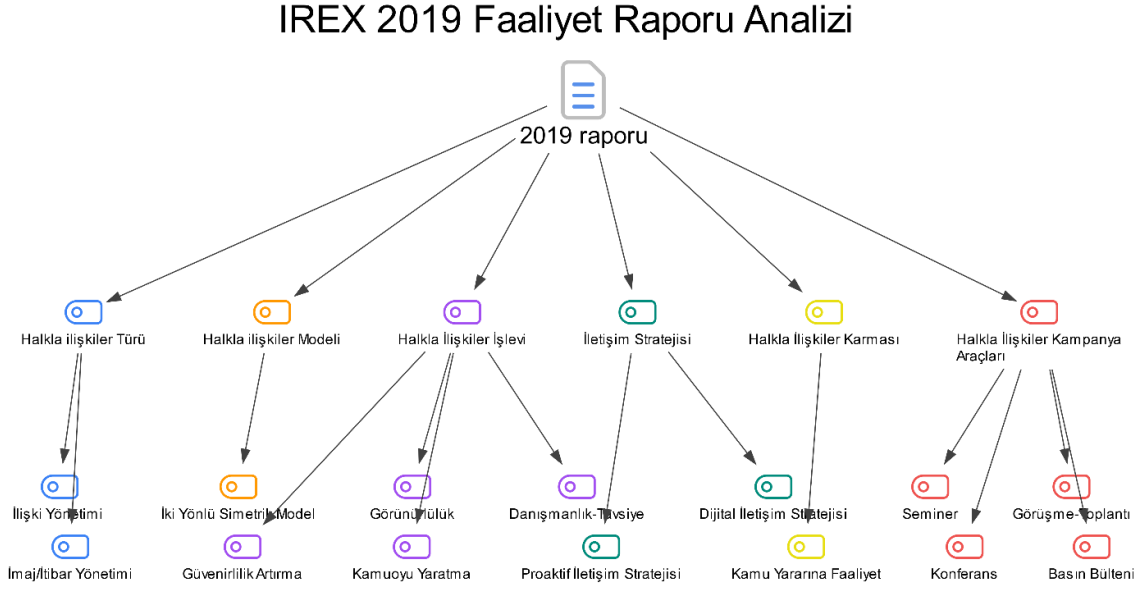
İlişki Yönetimi

2019 yılında yerel ve uluslararası iş birlikleri kurulmuştur. 2020 yılında etkili dijital haklar savunuculuğu yürütülmüştür. 2021 yılında paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler geliştirilmiştir. 2022 yılında yerel girişimlere sponsorluk sağlanmıştır. 2023 yılında ise yerel topluluklarla iş birlikleri yapılmıştır.

3.6.4.20. IREX Faaliyet Raporu Analizi

IREX 2019-2023 yılları arasında beş faaliyet raporu yayınlamıştır. Bu raporların analizi şu şekildedir:

3.6.4.21. IREX 2019 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 48: IREX 2019 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: IREX, çeşitli programlar ve başarı hikayeleri hakkında bilgi sağlamak amacıyla medya kampanyaları ve basın açıklamaları yürütmüş. Bu faaliyetler, projelerin ve inisiyatiflerin geniş kitlelere duyurulmasını sağlayarak kamuoyu farkındalığını artırmıştır.

Konferanslar ve seminerler: Liderlik eğitimi ve yerel yönetim güçlendirme konularında düzenlenen çeşitli konferanslar ve seminerler, katılımcılara bilgi ve beceri kazandırma amacı gütmüştür. Bu toplantılar, ağ kurma ve bilgi paylaşımı için platformlar sunarak sektördeki profesyoneller arasında iş birliğini teşvik etmiştir.

Kamu yararına faaliyetler: Gençlik eğitimi ve yerel yönetimlerin güçlendirilmesi gibi konularda kamu yararına yönelik geniş kapsamlı faaliyetler, toplumun çeşitli kesimlerine yönelik pozitif etkiler yaratmayı hedeflemiştir. Bu faaliyetler, toplumun genelini güçlendirmek ve yerel yönetimleri desteklemek adına önemli adımlar atmıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Medya kuruluşlarına ve gazetecilere yönelik destekler, bu grupların izleyici kitlelerini genişletmelerine yardımcı olacak dijital stratejilerin geliştirilmesine odaklanmıştır. Bu strateji, bilgiye erişimin artırılmasına ve medya etkinliğinin güçlendirilmesine katkıda bulunmuştur.

Proaktif İletişim Stratejisi: Çeşitli liderlik ve toplum geliştirme programları aracılığıyla, özellikle kadınlar ve kırsal alanlardan gelen kişilerin katılımlarını artırma yönünde yapılan çalışmalar, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kırsal kalkınmayı destekleme amaçlarını taşımıştır.

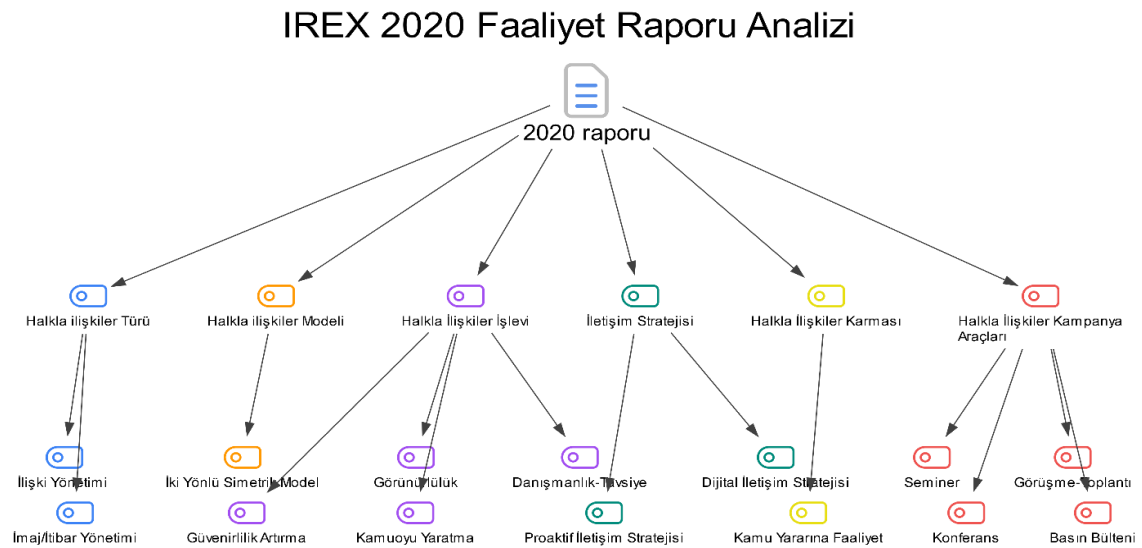
Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Yerel yönetimlerle vatandaşların etkileşimini artıran programlar ve veri odaklı karar verme süreçlerini güçlendiren eğitimler, yerel yönetimlerin kapasitelerinin artırılmasına ve vatandaşların daha bilinçli hareket etmelerine olanak sağlamıştır.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Eğitim ve bilgiye erişim programları ile kaliteli eğitim ve doğru bilgi sağlama yoluyla kurumsal görünürlüğün ve güvenilirliğin artırılması, kurumun prestijini ve etki alanını genişletmiştir.

İki yönlü simetrik model: Yerel ve ulusal düzeyde çeşitli paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi, toplum ve ulusal bütünleşmeyi destekleyen entegrasyon çalışmaları, etkileşim ve işbirliği içinde sürekli bir gelişim ve uyum süreci sağlamıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden yürütülen kampanyalar ve bilgilendirme faaliyetleri, kurumsal imajın güçlendirilmesine ve etkili ilişkilerin kurulmasına önemli katkılar sağlamıştır.

3.6.4.22. IREX 2020 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 49: IREX 2020 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: COVID-19 krizi sırasında toplumu bilgilendirme çalışmaları, özellikle dezavantajlı grupların korunması ve değişim yaratıcı bireylerin desteklenmesi hakkında kamuoyunu bilgilendirme amacı taşımıştır. Bu faaliyetler, kriz yönetimi ve halk sağlığı bilincinin artırılmasında önemli rol oynamıştır.

Konferanslar ve seminerler: Liderlik ve medya okuryazarlığı konularında düzenlenen çeşitli konferanslar ve seminerler, özellikle dezavantajlı gruplara yönelik eğitimler ve bilgilendirme oturumları ile bu grupların bilgi ve becerilerinin artırılmasına katkıda bulunmuştur.

Kamu yararına faaliyetler: Gençlik, eğitim ve liderlik geliştirme programları gibi kamu yararına yönelik geniş kapsamlı faaliyetler, toplumun çeşitli kesimlerine olumlu etkiler yaratmayı hedeflemiştir. Bu faaliyetler, toplumun genelini güçlendirmek ve bireylerin potansiyellerini ortaya çıkarmak için tasarlanmıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Pandemi sırasında sanal ortamda yürütülen eğitim ve bilgilendirme çalışmaları, dijital medya kullanımı üzerine yoğunlaşmıştır. Bu strateji, izolasyon sürecinde insanların bilgiye erişimini kolaylaştırmak ve onları güncel tutmak için kritik öneme sahiptir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Changemaker'ları destekleme programları, pandemi ve kriz zamanlarında etkili liderlik ve organizasyonel gelişim konularında proaktif stratejilerin geliştirilmesine odaklanmıştır. Bu yaklaşım, kriz anlarında toplum liderlerinin daha etkili hareket etmelerini sağlamak amacıyla gütmektedir.

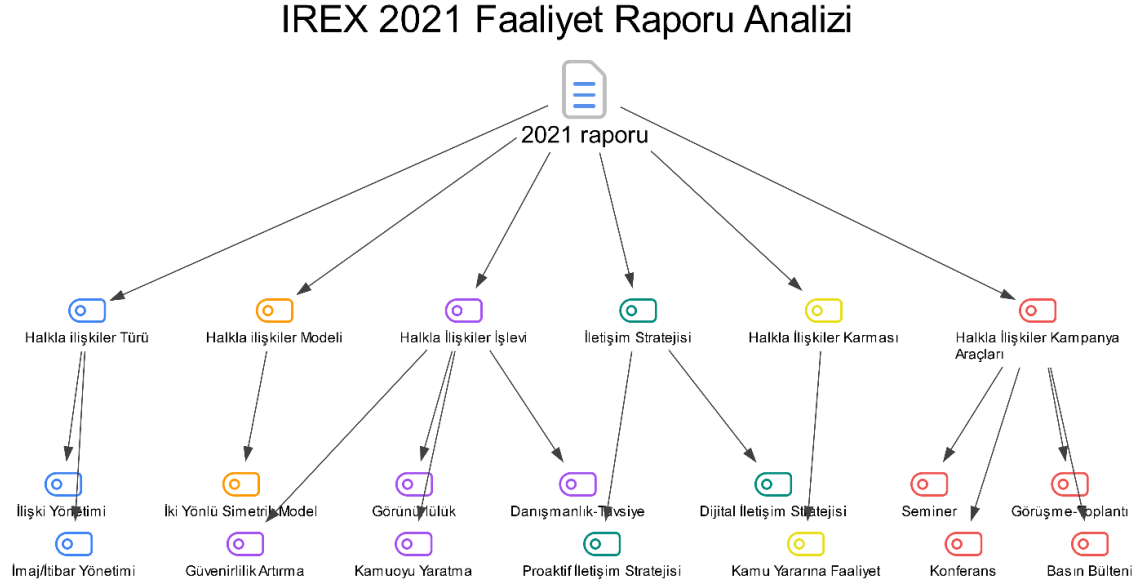
Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Genç liderler ve kamu sektörü çalışanlarına yönelik eğitimler ve danışmanlık hizmetleri, cinsiyet eşitliği ve liderlik konularında bilgi ve beceri gelişimine katkıda bulunmuştur.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Eğitim ve bilgi erişimini artıran programlar ile kurumsal görünürlüğün ve güvenilirliğin artırılması, özellikle medya ve eğitim kurumları ile iş birlikleri sayesinde sağlanmıştır.

İki Yönlü Simetrik Model: Yerel ve ulusal düzeyde eğitim ve liderlik programları aracılığıyla topluluklarla etkileşim ve paydaşlarla iş birlikleri, toplum ve ulusal bütünleşmeyi destekleyen entegrasyon çalışmalarına katkı sağlamıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişkiler Yönetimi: Sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden yürütülen kampanyalar ve bilgilendirme faaliyetleri, kurumsal imajın güçlendirilmesine ve etkili ilişkilerin kurulmasına önemli katkılar sağlamıştır.

3.6.4.23. IREX 2021 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 50: IREX 2021 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: kamuoyunu bilgilendirme çalışmaları, medya ve basın aracılığıyla sürdürülen bilgilendirme faaliyetleri ile ön plana çıkmıştır. Bu faaliyetler, bölgesel çatışmalar ve kriz durumları hakkında farkındalığı artırmak ve doğru bilgi akışını sağlamak amacıyla yürütülmüştür.

Konferanslar ve seminerler: Eğitim ve liderlik konularında düzenlenen çeşitli konferanslar ve seminerler, katılımcılara ilgili alanlarda bilgi ve beceri kazandırmayı hedeflemiştir. Bu toplantılar, ağ kurma ve bilgi paylaşımı için önemli platformlar olarak işlev görmüştür.

Kamu yararına faaliyetler: Gençlik eğitimi ve medya destek programları gibi çeşitli kamu yararına yönelik geniş kapsamlı faaliyetler, toplumun çeşitli kesimlerine olumlu etkiler yaratmayı amaçlamıştır. Bu faaliyetler, toplumun genelini güçlendirmek ve bireylerin potansiyellerini ortaya çıkarmak için tasarlanmıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Medya okuryazarlığı ve bilgi güvenliği kaynaklarının sağlanması, medya çalışanlarının güvenliğini ve işlevselliğini artırmayı hedeflemiştir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Gençlerle iş birliği yaparak ulusal kimlik ve geleceklerini tanımlamalarına yardımcı olma ve topluluk içi bağların güçlendirilmesi, yerel

yönetimlerle iş birliği gibi faaliyetler, toplumsal bütünlüğü ve yerel yönetimlerle vatandaşlar arasındaki etkileşimi güçlendirmeyi amaçlamıştır.

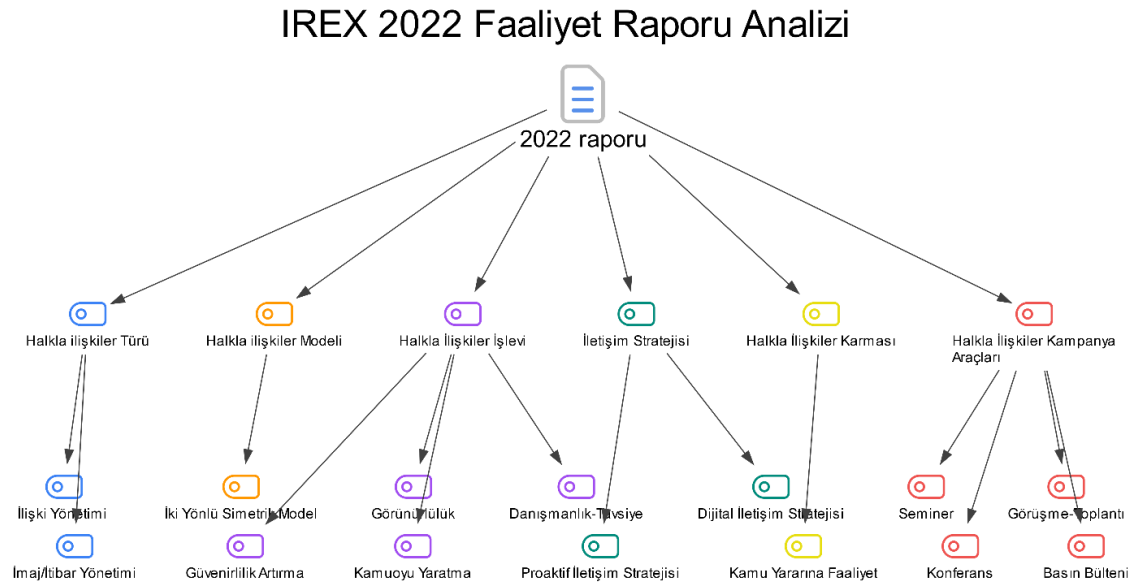
Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Eğitim sistemlerinin güçlendirilmesi ve öğretmen eğitim programlarının geliştirilmesi gibi konularda danışmanlık hizmetleri, eğitim alanında kalitenin artırılmasına ve öğretmenlerin daha etkili hale gelmesine yönelik çalışmalar içermiştir.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Eğitim ve bilgiye erişim programları ile kaliteli eğitim ve doğru bilgi sağlama yoluyla kurumsal görünürlüğün ve güvenilirliğin artırılması, IREX'in sektördeki itibarını ve etki alanını genişletmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model: Yerel ve ulusal entegrasyon planlarına katkıda bulunarak içeride yerinden edilmiş gençlerin entegrasyonunu teşvik etme, topluluk ve ulusal bütünleşmeyi destekleme çalışmaları, paydaşlarla iş birliği içinde yürütülmüştür.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişkiler Yönetimi: Sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden yürütülen kampanyalar ve bilgilendirme faaliyetleri, kurumsal imajın güçlendirilmesine ve etkili ilişkilerin kurulmasına katkıda bulunmuştur.

3.6.4.24. IREX 2022 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 51: IREX 2022 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: IREX, eğitim ve liderlik konularında farkındalık yaratmak için çeşitli medya kampanyaları ve basın açıklamaları düzenlemiştir. Bu faaliyetler, toplumda bu konular hakkında geniş çaplı bir bilinç oluşturmayı amaçlamıştır. Konferanslar ve seminerler: Eğitim, liderlik ve medya konularında düzenlenen çeşitli konferanslar ve seminerler, katılımcılara ilgili alanlarda derinlemesine bilgi ve beceri kazandırmayı hedeflemiştir.

Kamu yararına faaliyetler: Gençlik eğitimi ve medya destek programları gibi çeşitli kamu yararına yönelik geniş kapsamlı faaliyetler, toplumun çeşitli kesimlerine olumlu etkiler yaratmayı amaçlamıştır.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden yürütülen geniş kapsamlı bilgilendirme ve farkındalık kampanyaları, dijital araçların etkin kullanımını teşvik ederken, aynı zamanda geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflemiştir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Politika yapımcılarla etkileşim ve sürekli diyalog yoluyla yürütülen etkin kampanyalar, stratejik iletişim ve politika gelişiminde önemli rol oynamıştır.

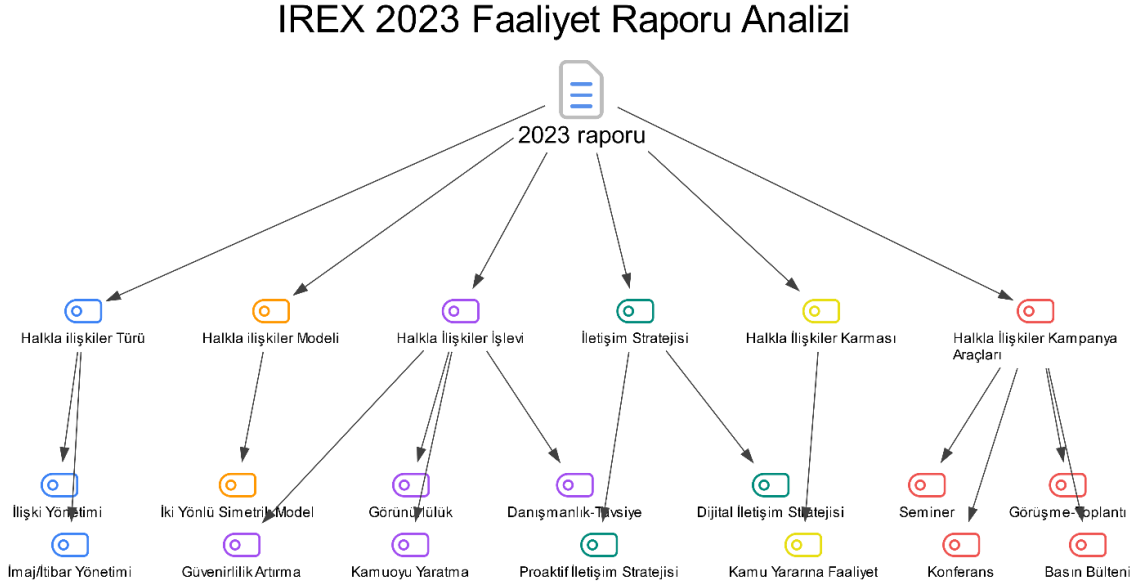
Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Politika yapımcılar ve diğer paydaşlarla yapılan toplantılar, danışmanlık hizmetleri ve desteklenen kamuoyu oluşturma çalışmaları, bilgi alışverişini teşvik etmiş ve stratejik karar alma süreçlerine katkıda bulunmuştur.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Medya görünürlüğü ve etkinlikler aracılığıyla artırılan kurumsal tanınırlık ve güvenilirlik, IREX'in sektördeki itibarını ve etki alanını genişletmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model: Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi, politika geliştirme süreçlerine etkin katılımı sağlamıştır. Bu model, toplumun ihtiyaçlarına duyarlı politikaların şekillendirilmesinde kilit bir rol oynamıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişkiler Yönetimi: Kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla güçlendirilen kurumsal imaj, organizasyonun toplumdaki güvenilirliğini ve tanınırlığını artırmıştır.

3.6.4.25. IREX 2023 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 52: IREX 2023 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: Online Safety Bill gibi önemli konularda yürütülen medya kampanyaları ve basın açıklamaları, kamuoyunun bu konularda bilgilendirilmesi ve farkındalığının artırılmasını hedeflemiştir.

Konferanslar ve seminerler: Dijital haklar ve veri koruma üzerine düzenlenen çeşitli konferanslar ve seminerler, katılımcılara bu önemli konularda derinlemesine bilgi sağlamayı amaçlamış ve sektördeki profesyonellerin bilgi ve deneyimlerini paylaşmalarına olanak tanımıştır.

Kamu yararına faaliyetler: Eğitim, liderlik geliştirme ve medya destek programları gibi çeşitli kamu yararına yönelik faaliyetler, toplumun çeşitli kesimlerine olumlu etkiler yaratmayı amaçlamış ve bu alanlarda toplumsal kapasitenin artırılmasına katkıda bulunmuştur.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya platformları üzerinden yürütülen geniş kapsamlı bilgilendirme ve farkındalık yaratma kampanyaları, dijital araçların etkin kullanımını teşvik ederken geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflemiştir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Politika yapıcılarla ve diğer ilgili taraflarla sürekli diyalog ve etkileşim içinde bulunulmuş; politik ve yasal analizlerle desteklenen aktif kampanyalar, stratejik iletişim ve politika gelişiminde önemli rol oynamıştır.

Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Politika yapıcılar ve diğer paydaşlarla yapılan toplantılar, danışmanlık hizmetleri ve raporlarla desteklenen etkili kamuoyu oluşturma çalışmaları, bilgi alışverişini teşvik etmiş ve stratejik karar alma süreçlerine katkıda bulunmuştur.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Medya görünürlüğü ve çeşitli etkinlikler aracılığıyla artırılan kurumsal tanınırlık ve güvenilirlik, IREX'in sektördeki itibarını ve etki alanını genişletmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model: Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi, politika geliştirme süreçlerine etkin katılım sağlanmıştır. Bu model, toplumun ihtiyaçlarına duyarlı politikaların şekillendirilmesinde kilit bir rol oynamıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişkiler Yönetimi: Kampanyalar ve sosyal medya aracılığıyla güçlendirilen kurumsal imaj, organizasyonun toplumdaki güvenilirliğini ve tanınırlığını artırmıştır.

3.6.4.26. IREX 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede

Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
Halkla İlişkilerin Kampanyasının Araçları	Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı	Medya kampanyaları ve basın açıklamaları	COVID-19 bilgilendirme	Bilgilendirme	Eğitim ve liderlik farkındalığı	Online Safety Bill bilgilendirme
	Konferanslar ve Seminerler	Liderlik ve yerel yönetim seminerleri	Liderlik ve medya okuryazarlığı	Eğitim ve liderlik	Eğitim liderlik ve medya	Dijital haklar ve veri koruma
Halkla İlişkiler Karması	Kamu Yararına Faaliyetler	Gençlik eğitimi ve yerel yönetimler	Gençlik eğitimi ve liderlik	Gençlik eğitimi ve medya destek	Gençlik eğitimi ve medya destek	Eğitim liderlik geliştirme ve medya destek

İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Dijital medya destek stratejileri	Pandemi dönemi sanal eğitimler	Medya destekleri	Sosyal medya ve dijital platformlar	Sosyal medya kampanyaları
	Proaktif İletişim Stratejisi	Liderlik ve toplum geliştirme	Changemaker destek programları	Yerel yönetimlerle iş birliği	Politikacılarla etkileşim	Sürekli diyalog ve etkileşim
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Yerel yönetimlerle danışmanlık	Genç liderler eğitimi	Eğitim sistemleri danışmanlığı	Politika danışmanlığı	Politika danışmanlığı
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Eğitim ve bilgiye erişim	Medya ve eğitim iş birlikleri	Eğitim ve bilgiye erişim	Medya görünürlüğü	Medya görünürlüğü
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Paydaş iş birlikleri	Yerel ve ulusal düzeyde iş birlikleri	Topluluk ve ulusal bütünleşme	Paydaş iş birlikleri	Paydaş iş birlikleri
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları
	İlişkiler Yönetimi	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri	Eğitim ve medya sektörü iş birlikleri	Yerel hükümet ve eğitim iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri

Tablo 10: IREX 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Bültenleri ve Özel Görüşmeler

2019 yılında medya kampanyaları ve basın açıklamaları yürütülmüştür. 2020 yılında COVID-19 ile ilgili bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında genel bilgilendirme faaliyetleri devam etmiştir. 2022 yılında eğitim ve liderlik farkındalığına yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2023 yılında ise Online Safety Bill ile ilgili bilgilendirme faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.

Konferanslar ve Seminerler

2019 yılında liderlik ve yerel yönetim seminerleri düzenlenmiştir. 2020 yılında liderlik ve medya okuryazarlığı üzerine odaklanılmıştır. 2021 yılında eğitim ve liderlik

konularında çalışmalar yapılmıştır. 2022 yılında eğitim, liderlik ve medya konuları bir arada ele alınmıştır. 2023 yılında ise dijital haklar ve veri koruma konularında bilgilendirme ve savunuculuk faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.

Kamu Yararına Faaliyetler

2019 yılında gençlik eğitimi ve yerel yönetimlerle iş birliği içinde çalışmalar yürütülmüştür. 2020 yılında gençlik eğitimi ve liderlik konularına odaklanılmıştır. 2021 ve 2022 yıllarında gençlik eğitimi ile medya desteği sağlanmıştır, bu süreçte gençlerin medya ve bilgi okuryazarlığı konularında bilinçlendirilmesi amaçlanmıştır. 2023 yılında ise eğitim liderlik geliştirme ve medya desteği konuları daha da genişletilerek devam ettirilmiştir.

Dijital İletişim Stratejisi

2019 yılında dijital medya destek stratejileri geliştirilmiştir. 2020 yılında pandemi döneminde sanal eğitimler düzenlenmiştir. 2021 yılında medya desteklerine devam edilmiş, 2022 yılında sosyal medya ve dijital platformlarda etkinlikler yapılmıştır. 2023 yılında ise sosyal medya kampanyaları yürütülmüştür.

Proaktif İletişim Stratejisi

2019 yılında liderlik ve toplum geliştirme odaklı çalışmalar yapılmıştır. 2020 yılında Changemaker destek programları ile değişim yaratıcı bireylerin gelişimine katkıda bulunulmuştur. 2021 yılında yerel yönetimlerle iş birlikleri kurularak yerel projeler desteklenmiştir. 2022 yılında politikacılarla etkileşimler artırılarak politika yapım süreçlerine etki edilmiştir. 2023 yılında ise sürekli diyalog ve etkileşim ile çeşitli paydaşlar arasında köprüler kurulmuş ve sürdürülebilir iş birlikleri geliştirilmiştir.

Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma

2019 yılında yerel yönetimlere danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır. 2020 yılında genç liderler için eğitim programları düzenlenmiştir. 2021 yılında eğitim sistemleri üzerine danışmanlık yapılarak eğitim politikalarının iyileştirilmesine yönelik stratejiler geliştirilmiştir. 2022 ve 2023 yıllarında ise politika danışmanlığı çalışmaları sürdürülmüştür.

Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma

2019 yılında eğitim ve bilgiye erişim hizmetleri verilmiştir. 2020 yılında Medya ve eğitim iş birlikleri düzenlenmiştir. 2021 yılında eğitim ve bilgiye erişim hizmetleri verilmiştir. 2022 ve 2023 yıllarında ise medya görünürlüğü çalışmaları sürdürülmüştür.

İki Yönlü Simetrik Model

2019 yılında paydaş iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında yerel ve ulusal düzeyde paydaşlarla iş birliği ve etkileşim sağlanmıştır. 2021 yılında ulusal bütünleşmeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2022 ve 2023 yılında ise çeşitli paydaşlarla iş birliği yapılmıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi

2019-2023 yılları arasında sosyal medya kampanyaları sürekli olarak yürütülmüştür.

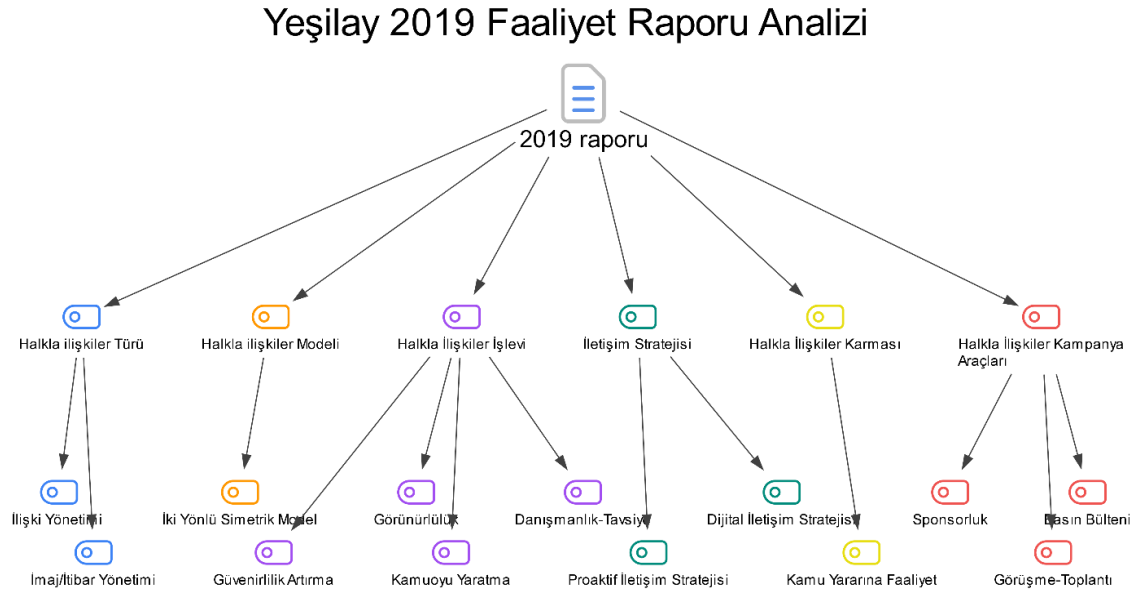
İlişki Yönetimi

2019 yılında yerel ve uluslararası iş birlikleri kurulmuştur. 2020 yılında eğitim ve medya sektörü iş birlikleri yürütülmüştür. 2021 yılında yerel hükümetle ilişkiler ve eğitim iş birlikleri geliştirilmiştir. 2022 ve 2023 yılında ulusal ve uluslararası topluluklarla iş birlikleri yapılmıştır.

3.6.4.27. Yeşilay Faaliyet Raporu Analizi

Yeşilay 2019-2023 yılları arasında beş faaliyet raporu yayınlamıştır. Bu raporların analizi şu şekildedir:

3.6.4.28. Yeşilay 2019 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 53: Yeşilay 2019 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sponsorluklar: Yeşilay, çeşitli etkinlikler ve kampanyalar aracılığıyla sponsorluklar yoluyla farkındalık artırıcı faaliyetler yürütmüştür. Bu faaliyetler, özellikle genç nüfusa yönelik etkileşimli ve bilgilendirici yaklaşımlarla bağımlılık konularında bilinci artırma amacını gütmüştür.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: Medya kullanımı ve görüşmeler, toplumsal farkındalık ve bilinç düzeyini artırmak için kullanılmıştır. Bu yöntemler, bilgiye erişimi kolaylaştırarak geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir.

Kamu yararına faaliyetler: Bağımlılıkla mücadelede bilimsel kapasitenin artırılması ve Yeşilay faaliyetlerinin hedef kitlelere ulaştırılması gibi çeşitli kamu yararına faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bu faaliyetler, bilgi ve kaynakların geniş bir kitleye yayılmasını sağlayarak etkili bir toplum sağlığı müdahalesi olarak işlev görmüştür.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya ve web tabanlı platformlar üzerinden bilinçlendirme kampanyaları ve eğitim programları düzenlenmiştir. Bu strateji, dijital araçların gücünden yararlanarak geniş kitlelere ulaşma ve interaktif öğrenme imkanları sunma amacına hizmet etmiştir.

Proaktif İletişim Stratejisi: Bağımlılıkla mücadelede proaktif yaklaşımlar geliştirilerek, yeni önleme uygulamaları yürütülmüştür. Bu yaklaşım, olası bağımlılık sorunlarını erkenden tespit etme ve müdahale etme kapasitesini artırmıştır.

Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Bağımlılıkla mücadelede toplumu bilgilendirme ve danışmanlık hizmetleri sunulmuştur. Bu hizmetler, bilgiye dayalı karar verme süreçlerini destekleyerek, toplumun sağlıkla ilgili konularda daha bilinçli hareket etmesine yardımcı olmuştur.

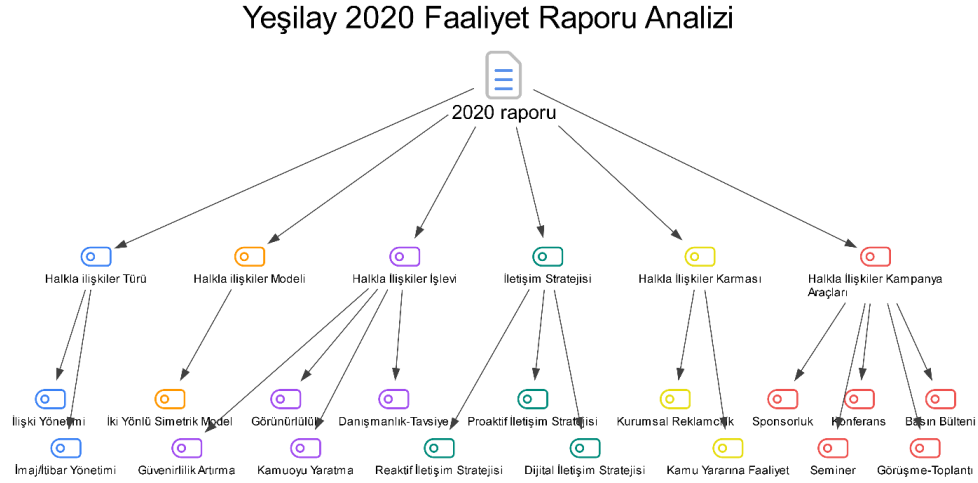
Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Uluslararası platformlarda Türkiye'nin ve Yeşilay'ın bağımlılıkla mücadeledeki liderliğini ve etkinliklerini vurgulayan faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bu faaliyetler, kurumun global itibarını ve etkisini artırmıştır.

İki yönlü simetrik model: Paydaşlarla iş birlikleri geliştirilerek mücadelede etkin rol alınmış ve bilgi alışverişi sağlanmıştır. Bu model, tüm ilgili tarafların katılımını ve geri bildirimlerini teşvik ederek daha kapsayıcı ve etkili stratejilerin geliştirilmesine olanak tanımıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişki Yönetimi: Yeşilay'ın kurumsal imajının ve toplumda bağımlılık konusunda lider kuruluş olarak tanınmasının güçlendirilmesi, ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yoluyla etkili ilişkiler kurulmuştur.

Bu stratejiler, kurumun hem iç hem de dış itibarını güçlendirmiş ve geniş bir etki yaratmıştır.

3.6.4.29. Yeşilay 2020 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 54: Yeşilay 2020 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın bültenleri ve toplantı-görüşmeler: Çeşitli basın toplantıları ve kamu spotları ile halkı bilgilendirme faaliyetleri yürütülmüş, bu süreçler toplumsal farkındalığı artırmak için stratejik olarak kullanılmıştır.

Konferanslar ve seminerler: 2. ‘‘İstanbul İnisiyatifi’’ gibi uluslararası toplantılar ve çeşitli çevrimiçi paneller düzenlenmiş, bu etkinliklerle global ve yerel düzeyde bilgi paylaşımı ve farkındalık yaratma hedeflenmiştir.

Sponsorluklar: Uluslararası iş birlikleri ve çeşitli ödüllerle destek sağlama yoluyla Yeşilay'ın bağımlılıkla mücadeledeki etkinliği ve görünürlüğü artırılmıştır.

Kamu yararına faaliyetler: Bağımlılıkla mücadelede küresel stratejiler oluşturma ve çeşitli eğitim programları düzenlenmiştir, bu faaliyetler toplumu bilgilendirme ve eğitime amacı gütmüştür.

Kurumsal reklamcılık: Yeşilay'ın genel reklam aktiviteleri ve ödüllerle tanınma faaliyetleri, kurumun toplumda pozitif bir imaj yaratma ve geniş kitlelere ulaşma hedeflerine hizmet etmiştir.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya ve dijital platformlarda aktif etkinlikler ve içeriklerle, Yeşilay'ın dijital varlığını güçlendirme ve genç nüfusa ulaşma çabaları artırılmıştır.

Proaktif ve Reaktif İletişim Stratejisi: COVID-19 pandemisi sırasında alternatif çözümler üretilmiş ve uygulanmış, bu süreçte hızlı ve etkili iletişim stratejileri geliştirilmiştir.

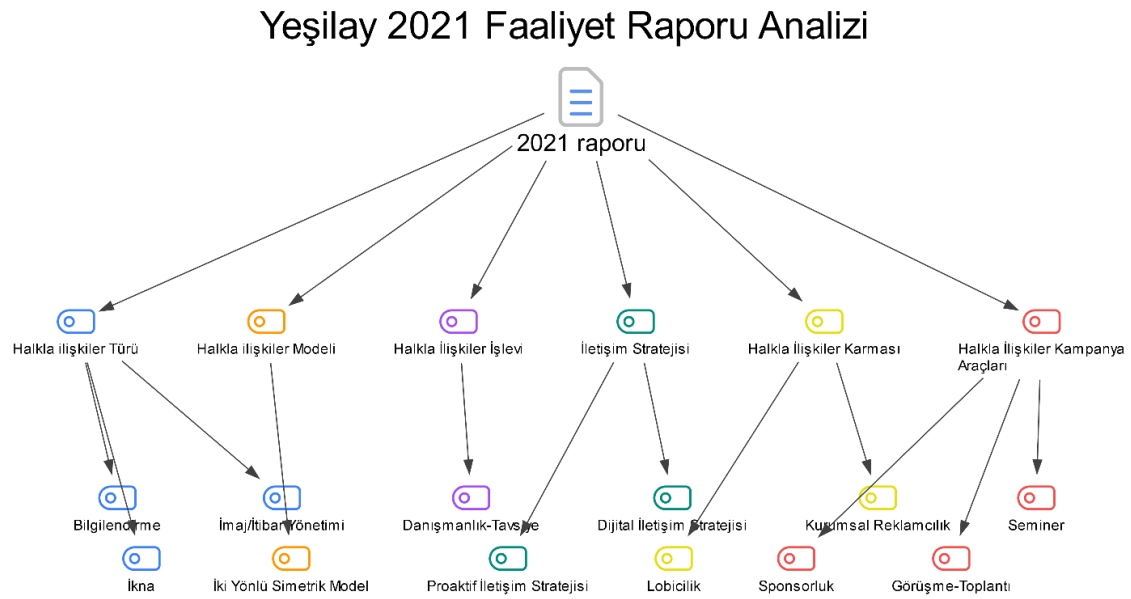
Danışmanlık ve kamuoyu yaratma: Stratejik planlar, politika önerileri ve danışmanlık hizmetleri ile halkın bilgilendirilmesi sağlanmış, bu faaliyetler toplumsal bilincin artırılmasına katkıda bulunmuştur.

Görünürlük ve güvenilirlik artırma: Uluslararası tanınırlık ve ödüllerle Yeşilay'ın güvenilirliği ve itibarı pekiştirilmiştir.

İki yönlü simetrik model: Paydaşlarla etkileşim içinde fikir alışverişinde bulunulmuş ve ortak hedeflere ulaşma çalışmaları yapılmıştır, bu süreçte karşılıklı iletişim ve iş birliği vurgulanmıştır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve İlişkiler Yönetimi: Kurumsal imaj ve itibar yönetimi faaliyetleri ile Yeşilay'ın toplumdaki algısı yönetilmiş, çeşitli iç ve dış paydaşlarla ilişkiler kurularak yönetilmiştir.

3.6.4.30. Yeşilay 2021 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 55: Yeşilay 2021 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Basın Toplantıları: İnternet bağımlılığı konusunda farkındalık yaratmak amacıyla düzenlenen ulusal basın toplantıları, toplumu bu konuda bilgilendirmeyi ve medyanın dikkatini çekmeyi amaçlamıştır.

Seminerler: Aileler ve eğitimciler için düzenlenen internet kullanımı ve bağımlılığı yönetimi seminerleri, bu konuda doğrudan etkilenen grupları hedef alarak, bilgi ve stratejiler sunmuştur.

Sponsorluklar: Dijital detoks ve sağlıklı internet kullanımını teşvik eden etkinliklere yapılan sponsorluklar, somut adımlarla toplumun dijital alışkanlıklarını iyileştirmeyi hedeflemiştir.

Kurumsal Reklamcılık: İnternet bağımlılığına müdahale ve önleme hizmetlerini vurgulayan reklam kampanyaları, kurumun bu alandaki faaliyetlerini geniş kitlelere duyurmayı amaçlamıştır.

Lobicilik: İnternet güvenliği ve sağlıklı kullanım standartlarını geliştirmek amacıyla yürütülen lobicilik faaliyetleri, politika yapıcıları bu konuda harekete geçmeye teşvik etmiştir.

Dijital İletişim Stratejisi: Online platformlarda bilgilendirici içeriklerin ve interaktif araçların geliştirilmesi, dijital ortamda etkileşimi artırarak geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflemiştir.

Proaktif İletişim Stratejisi: İnternet bağımlılığına karşı toplumu bilinçlendirmek ve erken müdahale sağlamak için benimsenen proaktif yaklaşımlar, önleyici ve etkin müdahaleler için zemin hazırlamıştır.

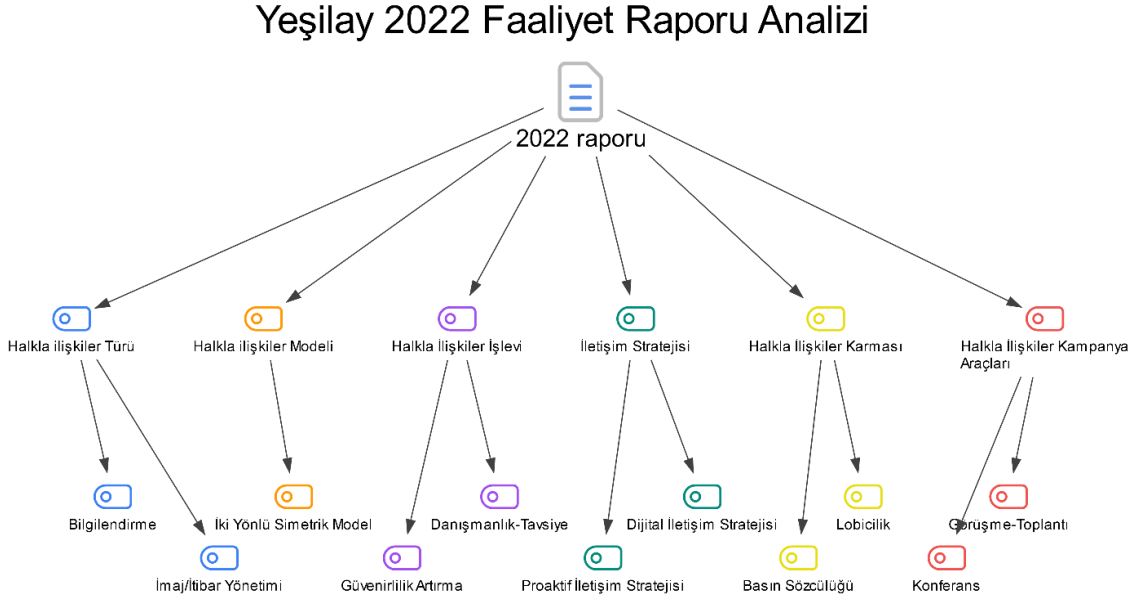
Danışmanlık ve Tavsiye: Ailelere ve gençlere yönelik internet bağımlılığı konusunda danışmanlık ve rehberlik hizmetleri, bu gruplara yönelik destek ve bilgilendirme sağlamıştır.

İmaj Yönetimi: Kurumun dijital sağlık ve internet bağımlılığı mücadelesi konularındaki liderlik imajının güçlendirilmesi, kurumsal itibarını artırmıştır.

İki Yönlü Simetrik Model: Toplumdan alınan geri bildirimlerle stratejilerin şekillendirilmesi ve halkla karşılıklı etkileşim içinde olunması, politikaların geliştirilmesinde toplumun sesinin duyulmasını sağlamıştır.

İkna ve Halkı Bilgilendirme: İnternet kullanım alışkanlıklarını iyileştirmek ve zararları hakkında bilgi vermek için kullanılan ikna edici iletişim teknikleri, davranış değişikliğini teşvik etmeyi hedeflemiştir.

3.6.4.31. Yeşilay 2022 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 56: Yeşilay 2022 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Konferanslar: Çevrimiçi güvenlik ve sağlıklı internet kullanımı üzerine düzenlenen konferanslar, toplumun bu konular hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak ve bilinçlendirme yaratmak için kritik önem taşımaktadır.

Basın Toplantıları: İnternet bağımlılığı farkındalık projelerinin basına tanıtımı, projelerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta ve medyanın da bu konuya dikkatini çekmektedir.

Basın Sözcülüğü: Medya ortaklıkları aracılığıyla yürütülen kamuoyu bilgilendirme kampanyaları, geniş bir bilinçlendirme ve etkileşim ağı kurmaktadır.

Lobicilik: İnternet kullanımıyla ilgili sağlık ve güvenlik düzenlemeleri için yapılan lobi faaliyetleri, politika yapımcıları bu konuda adım atmaya teşvik etmekte ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Dijital İletişim Stratejisi: Sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden yapılan bilinçlendirici içerikler, internet bağımlılığına dikkat çekmekte ve çözüm önerileri sunmaktadır.

Proaktif İletişim Stratejisi: İnternet bağımlılığına yönelik proaktif yaklaşımlar ve politika önerileri, bu soruna karşı önceden hazırlıklı olmayı ve kamuoyunun gündemine taşınmayı amaçlamaktadır.

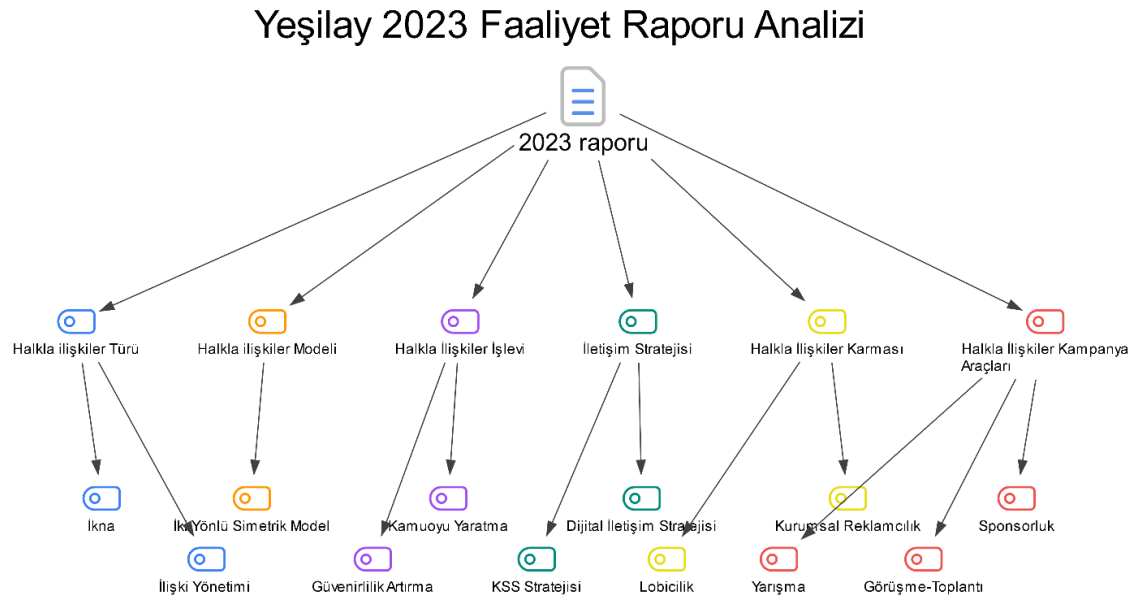
Danışmanlık ve Tavsiye: İnternet bağımlılığı konusunda düzenlenen eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları, toplumun bu konuda bilgilendirilmesine ve bilinçlendirilmesine yardımcı olmaktadır.

İmaj Yönetimi: Kurumun internet güvenliği ve sağlıklı kullanım konusundaki imajını güçlendirme faaliyetleri, kurumun bu alandaki liderlik ve uzmanlık algısını pekiştirmektedir.

İki Yönlü Simetrik Model: Paydaşlarla iş birliği içinde internet bağımlılığına karşı çözüm önerileri geliştirilmesi ve geri bildirim alışverişi, etkili müdahale stratejilerinin geliştirilmesine olanak tanımaktadır.

İmaj/İtibar Yönetimi ve Halkı Bilgilendirme: Kurumun internet bağımlılığına yönelik faaliyetlerle oluşturulan olumlu imaj ve itibar, toplumda bu konuda farkındalık yaratmaya ve davranış değişikliğini teşvik etmeye yardımcı olmaktadır.

3.6.4.32. Yeşilay 2023 Faaliyet Raporu Analizi



Şekil 57: Yeşilay 2023 Faaliyet Raporu Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Görüşme-Toplantı: Yıl içinde iki kez uluslararası ve yerel düzeyde düzenlenen basın toplantıları ile internet bağımlılığı konusunda geniş çaplı farkındalık yaratılmıştır. Bu toplantılar, konunun medya aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır.

Sponsorluklar: Sağlık ve gençlik festivallerine yapılan dört sponsorluk, organizasyonun bu konulara olan taahhüdünü göstermekle kalmamış, aynı zamanda toplumu bu festivaller aracılığıyla bilinçlendirmiştir.

Yarışmalar: Uluslararası Karikatür ve Sağlıklı Fikirler Kısa Film yarışmaları, gençleri ve toplumu internet bağımlılığı hakkında düşünmeye ve yaratıcı çözümler üretmeye teşvik etmiştir.

Kurumsal Reklamcılık: İkna ve savunma amaçlı yürütülen medya ve internet üzerinden reklam kampanyaları, kuruluşun mesajını geniş bir alana yayarak toplumun dikkatini çekmiştir.

Lobicilik: Yerel ve uluslararası düzeyde yürütülen savunuculuk ve iş birliği faaliyetleri, politika yapıcılar üzerinde etkili olmuş ve internet kullanımıyla ilgili sağlık ve güvenlik düzenlemeleri konusunda ilerlemeler kaydedilmiştir.

Dijital İletişim: Web sitesi yönetimi ve sosyal medya kampanyaları düzenli olarak yürütülerek, online platformlardaki aktif varlık korunmuştur.

KSS Strateji: Çeşitli sivil toplum kuruluşları ve kurumlarla yapılan kapasite geliştirme projeleri, geniş çapta iş birlikleri ve ortaklıklar kurulmasını sağlamıştır.

Kamuoyu Yaratma: Bağımlılıkla mücadele konusunda sürekli olarak yürütülen farkındalık yaratma çalışmaları, toplumun bu konudaki bilgisini sürekli güncel tutmuştur.

İmaj Yönetimi: Kurumsal imajı güçlendirme ve marka değerini artırma çalışmaları, organizasyonun güvenilirliğini ve tanınırlığını sürekli olarak pekiştirmiştir.

İki Yönlü Simetrik Model: Hedef kitle ile yapılan etkileşim ve geri bildirimler, politikaların ve uygulamaların geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır.

İlişki Yönetimi ve İkna: İç ve dış paydaşlarla yapılan sistemli yönetim ve sürdürülebilir iş birlikleri, kurumun etkisini artırmış ve toplum üzerinde olumlu değişiklikler yaratılmasına katkıda bulunmuştur.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
Kampanya Araçları	Basın Bülteni	Toplumsal farkındalık artırma	Bağımlılıkla mücadele çalışmaları hakkında bilgi vermek ve toplumu bilinçlendirmek amacıyla kullanılmıştır	-	-	-
	Sponsorluklar	Çeşitli etkinlikler ve kampanyalar	Uluslararası iş birlikleri	Dijital detoks ve sağlıklı internet kullanımı	-	Sağlık ve gençlik festivalleri
	Yarışmalar	-	-	-	-	Uluslararası Karikatür ve Sağlıklı Fikirler Yarışmaları
	Görüşme-Toplantı	Bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır.	Bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır.	Bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır.	Bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır.	Bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır.
	Konferans	-	Bağımlılıkla mücadele ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratmak amacıyla düzenlenmiştir.	-	İnternet bağımlılığı farkındalık projelerinin tanıtımı ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-
	Seminer	-	Toplumsal farkındalığı artırmak ve bilinçlendirmek amacıyla faaliyetlerini desteklemek amacıyla yapılmıştır.	Toplumsal farkındalığı artırmak ve bilinçlendirme faaliyetlerini desteklemek amacıyla yapılmıştır.	-	-

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
Halkla İlişkiler Karması	Kurumsal Reklamcılık	Yeşilay genel reklam aktiviteleri	Yeşilay'ın genel reklam aktiviteleri	İnternet bağımlılığına yönelik reklam kampanyaları	İnternet güvenliği ve sağlıklı kullanımını güçlendirme	Medya ve internet üzerinden reklam kampanyaları
	Lobicilik	-	-	İnternet güvenliği ve sağlıklı kullanım standartları	İnternet sağlık ve güvenlik düzenlemeleri	Yerel ve uluslararası düzeyde savunuculuk ve iş birliği
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim	Sosyal medya ve web tabanlı platformlar	Sosyal medya ve dijital platformlar	Online platformlar üzerinden bilgilendirici içerikler	Sosyal medya ve diğer dijital platformlar	Web sitesi yönetimi ve sosyal medya kampanyaları
	Proaktif İletişim	Bağımlılıkla mücadelede proaktif yaklaşımlar	COVID-19 sırasında alternatif çözümler	Proaktif yaklaşımların benimsenmesi	Proaktif yaklaşımlar ve politika önerileri	-
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık	Danışmanlık hizmetleri	-	Danışmanlık ve rehberlik hizmetleri	Eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları	Danışmanlık ve destek hizmetleri
	İmaj Yönetimi	Kurumsal imaj ve itibar yönetimi	Uluslararası tanınırlık ve ödüller	Kurumun liderlik imajının güçlendirilmesi	Kurumun imajını güçlendirme faaliyetleri	Kurumsal imajı ve marka değerini artırma
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik	Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi	Paydaşlarla etkileşim ve ortak hedeflere ulaşma	Paydaşların geri bildirimleriyle stratejilerin şekillendirilmesi	Paydaşlarla işbirliği içinde çözüm önerileri geliştirme	Hedef kitlenin geri bildirimleriyle politikaların şekillendirilmesi
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın ve liderliğin güçlendirilmesi	-	-	Kurumun olumlu bir imaj ve itibar oluşturması	-
	İlişki Yönetimi	Ulusal ve uluslararası düzeyde etkili ilişkiler	İç ve dış paydaşlarla ilişkilerin yönetimi	-	-	İç ve dış paydaşlarla ilişkilerin sistemli yönetimi

Tablo 11: Yeşilay 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejilerinin Evrimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.6.4.33. Yeşilay 2019-2023 Yılları Arasında İnternet Bağımlılığıyla Mücadelede Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri

Basın Toplantıları

2019 yılında basın toplantıları yapılmıştır. 2020 yılında çeşitli basın toplantıları ve kamu spotları gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında ulusal basın toplantıları düzenlenmiştir. 2022 yılında internet bağımlılığı farkındalık projelerinin basına tanıtımı yapılmıştır. 2023 yılında ise uluslararası konferans ve yerel basın toplantıları düzenlenmiştir.

Sponsorluklar

2019 yılında çeşitli etkinlikler ve kampanyalar aracılığıyla sponsorluklar sağlanmıştır. 2020 yılında uluslararası iş birlikleri ve çeşitli ödüllerle destek sağlanmıştır. 2021 yılında dijital detoks ve sağlıklı internet kullanımını teşvik eden etkinliklere sponsorluk yapılmıştır. 2023 yılında ise sağlık ve gençlik festivallerine sponsorluk sağlanmıştır.

Kurumsal Reklamcılık

2020 yılında Yeşilay'ın genel reklam aktiviteleri ve ödüllerle tanınma faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında internet bağımlılığına müdahale ve önleme hizmetlerini vurgulayan reklam kampanyaları düzenlenmiştir. 2023 yılında ise medya ve internet üzerinden ikna ve savunma amaçlı reklam kampanyaları yürütülmüştür.

Lobicilik

2021 yılında internet güvenliği ve sağlıklı kullanım standartlarını geliştirmek amacıyla yürütülen lobicilik faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2022 yılında internet kullanımıyla ilgili sağlık ve güvenlik düzenlemeleri için lobi faaliyetleri yapılmıştır. 2023 yılında ise yerel ve uluslararası düzeyde savunuculuk ve iş birliği faaliyetleri yürütülmüştür.

Dijital İletişim Stratejisi

2019 yılında sosyal medya ve web tabanlı platformlar üzerinden bilinçlendirme kampanyaları ve eğitim programları düzenlenmiştir. 2020 yılında sosyal medya ve dijital platformlarda aktif etkinlikler ve içerikler sunulmuştur. 2021 yılında online platformlarda bilgilendirici içeriklerin ve interaktif araçların geliştirilmesi gerçekleştirilmiştir. 2022 yılında sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden bilgilendirici içerikler yayınlanmıştır. 2023 yılında ise web sitesi yönetimi ve sosyal medya kampanyaları düzenli olarak yapılmaktadır.

Danışmanlık

2020 yılında stratejik planlar, politika önerileri ve danışmanlık hizmetleri ile halkı bilgilendirme faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında ailelere ve gençlere yönelik internet bağımlılığı konusunda danışmanlık ve rehberlik hizmetleri sunulmuştur. 2022 yılında internet bağımlılığı konusunda eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları düzenlenmiştir. 2023 yılında ise internet bağımlılığı konusunda danışmanlık ve destek hizmetleri sunarak bireylerin ve ailelerin bu sorunla başa çıkmalarına yardımcı olunmuştur.

İki Yönlü Simetrik Model

2019 yılında paydaşlarla iş birlikleri geliştirilerek mücadelede etkin rol alınmış ve bilgi alışverişi sağlanmıştır. 2020 yılında paydaşlarla etkileşim içinde bulunarak fikir alışverişinde bulunulmuş ve ortak hedeflere ulaşılmıştır. 2021 yılında toplumdan alınan geri bildirimlerle stratejiler şekillendirilmiş ve halkla karşılıklı etkileşim içinde olunmuştur. 2022 yılında paydaşlarla iş birliği içinde internet bağımlılığına karşı çözüm önerileri geliştirilmiş ve geri bildirim alışverişinde bulunulmuştur. 2023 yılında ise hedef kitlenin geri bildirimleri aktif olarak alınarak politikalar şekillendirilmiştir.

İmaj/İtibar Yönetimi

2019 yılında kurumsal imajın güçlendirilmesi ve toplumda bağımlılık konusunda lider kuruluş olarak tanınmanın sağlanması hedeflenmiştir. 2020 yılında uluslararası tanınırlık ve ödüller ile kurumun güvenilirliği artırılmıştır. 2021 yılında kurumun dijital sağlık ve internet bağımlılığı mücadelesi konularındaki liderlik imajının güçlendirilmesine odaklanılmıştır. 2022 yılında kurumun internet güvenliği ve sağlıklı kullanım konusundaki imajını güçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 2023 yılında ise kurumsal imajı güçlendirme ve marka değerini artırma yönünde sürekli çalışmalar yapılmıştır.

İlişki Yönetimi

2019 yılında ulusal ve uluslararası düzeyde etkili ilişkiler kurulmuştur. 2020 yılında iç ve dış paydaşlarla ilişkiler yönetilmiştir. 2023 yılında ise iç ve dış paydaşlarla ilişkilerin sistemli bir şekilde yönetilmesi sağlanmıştır.

3.6.5. Halkla ilişkiler ekosistemi modeli

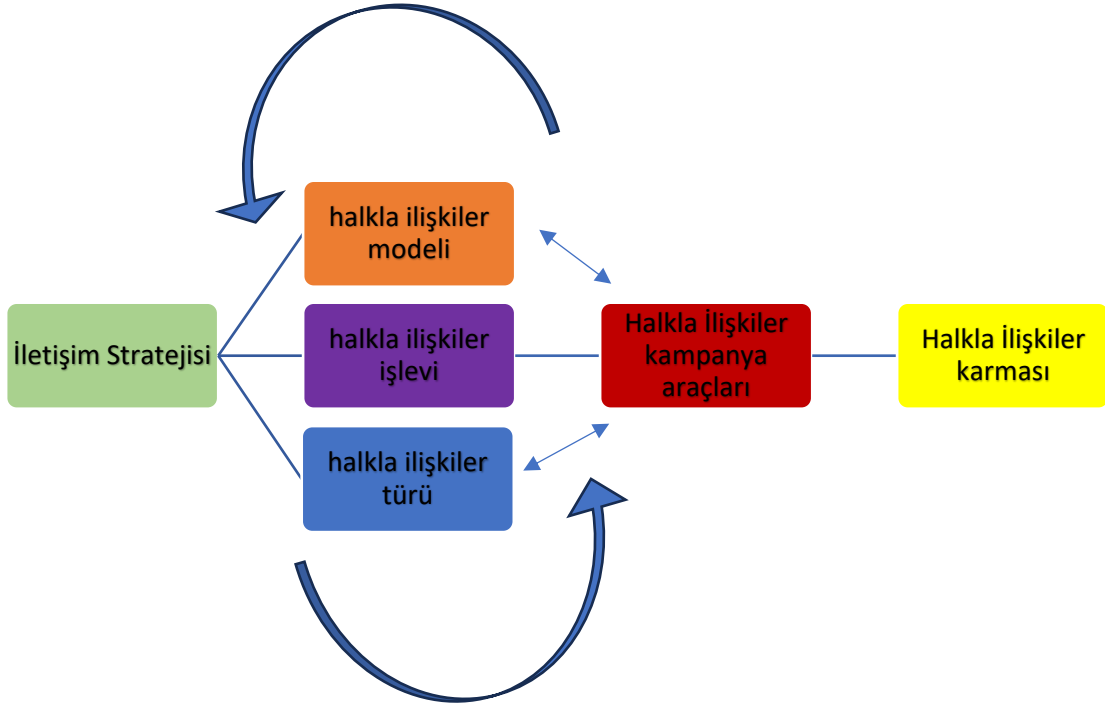
Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar), kurumsal yapıları ve belirlenen hedeflere yönelik programlar sayesinde, internet bağımlılığı gibi toplumsal sorunlara karşı etkili çözümler

sunma yetisine sahiptir. Hükümetten bağımsız olarak faaliyet göstermeleri, devletin doğrudan müdahalesi olmaksızın özgürce iletişim ve halkla ilişkiler stratejileri geliştirmelerine imkan tanır. Bu özerklik, onlara özel sektörden farklı olarak kar amacı gütmeksizin toplum yararına hizmet etme fırsatı verir.

STK'ların kar amacı gütmeyen yapıları, elde ettikleri ek gelir veya karları yeni projeler ve inisiyatifler başlatmak için kullanmalarını sağlar, özellikle internet bağımlılığı ile mücadelede. Bu finansal esneklik, iletişim araçlarını ve sistemlerini hedef kitlelerinin ilgisini çekmek ve onları bilgilendirmek için stratejik olarak kullanmalarını mümkün kılar. Ayrıca, kendini geliştirme faaliyetleri, STK'ların kendi işlerini yönetmeleri ve prosedürlerini belirlemeleri ile sıkı sıkıya bağlantılıdır. Bu durum, internet bağımlılığı gibi sosyal meselelere yönelik farkındalık ve bilgi sağlama ihtiyacını arttırmaktadır, bu da halkla ilişkiler modelleri ve çeşitlerini kullanmalarını zorunlu kılar. Bu modeller ve türler, STK'ların hedef kitlelere ulaşmalarını ve onlarla etkileşimde bulunmalarını daha etkili bir hale getirirken, hayır işleri yapma özelliği, STK'ların halkla ilişkiler fonksiyonlarını güçlendirir. Dolayısıyla bu durum vatandaşların gönüllü katılımını teşvik ederek, internet bağımlılığı ile mücadelede toplumsal dayanışma ve etkileşimi arttırmaktadır. Bu, onların hayır kurumu veya gönüllü kuruluşlar olarak anılmalarının temel nedenlerinden biridir. Halkla ilişkiler karması ise, tüm bu unsurları bütünleştirerek, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede nasıl bir iletişim ve strateji geliştirmesi gerektiğini tanımlayan yapıdır. Bu uygulama çeşitli halkla ilişkiler tekniklerini ve araçlarını entegre ederek, STK'ların bu sorunu ele alan geniş kapsamlı ve çok yönlü bir yaklaşım geliştirmesine olanak tanır, bu da hem farkındalık yaratma hem de toplumsal değişim sağlama kapasitelerini güçlendirir.

Bu çalışmada, STK'ların geliştireceği bağımlılık önleme kampanyaları ve bu kampanyalara dahil edilecek iletişim faaliyetleri aracılığıyla bir halkla ilişkiler ekosistemi modeli önerilmektedir. Bu model STK'ların en güçlü halkla ilişkiler uygulamalarının kombinasyonu sonucunda ortaya çıkmıştır. Önerilen model, bağımlılıkla mücadele süreçlerinde izlenecek yol haritasını detaylandırmaktadır ve bu uygulamaları halka ve ilgili paydaşlara doğru bir biçimde sunmayı amaçlayan stratejik bir halkla ilişkiler sürecini içermektedir.

3.6.5.1. Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli



Şekil 58: Halkla İlişkiler Ekosistemi Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Modelin başlangıcı olarak tanımlanan yeşil bölüm, iletişim stratejisini temsil eder. İletişim stratejisi, halkla ilişkiler modelleri, işlevleri ve türleri ile bütünleşmiş bir şekilde işler. Halkla ilişkiler modelleri turuncu renk ile vurgulanırken, halkla ilişkiler işlevleri mor ve halkla ilişkiler türü mavi renk ile gösterilmiştir. Bu üç eleman, kurumun benimsediği felsefeye bağlı olarak konumlandırılabilir ve yer değiştirebilir.

Halkla ilişkiler modelleri, işlevleri ve türleri, halkla ilişkiler kampanya araçlarını içeren kırmızı bölüme bağlanır. Bu kampanya araçları da kurumun benimsediği anlayışa göre farklılık göstererek yer değiştirebilir ve halkla ilişkiler karması ile bağlantılıdır. Halkla ilişkiler karması, modelin sonucu olarak tanımlanır ve sarı renkle ifade edilir.

Bu renk kodlu yapı, modelin görsel bir haritasını oluşturarak, STK'ların iletişim stratejilerini daha iyi anlamalarına ve uygulamalarına yardımcı olur. İletişim stratejisi, modeller, işlevler ve türler arasındaki etkileşim, kurumun hedeflerine ulaşmasında kritik bir rol oynar ve halkla ilişkiler kampanyalarının etkinliğini arttırmaktadır. Halkla ilişkiler

karması, bu sürecin sonucunda ortaya çıkan etkileşimlerin ve etkilerin bir araya gelmesiyle şekillenen genel bir çıktıdır. Bu model, STK'ların bağımlılıkla mücadelede kullanacakları stratejik iletişim çerçevesini oluşturur ve bu çerçevede sürekli bir iyileştirme ve uygulama süreci sağlar.

3.6.5.2. Halkla İlişkiler Ekosistem Modelinin Amacı ve Önemi

Model, internet bağımlılığının olası zararları konusunda toplumda geniş çaplı bir farkındalık yaratmayı hedefler. Bunu, internet kullanımının sağlıklı sınırlarını ve bağımlılık yapan davranışların belirtilerini anlatarak, hedef kitleleri eğitmek ve bilgilendirmek yoluyla gerçekleştirir. Ayrıca, bireylerin internet kullanım alışkanlıklarını sağlıklı normlara dönüştürmelerine yardımcı olacak motivasyon ve araçlar sağlayarak davranış değişikliğine teşvik eder.

Toplumsal destek mekanizmalarını güçlendirmek için, internet bağımlılığıyla mücadele eden bireyler için destek grupları ve danışmanlık hizmetleri gibi kaynaklara kolay erişim sağlanır. Kampanyanın etki alanını genişletmek amacıyla yerel yönetimler, eğitim kurumları ve diğer STK'lar ile iş birlikleri kurulur. Bu iş birlikleri, kampanyanın daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve çeşitli topluluklarda daha derinlemesine etki yaratmasını sağlar.

Politika ve düzenleme önerileri geliştirme, modelin önemli bir parçasıdır. İnternet bağımlılığı ile mücadelede etkili olabilecek politika ve düzenlemeler için öneriler geliştirilir ve bu konuda lobicilik faaliyetlerinde bulunulur. Bu, STK'ların politika yapımcılarla iş birliği yaparak internet kullanımı ve bağımlılığına yönelik politikaların ve yönetmeliklerin geliştirilmesine katkı sağlama amacını da içerir. Ayrıca, model, internet bağımlılığı konusunda yardım arayan bireyler için mevcut destek servisleri ve müdahale programlarını tanıtmayı hedefler. Bu destek ve müdahale hizmetlerinin tanıtımı, etkilenen bireylerin gerekli yardımı almasını ve toplumun bu konuda daha bilinçli ve duyarlı hale gelmesini sağlar. Sonuç olarak, bu model, STK'ların internet bağımlılığı ile mücadelede kapsamlı bir yaklaşım benimsemelerine olanak tanırken, etkili bir halkla ilişkiler kampanyası yürütmeleri için stratejik bir çerçeve sunmaktadır.

Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, bir STK için internet bağımlılığı gibi önemli bir sosyal sorunla etkili bir şekilde mücadele edebilmesi, iletişim stratejisine büyük ölçüde

bağlıdır. Bu strateji içerisinde yer alan Dijital İletişim Stratejisi, Proaktif İletişim Stratejisi, Reaktif İletişim Stratejisi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) gibi bileşenler, kuruluşun amaçlarına ulaşmasında önemli roller üstlenmektedir.

Dijital İletişim Stratejisi: Çağımızda dijital platformlar, hedef kitlelere ulaşmanın en etkili araçlarından biridir. Bu strateji, sosyal medya, web siteleri, bloglar ve diğer online araçlar aracılığıyla geniş kitlelere erişimi, etkileşimi arttırmayı ve kampanya mesajlarını yaymayı hedefler. Özellikle internet bağımlılığıyla mücadelede, dijital mecraların doğru ve etkili kullanımı gençler başta olmak üzere geniş bir kitleye ulaşım sağlar.

Proaktif İletişim Stratejisi: Bu strateji, potansiyel sorunları veya fırsatları önceden tespit ederek buna yönelik eylemler geliştirmeyi içerir. STK'lar, proaktif yaklaşımla kampanyalarını önceden planlayabilir, olası sorunları öngörerek önlemler alabilir ve toplumu bilinçlendirmek için inisiyatiflerde bulunabilirler.

Reaktif İletişim Stratejisi: Kriz anlarında veya beklenmedik durumlarda hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vermek gerektiğinde devreye girer. Reaktif strateji, STK'nın olumsuz durumlarla karşılaştığında itibarını korumak ve halkla ilişkilerini yönetmek için planlar geliştirmesine yardımcı olur.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS): STK'lar, topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirirken, KSS faaliyetleri aracılığıyla toplumsal fayda sağlama ve sosyal sorunlara karşı duyarlılık gösterme amacını taşır. İnternet bağımlılığı konusunda bilinçlendirme ve eğitim programları, KSS faaliyetlerinin bir parçası olarak ele alınmaktadır.

Bu stratejilerin bir arada etkin bir şekilde kullanılması, STK'ların internet bağımlılığı gibi karmaşık ve çok boyutlu bir sorunu ele alırken daha fazla kişiye ulaşmasını, bilinçlendirme ve eğitim faaliyetlerini başarılı bir şekilde yürütmesini ve kampanyaların genel etkinliğini arttırmasını sağlar. Her bir strateji bileşeni, farklı senaryolar ve ihtiyaçlar için özelleştirilmiş çözümler sunarak, genel iletişim stratejisinin sağlam bir temel üzerine kurulmasına yardımcı olur.

Halkla İlişkiler Ekosistemi modeli içerisinde, halkla ilişkiler modeli teması, bir kuruluşun halkla ilişkiler stratejilerini nasıl yürüteceği konusunda temel bir çerçeve sunar. İki yönlü simetrik model, iki yönlü asimetrik model ve basın ajansı modeli gibi çeşitli halkla ilişkiler modellerinin mevcut olması, kuruluşun çeşitli iletişim ve etkileşim yaklaşımlarını benimsemesi açısından büyük önem taşır. Bu modellerin her biri, kuruluşun stratejileri üzerinde belirgin etkiler göstermektedir.

İki Yönlü Simetrik Model: Bu model, kuruluşlar ve hedef kitleler arasında karşılıklı anlayış ve uzlaşma sağlamayı hedefler. Diyalog ve açık iletişime dayanarak, her iki tarafın görüş ve ihtiyaçlarının karşılanması amaçlanır. İnternet bağımlılığı gibi toplumsal sorunlarda bu model, hedef kitlelerle etkileşimi artırarak daha sağlam ve sürdürülebilir çözümler geliştirmeye yardımcı olur.

İki Yönlü Asimetrik Model: Bu yaklaşım, kuruluşun hedef kitleleri ikna etmeye yönelik daha stratejik ve yönlendirici iletişim taktiklerini kullanmasını içerir. İkna ve etkili iletişim teknikleri aracılığıyla, hedef kitlelerin davranışlarını ve tutumlarını şekillendirme amacı taşır. İnternet bağımlılığı konusunda bilinçlendirme ve eğitim kampanyalarında bu model, etkili mesajların planlanmasında ve hedef kitle üzerinde istenen etkiyi yaratmada kullanılmaktadır.

Basın Ajansı Modeli: Bu model genellikle tek yönlü iletişimi temsil eder ve bilgilendirme amacı güder. Kuruluşun mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmak için medya ve diğer iletişim kanallarını kullanır. Basın bildirimleri, makaleler ve diğer medya çıkışları aracılığıyla, internet bağımlılığı konusunda genel farkındalığı artırmak için etkili bir yol sunar.

Halkla ilişkiler modeli temasının önemi, kuruluşun çeşitli iletişim ihtiyaçlarına ve hedeflerine uygun olarak en etkili modeli seçebilmesini sağlamasından kaynaklanır. Bu bölüm, kuruluşun stratejik iletişim hedeflerine ulaşmasında, hedef kitlelerle etkileşim kurma ve onları etkileme kapasitesinde kritik bir rol oynar. Her bir modelin farklı avantajları ve uygulamaları, kuruluşların internet bağımlılığı gibi karmaşık sosyal sorunlarla mücadelede daha dinamik ve etkili halkla ilişkiler kampanyaları geliştirmelerine olanak tanır.

Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, halkla ilişkiler işlevi teması, bir STK'nın etkin işleyişinde ve amaçlarına ulaşmasında merkezi bir rol üstlenir. Danışmanlık-tavsiye, kamuoyu yaratma, güvenilirlik artırma ve görünürlük sağlama gibi çeşitli işlevler, kuruluşun stratejik iletişim kapasitesini güçlendirir ve toplumsal etkisini arttırmaktadır. Bu işlevler, kuruluşun hedeflerine yönelik etkili bir yol haritası oluşturmasına yardımcı olur ve toplum üzerindeki olumlu etkilerini maksimize etme fırsatı sunar.

Danışmanlık-Tavsiye: Bu işlev, kuruluşun yönetimine ve diğer departmanlarına halkla ilişkiler ve stratejik iletişim konularında uzmanlık ve rehberlik sağlar. Karar verme süreçlerine etkili halkla ilişkiler stratejilerinin entegrasyonunu sağlayarak, kuruluşun genel stratejisini daha bilinçli ve etkili kılmada önemli bir rol oynar.

Kamuoyu Yaratma: STK'ların toplumsal meselelerde farkındalık yaratma ve kamuoyu oluşturma çabaları bu işlev sayesinde desteklenir. İnternet bağımlılığı gibi spesifik bir konuda kamuoyunu bilgilendirmek ve bu konuda bir diyalog başlatmak için gerekli taktikler ve stratejiler bu işlev kapsamında geliştirilir.

Güvenirlilik Arttırma: Kuruluşun itibarını ve güvenilirliğini arttırmak, hedef kitleler nezdinde ve genel olarak kamuoyunda pozitif bir imaj oluşturmak için hayati öneme sahiptir. Bu işlev, kuruluşun mesajlarının daha ciddiye alınmasını ve etkisinin artmasını sağlar.

Görünürlük Sağlama: Etkin halkla ilişkiler çalışmaları, kuruluşun görünürlüğünü arttırarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Medya görünürlüğü, etkinlikler, kampanyalar ve dijital medya faaliyetleri bu işlevin bir parçasıdır ve kuruluşun toplum üzerindeki etkisini maksimize eder.

Halkla İlişkiler İşlevi, STK'ların internet bağımlılığı gibi önemli sosyal meselelerde toplumu etkileme kapasitesini belirleyen temel bir yapı taşıdır. Bu işlevler, kuruluşun stratejik hedeflerine ulaşmasını, kamuoyu ile sağlıklı ilişkiler kurmasını ve toplumsal değişimde önemli bir rol oynamasını sağlar. Her bir işlev, kuruluşun daha geniş bir etki yaratmasına ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmesine olanak tanır, böylece genel toplumsal fayda sağlama misyonunu destekler.

Halkla ilişkiler türü teması, Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, bir kuruluşun halkla ilişkiler stratejisini özelleştirerek belirli hedeflere yönelik nasıl hareket edeceğini belirler. İmaj/itibar yönetimi, ilişki yönetimi, bilgilendirme ve ikna gibi çeşitli halkla ilişkiler türleri, kuruluşların spesifik ihtiyaçlarını ve hedeflerini karşılamak üzere özel stratejiler ve teknikler geliştirmelerini sağlar. Bu türler, kuruluşun iletişim stratejilerini daha etkin bir şekilde yönlendirmesine olanak tanır ve belirlenen hedef kitlelere ulaşmada büyük bir rol oynar.

İmaj/İtibar Yönetimi: Bu tür, kuruluşun toplum nezdindeki algısını yönetmek ve olumlu bir imaj sürdürmek için kritik öneme sahiptir. İtibar yönetimi, kriz durumlarında veya genel işleyiş sırasında kuruluşun güvenilirliğini ve saygınlığını korumaya yardımcı olur. Bu, özellikle kamuoyunun desteğini ve güvenini kazanmak isteyen STK'lar için hayati bir unsurdur.

İlişki Yönetimi: Bu tür, kuruluşların hedef kitleleri ve diğer paydaşlarla uzun vadeli, sağlıklı ilişkiler kurmasını sağlar. İlişki yönetimi, karşılıklı yarar ve anlayış temelinde

sürdürülebilir bağlar oluşturarak, STK'ların toplum üzerindeki etkilerini arttırmaktadır ve daha geniş kapsamlı projelerde iş birliği fırsatlarını arttırır.

Bilgilendirme: Bu tür, halka açık bilgi sağlamak, farkındalık yaratmak ve eğitim vermek için kullanılır. Özellikle bilgi eksikliğinin olduğu konularda, toplumun bilinçlenmesine ve bilgi düzeyinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapar. İnternet bağımlılığı gibi konularda bilgilendirme faaliyetleri, toplumu bu riskler hakkında eğitmek ve önleyici davranışları teşvik etmek için önemlidir.

İkna: Bu tür, kampanya veya iletişim faaliyetleri aracılığıyla hedef kitlelerin tutum ve davranışlarında değişiklik yapmayı amaçlar. İkna, hedef kitleleri belirli bir eyleme yönlendirmek veya sosyal değişime katılımını sağlamak için stratejik olarak kullanılır. Bu, halkla ilişkiler kampanyalarının etkinliğini artırmak ve somut sonuçlar elde etmek için önemli bir araçtır.

Halkla ilişkiler türü temasının önemi, kuruluşların çeşitli hedeflerine ve stratejik ihtiyaçlarına yönelik özel halkla ilişkiler yaklaşımları geliştirebilmesinden kaynaklanır. Bu yaklaşımlar, kuruluşların spesifik amaçlarına hizmet ederken, genel halkla ilişkiler stratejilerinin daha etkili ve odaklı olmasını sağlar. Bu türler, STK'ların sosyal sorunlarla mücadelede daha fazla kişiye ulaşmasını, etkili mesajlar yaratmasını ve toplumsal değişimi desteklemesini sağlayarak genel misyonlarına katkıda bulunur.

Halkla ilişkiler kampanya araçları teması, Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, kuruluşların hedef kitlelerine ulaşmasını ve mesajlarını etkili bir şekilde iletmelerini sağlamak için kullanılan çeşitli yöntemleri içerir. Görüşme-toplantı, konferans, seminer, basın bülteni, sponsorluk ve fuar-festival-sergi gibi araçlar, halkla ilişkiler kampanyalarının çeşitli yönlerini destekler. Bu araçlar birbirleriyle entegre edildiğinde, geniş kapsamlı ve tutarlı bir iletişim stratejisi oluştururlar. Bu entegrasyon, kampanyanın etkinliğini artırarak kuruluşun iletişim hedeflerine ulaşmasına büyük katkı sağlar.

Görüşme-Toplantı: Bu araç, kuruluşun paydaşları, potansiyel sponsorlar veya medya temsilcileri ile yüz yüze iletişim kurmasını sağlar. Önemli konuları tartışmak ve iş birliği fırsatlarını değerlendirmek için ideal bir yöntemdir. Ayrıca, direkt geri bildirim alma imkanı sunar.

Konferans ve Seminer: Bu etkinlikler, özellikle bilgilendirme ve eğitim amaçlı kullanılır. Konferanslar geniş kitlelere ulaşmayı, seminerler ise daha derinlemesine bilgi verme ve

eğitim sağlama fırsatı sunar. Kuruluşun uzmanlık alanı ve liderliğini sergilemek için mükemmel platformlardır.

Basın Bülteni: Medya aracılığıyla kuruluşun haberlerini, başarılarını veya önemli duyurularını geniş kitlelere duyurmak için kullanılır. Etkin bir basın bülteni stratejisi, kuruluşun görünürlüğünü artırır ve medya üzerinden doğru bilginin yayılmasını sağlar.

Sponsorluk: Kuruluşun belirli etkinliklerde, projelerde veya inisiyatiflerde finansal veya kaynak desteği sağlaması, marka bilinirliğini ve toplum içindeki itibarını artırır. Sponsorluklar, kuruluşun ilgili kitlelerle bağlantı kurmasına ve sosyal sorumluluk projelerine destek olmasına yardımcı olur.

Fuar-Festival-Sergi: Bu tür etkinlikler, kuruluşun geniş kitlelere ulaşarak ürünlerini, hizmetlerini veya kampanyalarını tanıtmaya olanak tanır. Aynı zamanda, kuruluşun kültürel ve sosyal aktivitelere olan katılımını gösterir ve toplumla etkileşimde bulunma şansı verir.

Bu araçların entegrasyonu, bir halkla ilişkiler kampanyasının etkinliğini artırarak, kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur. Örneğin, bir konferans sırasında yapılan bir basın bülteni duyurusu, medyanın etkinliğe dikkatini çekebilir ve daha geniş bir kitleye ulaşılmasını sağlar. Sponsorluklar aracılığıyla desteklenen fuarlar veya festivaller, kuruluşun görünürlüğünü artırırken, toplantılar ve seminerler, kuruluşun bilgi liderliğini ve toplumsal katkılarını pekiştirir. Bu tür bütünleşmiş yaklaşımlar, kuruluşun iletişim stratejisini güçlendirir ve toplumsal etkisini maksimize eder.

Halkla ilişkiler karması teması, Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, bir kuruluşun halkla ilişkiler faaliyetlerinin çeşitli yönlerini bütünleştirerek kapsamlı bir yaklaşım sunar. Bu tema, kamu yararına faaliyet, kurumsal reklamcılık, lobicilik, basın sözcülüğü ve duyurum gibi farklı unsurları içerir. Her bir unsur, kuruluşun toplum nezdindeki etkisini artırma ve stratejik hedeflerine ulaşma konusunda önemli bir rol oynar. Bu unsurların entegrasyonu, kuruluşun iletişim stratejilerini güçlendirir ve daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar, böylece genel halkla ilişkiler çabalarının etkinliğini artırır.

Kamu Yararına Faaliyet: Bu faaliyetler, kuruluşun toplumda olumlu bir etki yaratma ve sosyal sorumluluk gösterme çabalarını temsil eder. Bu tür faaliyetler, kuruluşun toplumla olan bağlarını güçlendirir ve genel itibarını olumlu yönde etkilemektedir.

Kurumsal Reklamcılık: Kuruluşun misyonunu, değerlerini ve hizmetlerini geniş kitlelere tanıtmak için kullanılır. Bu, kuruluşun tanınırlığını ve pazar konumunu güçlendirirken, kamuoyu algısını şekillendirmeye yardımcı olur.

Lobicilik: Kuruluşun politik ve yasal çevre üzerinde etkili olmasını sağlar. Bu, özellikle politika yapıcılar ve karar vericiler nezdinde kuruluşun çıkarlarını temsil etmek ve savunmak için önemli bir araçtır.

Basın Sözcülüğü: Medya ile kuruluş arasındaki ana iletişim kanalıdır. Basın sözcüsü, kuruluşun mesajlarını düzgün bir şekilde iletmek, medya sorgularına yanıt vermek ve olası kriz durumlarında kuruluşun resmi pozisyonunu açıklamak için önemlidir.

Duyurum: Önemli gelişmeler, etkinlikler veya başarılar hakkında halkı bilgilendirme amacı güder. Bu, hedef kitlelerle etkileşimi artıran ve kuruluşun gündemindeki önemli noktaları vurgulayan bir iletişim aracıdır.

Halkla ilişkiler karması teması, kuruluşun genel halkla ilişkiler stratejisini destekleyen çeşitli taktik ve faaliyetleri kapsar. Bu çeşitlilik, kuruluşun hedeflerine uygun esnek ve dinamik bir yaklaşım geliştirmesine olanak tanır. Ayrıca, bu tema kuruluşun çeşitli halkla ilişkiler faaliyetlerini koordine etmesine ve bu faaliyetler arasında sinerji yaratmasına yardımcı olur; böylece kuruluşun toplum üzerindeki etkisi maksimize edilir. Bu bütüncül yaklaşım, kuruluşun farklı hedef kitlelere ulaşmasını, itibarını korumasını ve stratejik hedeflerine ulaşmasını sağlayarak toplumsal etkisini arttırmaktadır.

3.6.6. Tartışma ve Değerlendirme

Çalışmanın bu bölümünde halkla ilişkiler ekosistem modelinin ortaya çıkmasına katkı sağlayan STK'ların halkla ilişkiler uygulamaları karşılaştırmalı olarak ele alınıp tartışılmıştır. Bu kapsamda çalışmada yer alan STK'ların karşılaştırmalı iletişim stratejisi, halkla ilişkiler modelleri, halkla ilişkiler işlevleri, halkla ilişkiler türleri, halkla ilişkiler kampanya araçları ve halkla ilişkiler karması incelenmiştir. STK'ların karşılaştırmalı iletişim stratejisi ve yıllar içindeki değişimi şu şekildedir:

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	İnternet erişimi ve dijital haklar bilgilendirmesi	İnternet ve dijital teknolojilerin kamu yararına kullanımı	Dijital haklar ve internet erişimi bilgilendirmesi	İnternet erişimi ve dijital haklar bilgilendirmesi	-
	Proaktif İletişim Stratejisi	Topluluk ağlarının desteklenmesi	Dijital haklar savunuculuğu	Dijital haklar ve adil internet erişimi savunuculuğu	Dijital haklar ve internet erişimi savunuculuğu	-
ORG						
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma	Sosyal medya üzerinden bilgi paylaşımı ve farkındalık	Sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma kampanyaları	Sosyal medya üzerinden farkındalık kampanyaları	-
	Proaktif İletişim Stratejisi	Yasama süreçlerine katılım politika geliştirme	Politika yapıcılarla etkileşim yasama süreçlerine katılım	Politikacılarla etkileşim	Politika yapıcılarla sürekli diyalog yasal analizler	-
DEF						
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Dijital araçlarla bilgi erişimi	Medya ve halkla ilişkiler planlaması	Kırsal dijital bilgi merkezleri kurulumu	Dijital okuryazarlık programları	"MeraApp" ile bilgi sağlama
	Proaktif İletişim Stratejisi	Topluluk ağlarının desteklenmesi	Kriz anları ve beklenmedik durumlar	Uzak bölgelerde dijital programlar	COVID-19 bilgilendirme çalışmaları	Dijital atıkların sürdürülebilir yaklaşımı
IREX						
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim Stratejisi	Dijital medya destek stratejileri	Pandemi dönemi sanal eğitimler	İnternet projelerine destek	Sosyal medya ve dijital platformlar	Sosyal medya kampanyaları
	Proaktif İletişim Stratejisi	Liderlik ve toplum geliştirme	Changemaker destek programları	Yerel yönetimlerle iş birliği	Politikacılarla etkileşim	Sürekli diyalog ve etkileşim
Yeşilay						
İletişim Stratejileri	Dijital İletişim	Sosyal medya ve web tabanlı platformlar	Sosyal medya ve dijital platformlar	Online platformlar üzerinden bilgilendirici içerikler	Sosyal medya ve diğer dijital platformlar	Web sitesi yönetimi ve sosyal medya kampanyaları

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
	Proaktif İletişim	Bağımlılıkla mücadelede proaktif yaklaşımlar	COVID-19 sırasında alternatif çözümler	Proaktif yaklaşımların benimsenmesi	Proaktif yaklaşımlar ve politika önerileri	-

Tablo 12: STK'ların Karşılaştırmalı İletişim Stratejisi Ve Yıllar İçindeki Değişimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, dijital iletişim stratejisini dijital haklar ve internet erişimi bilgilendirmesi üzerine odaklanmıştır. Bu stratejide, internet bağımlılığını azaltmak amacıyla dijital haklar konusunda farkındalık yaratmayı hedeflemiştir. Ayrıca, APC'nin proaktif iletişim stratejisi topluluk ağlarının desteklenmesi ve dijital haklar savunuculuğunu içermektedir. Bu strateji, geniş bir topluluğu internet bağımlılığına karşı bilinçlendirme ve savunma çalışmalarını kapsamaktadır. ORG, dijital iletişim stratejisini sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma ve bilgi paylaşımı üzerine yoğunlaştırmıştır. Bu strateji, internet bağımlılığı konusunda geniş kitlelere ulaşmayı ve farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, ORG'nin proaktif iletişim stratejisi, yasama süreçlerine katılım ve politika yapımcılarla etkileşim üzerine kuruludur. Bu yaklaşım, internet bağımlılığıyla mücadele etmek için politika bazlı bir yöntem benimsemeyi hedeflemektedir. DEF, dijital iletişim stratejisi kapsamında kırsal dijital bilgi merkezleri kurulumu ve dijital okuryazarlık programları ile internet bağımlılığına karşı mücadelede daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflemektedir. Diğer yandan "MeraApp" gibi dijital araçlar kullanarak bilgi erişimini sağlamaktadır. DEF'in proaktif iletişim stratejisi ise kriz anları ve beklenmedik durumlarda bilgilendirme çalışmaları yapmayı içermektedir. Özellikle COVID-19 sürecinde aktif bilgilendirme ve destek sağlamıştır. Ayrıca, dijital atıkların sürdürülebilirliği konusunda da çalışmalar yürütmektedir. IREX, dijital iletişim stratejisi kapsamında pandemi dönemi sanal eğitimler ve internet projelerine destek ile dijital medya destek stratejileri yürütmektedir. Bu strateji, internet bağımlılığına karşı eğitim ve destek projeleri ile mücadele etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, IREX'in proaktif iletişim stratejisi liderlik ve toplum geliştirme programları ile yerel yönetimlerle iş birliği yaparak daha kapsamlı bir yaklaşım sergilemektedir. Politika yapımcılarla sürekli diyalog ve etkileşim içinde bulunarak internet bağımlılığına karşı etkili çözümler üretmeyi

amaçlamaktadır. Yeşilay, dijital iletişim stratejisi kapsamında sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden bilgilendirici içerikler paylaşarak geniş kitlelere ulaşmayı amaçlamaktadır. Web sitesi yönetimi ve sosyal medya kampanyaları aracılığıyla internet bağımlılığına karşı bilinçlendirme çalışmaları yürütmektedir. Yeşilay proaktif iletişim stratejisinde ise bağımlılıkla mücadelede proaktif bir yaklaşım benimsemiş özellikle COVID-19 sürecinde alternatif çözümler sunmuştur aynı zamanda politika önerileri geliştirmiş ve internet bağımlılığına karşı etkili mücadele yöntemleri ortaya koymuştur.

Genel olarak, APC ve ORG, dijital haklar ve internet erişimi konularına odaklanarak bilgilendirme ve savunuculuk faaliyetleri yürütmektedir. APC, topluluk ağlarını desteklerken, ORG sosyal medya üzerinden farkındalık yaratma stratejisini benimsemiştir. DEF, kırsal alanlara ve dijital okuryazarlık programlarına odaklanarak daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflemiştir. Ayrıca kriz anlarında bilgilendirme ve dijital atıkların sürdürülebilirliği konularında aktif rol almıştır. IREX, pandemi dönemi sanal eğitimler ve internet projelerine destek stratejileri ile daha spesifik hedefler belirlemiştir. IREX aynı zamanda yerel yönetimlerle iş birliği yaparak liderlik ve toplum geliştirme programları yürütmüştür. Yeşilay ise sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden geniş kitlelere ulaşmayı amaçlamaktadır. Yeşilay ek olarak bağımlılıkla mücadelede proaktif yaklaşımlar benimseyerek alternatif çözümler sunmuş ve politika önerileri geliştirmiştir. Sonuç olarak, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede benimsedikleri stratejiler, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. Dijital okuryazarlık, sosyal medya kampanyaları, politika geliştirme ve proaktif yaklaşımlar gibi farklı yöntemler kullanılarak geniş bir yelpazede çözümler sunulmaktadır.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Yerel ve uluslararası düzeyde paydaş iş birlikleri	Paydaşlarla iş birliği ve etkileşim	Paydaşlarla iş birliği ve kaynak paylaşımı	Çeşitli paydaşlarla iş birliği	-
ORG						
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Paydaşlarla etkileşim ve iş birlikleri	Çeşitli paydaşlarla iş birlikleri geliştirme	Paydaşlarla iş birlikleri geliştirme	Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi	-
DEF						
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Yerel ve uluslararası iş birlikleri	Asimetrik iletişim ve etkileşim	Geri bildirim temelli stratejiler	Geri bildirim temelli stratejiler	Geri bildirim temelli stratejiler
IREX						
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Paydaş iş birlikleri	Yerel ve ulusal düzeyde iş birlikleri	Topluluk ve ulusal bütünleşme	Paydaş iş birlikleri	Paydaş iş birlikleri
Yeşilay						
Halkla İlişkiler Modelleri	İki Yönlü Simetrik Model	Paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişi	Paydaşlarla etkileşim ve ortak hedeflere ulaşma	Paydaşların geri bildirimleriyle stratejilerin şekillendirilmesi	Paydaşlarla iş birliği içinde çözüm önerileri geliştirme	Hedef kitlenin geri bildirimleriyle politikaların şekillendirilmesi

Tablo 13: STK'ların İnternet Bağımlılığıyla Mücadele Stratejileri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, iki yönlü simetrik model kapsamında yerel ve uluslararası düzeyde paydaş iş birliklerine odaklanmıştır. 2019'dan itibaren paydaşlarla iş birliği ve etkileşim süreçlerini geliştirmiş ve bu iş birliklerini 2022 yılında çeşitli paydaşlarla genişletmiştir. Bu süreçte, kaynak paylaşımı ve iş birliklerinin güçlendirilmesi üzerine yoğunlaşmıştır.

ORG, iki yönlü simetrik model kapsamında paydaşlarla etkileşim ve iş birlikleri üzerine yoğunlaşmıştır. 2019'dan itibaren çeşitli paydaşlarla iş birliklerini geliştirmiş ve bilgi alışverişini artırmıştır. Her yıl paydaşlarla iş birliği süreçlerini güçlendirerek, halkla ilişkiler modellerini daha da etkin hale getirmiştir. DEF, başlangıçta iki yönlü simetrik model kapsamında yerel ve uluslararası iş birliklerine odaklanmış, ancak 2020 yılında asimetrik iletişim ve etkileşim modeline geçiş yapmıştır. 2021'den itibaren geri bildirim temelli stratejilere odaklanmış ve bu stratejiyi 2023'e kadar sürdürmüştür. Bu yaklaşım, paydaşların geri bildirimlerine dayalı olarak çalışmalarını şekillendirmelerini sağlamıştır. IREX, iki yönlü simetrik model kapsamında paydaş iş birlikleri üzerine odaklanmıştır. 2019'dan itibaren yerel ve ulusal düzeyde iş birliklerini geliştirerek topluluk ile ulusal bütünleşme süreçlerine odaklanmıştır. 2022 ve 2023 yıllarında da bu paydaş iş birliklerini sürdürmüştür. IREX, sürekli olarak topluluk ve ulusal düzeyde iş birliklerini geliştirmeye çalışmıştır. Yeşilay, iki yönlü simetrik model kapsamında paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişine odaklanmıştır. 2019'dan itibaren paydaşlarla etkileşim ve ortak hedeflere ulaşmayı amaçlamış ve 2021'den itibaren paydaşların geri bildirimleriyle stratejilerini şekillendirmiştir. 2022'de çözüm önerileri geliştirme ve 2023'te hedef kitlenin geri bildirimleriyle politikaların şekillendirilmesine odaklanmıştır.

Genel olarak, APC ve ORG, iki yönlü simetrik model üzerinden paydaş iş birliklerini geliştirmeye odaklanmıştır. APC, uluslararası ve yerel paydaşlarla iş birliklerine ağırlık verirken, ORG daha çok çeşitli paydaşlarla bilgi alışverişi ve iş birliği süreçlerini geliştirmiştir. DEF, 2020'de asimetrik iletişim ve etkileşim modeline geçiş yaparak farklı bir yol izlemiş, 2021'den itibaren geri bildirim temelli stratejilere odaklanarak paydaş geri bildirimlerini merkeze almıştır. Bu, DEF'in diğer STK'lara göre daha esnek ve geri bildirim odaklı bir yaklaşım benimsediğini göstermektedir. IREX, paydaş iş birlikleri ve topluluk ile ulusal bütünleşme süreçlerine odaklanmıştır. 2022 ve 2023 yıllarında paydaş iş birliklerini sürdürerek, sürekli bir bütünleşme ve iş birliği yaklaşımı benimsemiştir. Yeşilay, paydaşlarla iş birlikleri ve bilgi alışverişine odaklanmış ve zamanla geri bildirimlerle stratejilerini şekillendirmiştir. 2023'te hedef kitlenin geri bildirimleriyle politikalarını şekillendirmeye yönelmiştir. Bu, Yeşilay'ın paydaşlarla etkileşimi ve geri bildirimlere verdiği önemi vurgulamaktadır. Sonuç olarak, STK'ların halkla ilişkiler modellerinde benimsedikleri yaklaşımlar, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. APC ve ORG, paydaş iş birliklerine odaklanırken, DEF geri

bildirim temelli stratejilere ağırlık vermiştir. IREX, topluluk ve ulusal düzeyde iş birliklerini geliştirmiş, Yeşilay ise geri bildirimlere dayalı politikalar oluşturmuştur.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Spektrum yönetimi ve internet politikaları danışmanlığı	Dijital dışlanma ve erişim danışmanlığı	Dijital dışlanma danışmanlığı	Dijital dışlanma ve insan hakları danışmanlığı	-
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Projelerin ve başarıların duyurulması	Dijital haklar ve adil internet erişimi çalışmalarının tanıtımı	Dijital haklar ve adil internet erişimi çalışmalarının tanıtımı	Dijital haklar ve internet erişimi çalışmalarının tanıtımı	-
ORG						
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Politika yapıcılarla danışmanlık ve sürekli diyalog	Politika yapıcılarla sürekli diyalog	Politika yapıcılarla sürekli diyalog danışmanlık hizmetleri	Politika yapıcılarla toplantılar danışmanlık hizmetleri	-
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Etkinlikler ve medya görünürlüğü	Etkinlikler ve medya görünürlüğü	Medya görünürlüğü ve etkinlikler	Medya görünürlüğü ve etkinlikler	-
DEF						
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Tavsiye	Dijital okuryazarlık danışmanlığı	Stratejik danışmanlık ve rehberlik	Toplum düzeyinde danışmanlık	Dijital danışmanlık hizmetleri	Dijital haklar ve erişim farkındalığı
	Kamuoyu Yaratma	Topluluk ağlarına dair bilgilendirme	Kurumsal imaj doğrultusunda içerik	Dijital teknolojilerin adil kullanımı	Farkındalık kampanyaları	Medya ve bilgi okuryazarlığı araçları
IREX						
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık ve Kamuoyu Yaratma	Yerel yönetimlerle danışmanlık	Genç liderler eğitimi	Eğitim sistemleri danışmanlığı	Politika danışmanlığı	Politika danışmanlığı

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
	Görünürlük ve Güvenilirlik Artırma	Eğitim ve bilgiye erişim	Medya ve eğitim iş birlikleri	Eğitim ve bilgiye erişim	Medya görünürlüğü	Medya görünürlüğü
Yeşilay						
Halkla İlişkiler İşlevleri	Danışmanlık	Danışmanlık hizmetleri	-	Danışmanlık ve rehberlik hizmetleri	Eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları	Danışmanlık ve destek hizmetleri
	İmaj Yönetimi	Kurumsal imaj ve itibar yönetimi	Uluslararası tanınırlık ve ödüller	Kurumun liderlik imajının güçlendirilmesi	Kurumun imajını güçlendirme faaliyetleri	Kurumsal imajı ve marka değerini artırma

Tablo 14: STK'ların Halkla İlişkiler Modellerinde Benimsedikleri Yaklaşımlar

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, danışmanlık ve kamuoyu yaratma stratejisi kapsamında, 2019'dan 2022'ye kadar dijital dışlanma ve insan hakları danışmanlığına odaklanmış ve spektrum yönetimi ile internet politikaları gibi konularda danışmanlık hizmetleri sunmuştur. Görünürlük ve güvenilirlik artırma stratejisiyle de projelerini ve başarılarını duyurmuş, dijital haklar ve internet erişimi çalışmalarının tanıtımına odaklanmıştır. ORG, danışmanlık ve kamuoyu yaratma stratejisi kapsamında, 2019'dan itibaren politika yapıcılarla sürekli diyalog ve danışmanlık hizmetleri sunarak sürekli bir etkileşim içinde olmuştur. Bu strateji, halkla ilişkiler işlevlerinin temelini oluşturmuştur. Görünürlük ve güvenilirlik artırma stratejisi ise etkinlikler ve medya görünürlüğü sayesinde ORG'nin görünürlüğünü artırmada önemli rol oynamıştır. Bu işlev, her yıl düzenli olarak sürdürülmüştür. DEF, danışmanlık ve tavsiye stratejisi kapsamında dijital okuryazarlık danışmanlığı ile başlayarak stratejik danışmanlık ve rehberlik hizmetleri sunmuş ve toplum düzeyinde danışmanlık sağlamıştır. Son yıllarda dijital haklar ve erişim farkındalığına odaklanmıştır. Kamuoyu yaratma stratejisi ise topluluk ağlarına dair bilgilendirme ile başlamış ve dijital teknolojilerin adil kullanımı ile medya okuryazarlığı araçları gibi konularla devam etmiştir. IREX, danışmanlık ve kamuoyu yaratma stratejisi kapsamında yerel

yönetimlerle danışmanlık ve genç liderler eğitimi gibi konularda hizmetler sunmuş, son yıllarda ise politika danışmanlığına odaklanmıştır. Görünürlük ve güvenilirlik artırma stratejisi ise eğitim ve bilgiye erişim ile medya iş birlikleri sayesinde IREX'in görünürlüğünü artırmada önemli rol oynamıştır. Yeşilay, danışmanlık stratejisi kapsamında 2019'dan itibaren danışmanlık hizmetleri sunmuş ve yıllar içinde bu hizmetleri genişleterek eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları düzenlemiştir. Son yıllarda ise danışmanlık ve destek hizmetlerine odaklanmıştır. İmaj yönetimi stratejisi ise kurumsal imaj ve itibar yönetimi ile başlamış, uluslararası tanınırlık ve ödüllerle devam etmiş ve liderlik imajının güçlendirilmesiyle sürmüştür. Yeşilay 2023 yılında ise kurumsal imajı ve marka değerini artırmaya odaklanmıştır.

Genel olarak, APC ve ORG, danışmanlık ve kamuoyu yaratma işlevlerinde benzer yaklaşımlar sergilemişlerdir. APC, dijital dışlanma ve insan hakları konularında yoğunlaşırken, ORG politika yapıcılarla etkileşim ve sürekli diyalog üzerine odaklanmıştır. Her iki STK da görünürlük ve güvenilirlik artırma çalışmalarına önem vermiştir. DEF, dijital okuryazarlık danışmanlığı ile başlayan süreçte, toplum düzeyinde danışmanlık hizmetleri sunmuş ve dijital haklar konusunda farkındalık yaratmıştır. Kamuoyu yaratma işlevlerinde ise, dijital teknolojilerin adil kullanımı ve medya okuryazarlığına odaklanmıştır. IREX, yerel yönetimlerle danışmanlık ve genç liderler eğitimi gibi konularda hizmetler sunmuş ve politika danışmanlığına odaklanmıştır. Görünürlük ve güvenilirlik artırma çalışmalarında ise, eğitim ve bilgiye erişim ile medya iş birliklerini sürdürmüştür. Yeşilay, danışmanlık hizmetlerinde geniş bir yelpazede hizmet sunmuş ve yıllar içinde bu hizmetleri genişleterek eğitim seminerleri ve atölye çalışmaları düzenlemiştir. İmaj yönetimi işlevlerinde ise, uluslararası tanınırlık ve liderlik imajının güçlendirilmesine odaklanmıştır. Sonuç olarak, STK'ların halkla ilişkiler işlevlerinde benimsedikleri yaklaşımlar, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. APC ve ORG, politika ve dijital haklar konularında danışmanlık hizmetleri sunarken, DEF ve IREX daha geniş toplum düzeyinde hizmetler sunmuşlardır. Yeşilay ise, danışmanlık ve imaj yönetimi işlevlerinde çeşitli stratejiler uygulamıştır.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
Halkla İlişkiler Türleri	İlişki Yönetimi	Küresel ve yerel düzeyde iş birlikleri	Diğer kuruluşlarla iş birlikleri	Sivil toplum ve hükümetlerle iş birlikleri	Sivil toplum, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birlikleri	-
	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın güçlendirilmesi	APC'nin liderliğini pekiştirme	APC'nin liderliğini ve etkisini pekiştirme	Kurumsal imajın güçlendirilmesi	-
ORG						
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imaj güçlendirme kampanyaları	Kurumsal imaj güçlendirme	Kurumsal imaj ve itibar kampanyaları	Kurumsal imaj güçlendirme çalışmaları	-
	İlişkiler Yönetimi	Ulusal ve uluslararası düzeyde iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri	-
DEF						
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın güçlendirilmesi	Kurumun kamuoyu nezdindeki imajını yönetme	Toplumsal imajı güçlendirme	İmaj yönetimi çalışmaları	Toplumsal imajı güçlendirme
	İlişki Yönetimi	Yerel ve uluslararası iş birlikleri	Etkili dijital haklar savunuculuğu	Paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler	Yerel girişimlere sponsorluk	Yerel topluluklarla iş birlikleri
IREX						
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları	Sosyal medya kampanyaları
	İlişkiler Yönetimi	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri	Eğitim ve medya sektörü iş birlikleri	Yerel hükümet ve eğitim iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri	Ulusal ve uluslararası iş birlikleri
Yeşilay						

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
Halkla İlişkiler Türleri	İmaj/İtibar Yönetimi	Kurumsal imajın ve liderliğin güçlendirilmesi	-	-	Kurumun olumlu bir imaj ve itibar oluşturması	-
	İlişki Yönetimi	Ulusal ve uluslararası düzeyde etkili ilişkiler	İç ve dış paydaşlarla ilişkilerin yönetimi	-	-	İç ve dış paydaşlarla ilişkilerin sistemli yönetimi

Tablo 15: STK'ların İmaj/İtibar Yönetiminde Benimsedikleri Yaklaşımlar

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, ilişki yönetimi stratejisi kapsamında küresel ve yerel düzeyde iş birlikleri ile başlamış, 2022 yılında sivil toplum, hükümetler ve uluslararası kurumlarla iş birliklerine odaklanmıştır. İmaj ve itibar yönetimi stratejisinde ise kurumsal imajın güçlendirilmesi üzerine odaklanmış, yıllar içinde liderlik ve etkisini pekiştirme çalışmalarını sürdürmüştür. ORG, imaj ve itibar yönetimi stratejisi kapsamında kurumsal imaj güçlendirme kampanyaları ile başlamış, 2021 yılında kurumsal imaj ve itibar kampanyalarına odaklanmış ve bu çalışmaları sürdürmüştür. İlişkiler yönetimi stratejisinde ise ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birliklerini her yıl düzenli olarak sürdürmüştür. DEF, imaj ve itibar yönetimi stratejisi kapsamında kurumsal imajın güçlendirilmesini öncelmiş ve toplumsal imajı güçlendirme çalışmalarını sürdürmüştür. 2022 ve 2023 yıllarında ise imaj yönetimi çalışmalarına devam etmiştir. İlişki yönetimi stratejisinde ise yerel ve uluslararası iş birlikleri yapmış, etkili dijital haklar savunuculuğu ve paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler üzerine odaklanmıştır. Son yıllarda yerel girişimlere sponsorluk yapmış ve topluluklarla iş birlikleri gerçekleştirmiştir. IREX, imaj ve itibar yönetimi stratejisi kapsamında sosyal medya kampanyalarına odaklanmış ve bu stratejiyi yıllar boyunca sürdürmüştür. İlişkiler yönetimi stratejisinde ise ulusal-uluslararası, eğitim ve medya sektörü ve yerel hükümet iş birlikleri yapmıştır. Son yıllarda ise ulusal ve uluslararası iş birliklerine geri dönmüştür. Yeşilay, imaj ve itibar yönetimi stratejisi kapsamında kurumsal imajın ve liderliğin güçlendirilmesine odaklanmış, 2022 yılında olumlu imaj ve itibar oluşturma çalışmaları

yapmıştır. İlişki yönetimi stratejisine bağlı olarak da ulusal ve uluslararası düzeyde etkili ilişkiler kurmuş, iç ve dış paydaşlarla ilişkilerin yönetimine odaklanmıştır. 2023 yılında ise ilişkilerin sistemli yönetimi üzerine çalışmalar yapmıştır.

Genel olarak, APC ve ORG, hem imaj/itibar yönetimi hem de ilişki yönetimi işlevlerinde aktif olarak çalışmışlardır. APC, küresel ve yerel iş birliklerine daha fazla odaklanırken, ORG ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yapmıştır. DEF, hem imaj yönetimi hem de ilişki yönetimi işlevlerinde geniş kapsamlı çalışmalar yapmıştır. Dijital haklar savunuculuğu ve toplumsal imajı güçlendirme konularında aktif rol oynamıştır. IREX, sosyal medya kampanyalarına sürekli olarak odaklanmış ve ulusal/uluslararası iş birlikleri üzerine çalışmalar yapmıştır. Eğitim ve medya sektörü iş birlikleri de dikkat çekicidir. Yeşilay, imaj/itibar yönetimi ve ilişki yönetimi işlevlerinde odaklanmış, özellikle iç ve dış paydaşlarla ilişkilerin sistemli yönetimine önem vermiştir. İmaj ve liderlik güçlendirme çalışmaları da dikkat çekicidir. Sonuç olarak, STK'ların halkla ilişkiler türlerinde benimsedikleri yaklaşımlar, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. APC ve ORG, hem imaj hem de ilişki yönetimine odaklanırken, DEF daha kapsamlı çalışmalar yapmış ve IREX sosyal medya kampanyalarına ağırlık vermiştir. Yeşilay ise ilişkilerin sistemli yönetimi ve imaj güçlendirme üzerine yoğunlaşmıştır.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
Halkla İlişkilerin Kampanya Araçları	Basın Bültenleri	Topluluk ağlarının önemi	Dijital dışlanma ve internet yönetimi	Stratejik plan ve dijital dışlanma mücadelesi	Dijital kapsayıcılık inisiyatifleri	-
	Konferanslar ve Seminerler	İnternet Governance Forums	Dijital dışlanma ve erişim	Dijital haklar ve internet yönetimi	İnsan hakları ve dijital dışlanma	-
	Görüşme ve Toplantı	Genel bilgi sağlama ve stratejik planlar hakkında bilgilendirme	-	-	-	-

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
ORG						
Halkla İlişkilerin Kampanya Araçları	Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı	Dijital haklar farkındalığı medya kampanyaları	Dijital haklar ve gizlilik kampanyaları	Medya etkileşimleri	Veri koruma reformu kampanyaları	-
	Konferanslar ve Seminerler	ORGCon etkinlikleri dijital haklar seminerleri	Dijital haklar ve gizlilik seminerleri	Dijital haklar ve gizlilik seminerleri	Dijital haklar ve veri koruma seminerleri	-
DEF						
Halkla İlişkilerin Kampanya Araçları	Görüşme-Toplantı	Kırsal bölgelerde dijital bağlantı	Ürün lansmanları ve duyurular	Politika yapıcılarla sürekli diyalog ve danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır	Dijital okuryazarlık ve erişim. Dijital haklar ve veri koruma konularında politika yapıcılarla sürekli diyalog ve danışmanlık hizmetleri sağlanmıştır	Eğitim amaçlı toplantılar
	Seminer	İnternet yönetim forumları	Bilgilendirme ve eğitim seminerleri	Pandemi sürecinde e-hizmetler	Ulusal ve uluslararası konferanslar	Dijital dahil olma projeleri
	Basın Bülteni	-	Bilgi vermek ve medya ile etkileşim sağlamak amacıyla kullanılmıştır	-	-	-
	Sosyal Medya	-	-	Gizlilik ve veri koruma reformları hakkında farkındalık yaratmak ve toplumu bilgilendirmek için sosyal medya kampanyaları yapılmıştır	-	-

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
	Sponsorluk	-	-	-	Dijital dahil olma projelerine ve yerel girişimlere sponsorluk sağlanmıştır	-
	Fuar-festival	-	-	-	Dijital teknolojilerin ve projelerin tanıtımı için ulusal ve uluslararası fuarlarda yer alınmıştır	-
	Konferans	-	-	-	Online güvenlik ve veri koruma konularında bilgilendirme sağlamak için düzenlenmiştir	Dijital dahil olma projeleri ve veri koruma konularında bilgilendirme sağlamak amacıyla düzenlenmiştir
IREX						
Halkla İlişkilerin Kampanya Araçları	Basın Bültenleri ve Görüşme-Toplantı	Medya kampanyaları ve basın açıklamaları	COVID-19 bilgilendirme	Bilgilendirme	Eğitim ve liderlik farkındalığı	Online Safety Bill bilgilendirme
	Konferanslar ve Seminerler	Liderlik ve yerel yönetim seminerleri	Liderlik ve medya okuryazarlığı	Eğitim ve liderlik	Eğitim liderlik ve medya	Dijital haklar ve veri koruma
Yeşilay						
Kampanya Araçları	Basın Bülteni	Toplumsal farkındalık artırma	Bağımlılıkla mücadele çalışmaları hakkında bilgi vermek ve toplumu bilinçlendirme amacıyla kullanılmıştır	-	-	-

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
	Sponsorluklar	Çeşitli etkinlikler ve kampanyalar	Uluslararası iş birlikleri	Dijital detoks ve sağlıklı internet kullanımı	-	Sağlık ve gençlik festivalleri
	Yarışmalar	-	-	-	-	Uluslararası Karikatür ve Sağlık Fikirler Yarışmaları
	Görüşme-Toplantı	Bağımlılıklara mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır	Bağımlılıklara mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır	Bağımlılıklara mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır	Bağımlılıklara mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır	Bağımlılıklara mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla yapılmıştır
	Konferans	-	Bağımlılıkla mücadele ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratmak amacıyla düzenlenmiştir	-	İnternet bağımlılığı farkındalık projelerinin tanıtımı ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratmak amacıyla gerçekleştirilmiştir	-
	Seminer	-	Toplumsal farkındalığı artırmak ve bilinçlendirme faaliyetlerini desteklemek amacıyla yapılmıştır	Toplumsal farkındalığı artırmak ve bilinçlendirme faaliyetlerini desteklemek amacıyla yapılmıştır	-	-

Tablo 16: STK'ların Etkinlik Yönetimi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, basın bültenleri stratejisi kapsamında 2019'dan itibaren topluluk ağlarının önemine odaklanmış ve 2022'de dijital kapsayıcılık inisiyatiflerine geçiş yapmıştır. Konferanslar ve seminerler stratejisi kapsamında ise 2019 yılında Internet Governance Forums ile başlamış, 2022 yılında insan hakları ve dijital dışlanma konularına odaklanmıştır. Görüşme ve toplantı stratejisi kapsamında 2019 yılında genel bilgi sağlama ve stratejik planlar hakkında bilgilendirme yapmıştır. ORG, basın bültenleri ve görüşme-toplantı stratejisi kapsamında 2019 yılında dijital haklar farkındalığı medya kampanyaları yapmış ve 2022 yılında veri koruma reformu kampanyalarına odaklanmıştır. Konferanslar ve seminerler stratejisi kapsamında ise 2019'dan itibaren dijital haklar ve gizlilik seminerleri düzenlemiştir. DEF, görüşme-toplantı stratejisi kapsamında 2019 yılında kırsal bölgelerde dijital bağlantı kurmuş ve 2023 yılında eğitim amaçlı toplantılara odaklanmıştır. Seminer stratejisi kapsamında 2019'dan itibaren internet yönetim forumları oluşturmuş ve 2023 yılında dijital dahil olma projeleri üzerine odaklanmıştır. Basın bülteni stratejisini, 2020 yılında bilgi vermek ve medya ile etkileşim sağlamak amacıyla kullanmıştır. Sosyal medya stratejisini ise 2021 yılında gizlilik ve veri koruma reformları hakkında farkındalık yaratmak için kullanmıştır. Sponsorluk stratejisi kapsamında, 2022 yılında dijital dahil olma projelerine ve yerel girişimlere sponsorluk sağlanmıştır. Fuar-festival stratejisine bağlı olarak 2022 yılında dijital teknolojilerin ve projelerin tanıtımı için ulusal ve uluslararası fuarlarda yer almıştır. Konferansları ise 2022 yılında online güvenlik ve veri koruma konularında bilgilendirme sağlamak amacıyla düzenlemiştir. IREX, basın bültenleri ve görüşme-toplantı stratejisi kapsamında 2019 yılında medya kampanyaları ve basın açıklamaları yapmıştır, 2023 yılında da Online Safety Bill bilgilendirme çalışmalarında bulunmuştur. Konferanslar ve seminerler stratejisiyle 2019'dan itibaren liderlik ve yerel yönetim seminerleri düzenlemiş, 2023 yılında da dijital haklar ve veri koruma konularına odaklanmıştır. Yeşilay, basın bülteni stratejisi kapsamında 2019 yılında toplumsal farkındalık artırma konularına odaklanmış ve 2020 yılında bağımlılıkla mücadele çalışmaları hakkında bilgi vermiştir. Sponsorluklar stratejisiyle, 2019'dan itibaren çeşitli etkinlikler ve kampanyalar ile düzenlemiş, 2023 yılında sağlık ve gençlik festivallerine sponsorluk sağlamıştır. Yarışmalar stratejisi kapsamında, 2023 yılında uluslararası karikatür ve sağlıklı fikirler yarışmaları düzenlemiştir. Görüşme-toplantı stratejisi ise 2019'dan itibaren bağımlılıklarla mücadelede stratejilerin geliştirilmesi ve paydaşlarla iş birliği sağlanması amacıyla

yapılmıştır. Diğer taraftan konferans stratejisi, 2020 yılında bağımlılıkla mücadele ve dijital sağlık konularında farkındalık yaratmak amacıyla düzenlenmiştir. Son olarak seminer stratejisi ise 2020 yılında toplumsal farkındalığı artırmak ve bilinçlendirme faaliyetlerini desteklemek amacıyla yapılmıştır.

Genel olarak, APC ve ORG, dijital haklar ve internet erişimi konularına odaklanarak farklı halkla ilişkiler kampanya araçları kullanmışlardır. APC, topluluk ağları ve dijital kapsayıcılık inisiyatifleri üzerine yoğunlaşırken, ORG dijital haklar ve gizlilik seminerleri düzenlemiştir. DEF, geniş bir yelpazede halkla ilişkiler kampanya araçları kullanarak dijital haklar, veri koruma ve eğitim konularına odaklanmıştır. Görüşme-toplantı, seminer, basın bülteni, sosyal medya, sponsorluk, fuar-festival ve konferans gibi çeşitli araçlar kullanmıştır. IREX, medya kampanyaları ve liderlik seminerlerine odaklanmış, COVID-19 sürecinde bilinçli internet kullanımı gibi spesifik konulara yönelik kampanyalar yürütmüştür. Yeşilay, bağımlılıkla mücadele ve dijital sağlık konularında halkla ilişkiler kampanya araçlarını kullanmıştır. Basın bülteni, sponsorluk, yarışmalar, görüşme-toplantı, konferans ve seminer gibi çeşitli araçlar kullanarak toplumsal farkındalık yaratmayı hedeflemiştir. Son olarak, STK'ların halkla ilişkiler kampanya araçlarında benimsedikleri yaklaşımlar, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. APC ve ORG, dijital haklar konularına odaklanırken, DEF daha geniş bir yelpazede çeşitli araçlar kullanmıştır. IREX, medya kampanyaları ve liderlik seminerlerine odaklanmış, Yeşilay ise bağımlılıkla mücadele ve dijital sağlık konularında çeşitli kampanya araçları kullanmıştır.

Kategori	Alt Kategori	2019	2020	2021	2022	2023
APC						
Halkla İlişkiler Karmaşı	Kamu Yararına Faaliyetler	Dijital erişim ve haklar savunuculuğu	Yapısal eşitsizliklerle mücadele	Yapısal eşitsizliklerle mücadele	Dijital teknolojilerle yapısal eşitsizlik mücadelesi	-
ORG						
Halkla İlişkiler Karmaşı	Kamu Yararına Faaliyetler	İnternet güvenliği ve dijital özgürlükler eğitimi	Gizlilik ve veri koruması eğitimleri	Gizlilik odaklı eğitimler	Veri koruma ve dijital haklar eğitimleri	-
DEF						
Halkla İlişkiler Karmaşı	Kurumsal Reklamcılık	Sanatkarların dijital güçlenmesi	Marka bilinirliği ve imaj güçlendirme	Çeşitli medya tanıtımları	Medya duyuruları ve reklamlar	Toplum bilgilendirme ve katılımı
	Kamu Yararına Faaliyetler	Dijital erişim savunuculuğu	Politik etkileşim ve destek	Dijital Bilgi Kaynak Merkezleri	"İnternet Roshni" projesi	"Digital Green Prakriya" inisiyatifi
IREX						
Halkla İlişkiler Karmaşı	Kamu Yararına Faaliyetler	Gençlik eğitimi ve yerel yönetimler	Gençlik eğitimi ve liderlik	Gençlik eğitimi ve medya destek	Gençlik eğitimi ve medya destek	Eğitim liderlik geliştirme ve medya destek
Yeşilay						
Halkla İlişkiler Karmaşı	Kurumsal Reklamcılık	Yeşilay genel reklam aktiviteleri	Yeşilay'ın genel reklam aktiviteleri	İnternet bağımlılığına yönelik reklam kampanyaları	İnternet güvenliği ve sağlıklı kullanımını güçlendirme	Medya ve internet üzerinden reklam kampanyaları
	Lobicilik	-	-	İnternet güvenliği ve sağlıklı kullanım standartları	İnternet sağlık ve güvenlik düzenlemeleri	Yerel ve uluslararası düzeyde savunuculuk ve iş birliği

Tablo 17: STK'ların Halkla İlişkiler Kampanya Araçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

APC, kamu yararına faaliyetler stratejisi kapsamında dijital erişim ve haklar savunuculuğu ile başlayarak, yıllar içinde yapısal eşitsizliklerle mücadele konusuna odaklanmıştır. 2022 yılında dijital teknolojilerle yapısal eşitsizlik mücadelesine geçiş yapmıştır. ORG, kamu yararına faaliyetler stratejisi kapsamında internet güvenliği ve dijital özgürlükler eğitimi ile başlayarak, gizlilik ve veri koruması eğitimleri ve gizlilik odaklı eğitimler gibi konulara odaklanmıştır. 2022 yılında veri koruma ve dijital haklar eğitimleri düzenlemiştir. DEF, kurumsal reklamcılık stratejisi kapsamında sanatkarların dijital güçlenmesi ile başlayarak, marka bilinirliği ve imaj güçlendirme, çeşitli medya tanıtımları, medya duyuruları ve reklamlar gibi konulara odaklanmıştır. 2023 yılında toplum bilgilendirme ve katılımını hedeflemiştir. Kamu yararına faaliyetler stratejisi ise dijital erişim savunuculuğu ile başlamış, politik etkileşim ve destek, dijital bilgi kaynak merkezleri, "Internet Roshni" projesi ve "Digital Green Prakriya" inisiyatifi gibi projeleri gerçekleştirmiştir. IREX, kamu yararına faaliyetler stratejisi kapsamında gençlik eğitimi ve yerel yönetimlerle başlayarak, gençlik eğitimi ve liderlik, medya destek ve eğitim liderlik geliştirme gibi konulara odaklanmıştır. 2023 yılında da eğitim liderlik geliştirme ve medya destek faaliyetlerine devam etmiştir. Yeşilay, kurumsal reklamcılık stratejisi kapsamında genel reklam aktiviteleri ile başlayarak, internet bağımlılığına yönelik reklam kampanyaları ve internet güvenliği ve sağlıklı kullanımı güçlendirme gibi konulara odaklanmıştır. 2023 yılında medya ve internet üzerinden reklam kampanyaları düzenlemiştir. Lobicilik stratejisi kapsamında ise, 2021 yılında internet güvenliği ve sağlıklı kullanım standartları üzerinde çalışmış, 2022 yılında internet sağlık ve güvenlik düzenlemelerine odaklanmış ve 2023 yılında yerel ve uluslararası düzeyde savunuculuk ve iş birliği yapmıştır.

Genel olarak, APC ve ORG, kamu yararına faaliyetlerde dijital erişim ve haklar konularına odaklanmışlardır. APC, yapısal eşitsizliklerle mücadeleye yoğunlaşırken, ORG gizlilik ve veri koruması eğitimlerine odaklanmıştır. DEF, hem kurumsal reklamcılık hem de kamu yararına faaliyetlerde geniş bir yelpazede çalışmalar yapmıştır. Sanatkarların dijital güçlenmesi, marka bilinirliği, dijital bilgi kaynak merkezleri ve çeşitli projelerle toplumu bilgilendirme ve katılımı hedeflemiştir. IREX, gençlik eğitimi ve liderlik üzerine odaklanmış, medya destek ve eğitim liderlik geliştirme konularında faaliyetler yürütmüştür. Yeşilay, kurumsal reklamcılık ve lobicilik faaliyetlerinde internet

güvenliği ve sağlıklı kullanım konularına odaklanmış, reklam kampanyaları ve savunuculuk çalışmaları yapmıştır. Sonuç olarak, STK'ların halkla ilişkiler karmasında benimsedikleri yaklaşımlar, hedef kitleleri ve odak noktalarına göre çeşitlilik göstermektedir. APC ve ORG, dijital haklar ve eğitim konularına odaklanırken, DEF geniş kapsamlı projeler yürütmüştür. IREX, gençlik eğitimi ve liderlik geliştirme konularında çalışmış, Yeşilay ise internet güvenliği ve sağlıklı kullanım konularında faaliyetler yürütmüştür.

SONUÇ

Halkla İlişkiler Ekosistemi (HİE), sivil toplum örgütlerinin internet bağımlılığı ile mücadele amacıyla kullandıkları halkla ilişkiler stratejileri aracılığıyla toplumsal hedeflerine erişmelerini sağlayan bir yapıdır. İnternet bağımlılığına yönelik mücadelede kullanılan yöntemlerin halkla ilişkiler alanına olan katkılarını incelemeyi ve bu doğrultuda işlevsel bir model geliştirmeyi amaçlayan bu çalışma, belirli sivil toplum örgütlerini ve internet bağımlılığı kavramını detaylı bir şekilde ele almıştır. Ayrıca, çeşitli sivil toplum örgütlerinin son beş yılda gerçekleştirdikleri faaliyetler değerlendirilmiş ve bu bilgiler doğrultusunda Türkiye'deki sivil toplum örgütlerine yönelik olarak bir Halkla İlişkiler Ekosistemi modeli önerisi sunulmuştur.

Çalışmanın ilk bölümü, internet bağımlılığı konusunu çok yönlü bir şekilde ele alarak, internet bağımlılığı tanımını, bu bağımlılığın evrelerini, alt gruplarını ve bireyler üzerindeki etkilerini incelemektedir. Ardından internet bağımlılığına yönelik çeşitli teorik yaklaşımlar; Young'un dört kategori yaklaşımı, Grohol'un sosyalleşme yaklaşımı, Caplan'ın psikolojik yaklaşımı ve Suler'in psikoanalitik yaklaşımı gibi önemli teoriler aracılığıyla tartışılmaktadır. Ayrıca, STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelede nasıl stratejik ve etkili bir rol oynayabileceği üzerinde durulmakta, bu kuruluşların toplum içindeki farkındalık yaratma ve çözüm sunma kapasiteleri vurgulanmaktadır. Bu bölüm, internet bağımlılığının sosyal ve bireysel boyutlarını kapsamlı bir şekilde ele alarak, bu alanda çalışan STK'ların müdahale yöntemleri ve stratejileri ile bağımlılıkla mücadeledeki önemlerini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, STK'ların internet bağımlılığı ve halkla ilişkiler uygulamaları konularında yarattıkları farkındalık ve bu alanda sundukları etkili çözüm yolları detaylı bir şekilde incelenmektedir. Çalışmada, STK'ların kullandığı halkla ilişkiler araçları, halkla ilişkilerin rolü ve işlevi, STK'larda kullanılan halkla ilişkiler türleri, iletişim stratejileri ve halkla ilişkiler karmasının oluşumu kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Ardından, sivil toplumun yapı taşları, gelişimi ve tarihsel süreç içinde Marx, Gramsci ve Hegel perspektifinden sivil toplumun ele alınışı, Osmanlı Devleti ve Türkiye özelinde sivil toplumun evrimi ve karşılaştığı problemler incelenmiştir. Bu bağlamda, ilk bölüm sivil toplum kuruluşlarının toplumsal sorunlara müdahaledeki rollerini ve halkla ilişkiler stratejilerini kullanarak nasıl etkin çözümler üretebileceklerini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın amacı, kullanılan yöntem, kapsam, sınırlılıklar, evren ve örnekleme yöntemleri açıkça tanımlanmıştır. Araştırma verileri, Maxqda programı kullanılarak altı farklı tema ve bunların alt temaları altında analiz edilmiştir. Bölümün ikinci kısmında ise, elde edilen bulgular doğrultusunda STK'ların uygulayabileceği bir Halkla İlişkiler Ekosistemi modeli önerilmektedir. Bu model, internet bağımlılığıyla mücadele süreçlerinde izlenecek stratejik bir yol haritası sunmayı amaçlamakta olup, halkla ilişkiler uygulamalarını etkili bir şekilde halka ve ilgili paydaşlara sunmayı hedeflemektedir. Bu bölüm, STK'ların halkla ilişkiler stratejilerini nasıl daha etkin kullanabilecekleri konusunda kapsamlı bir rehber sunmaktadır.

Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, bir sivil toplum kuruluşu için internet bağımlılığı gibi önemli bir sosyal sorunla etkili bir şekilde mücadele edebilmesi, iletişim stratejisine bağlıdır. İletişim stratejisi, bir yol haritası görevi görmektedir. Bu yol haritası stratejisi içerisinde yer alan dijital, proaktif, reaktif ve KSS gibi bileşenler, kuruluşun amaçlarına ulaşmasında önemli roller üstlenmektedir. Dijital iletişim stratejisinin kullanımı, hedef kitleyle etkileşimde bulunma ve geribildirim izleme açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda, Bălăcescu (2021) ve Hall ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmalar, STK'ların dijital iletişim stratejilerini izleme, özelleştirilmiş mesajların iletilmesi ve etkileşim açısından kullanılmasının neden önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ortaya koyduğu model, kuruluşların hedef kitleleriyle etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayan stratejik ve bütünsel bir yaklaşımdır. Proaktif, reaktif ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) stratejilerinin bu ekosistemdeki kullanımının önemi, kuruluşların farklı durumlara ve ihtiyaçlara uygun olarak dinamik bir iletişim ortamı oluşturmasına olanak tanır. Bu bağlamda, STK'larda proaktif ve reaktif stratejinin kullanılmasına yönelik bulguları Moshtari ve Vanpoucke (2021) çalışması benzer şekilde desteklemektedir. Ayrıca, STK'ların kullandığı KSS stratejisinin imaj ve itibarını artırmaya yönelik olumlu etkilerini destekleyen bulguları Winston (2002) ve Chaudhri ile Hein (2021) çalışmaları da ortaya koymaktadır.

Bir kuruluşun hedef kitesiyle nasıl iletişim kuracağını belirleyen çeşitli halkla ilişkiler modellerini içeren Halkla İlişkiler Ekosistemi modeli kuruluşların iletişim ve etkileşim stratejilerini şekillendirmede büyük rol oynamaktadır. Çalışmanın bulguları, iki yönlü simetrik modeli benimseyen kuruluşların diyalog ve anlayış üzerine kurulu olduğunu göstermektedir; bu bağlamda Burchell ve Cook'un (2013) çalışması da bu sonuçları

desteklemektedir. STK'lar, iki yönlü asimetrik modeli hedef kitlelerini ikna etmek amacıyla özellikle bilinçlendirme ve eğitim kampanyalarında etkili bir şekilde kullanmaktadır; bu da Nordström'ün (2012) çalışması tarafından desteklenen bir bulgudur. Tez çalışmamda, STK'ların basın ajansı modeliyle bağımlılığı engellemeye yönelik olarak basın bültenlerini tek yönlü iletişim aracı olarak kullandıkları görülmektedir; bu bulgu yine Nordström'ün (2012) çalışmasıyla desteklenmektedir.

Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde halkla ilişkiler işlevinin doğru kullanımı, STK'ların etkin işleyişinde ve amaçlarına ulaşmalarında kilit rol oynar. Bu modelde danışmanlık, kamuoyu yaratma, güvenilirlik ve görünürlük artırma gibi işlevler, kuruluşların stratejik iletişimlerini güçlendirir ve toplumsal etkilerini arttırmaktadır. STK'ların güvenilir bir kurum imajı oluşturma ve daha geniş kitlelere ulaşmak için halkla ilişkiler işlevlerinden görünürlük sağlama ve güvenilirlik artırma işlevlerinden yararlandığı görülmektedir. Bu bağlamda, Bhati (2013) ve Shamsan ile Otieno'nun (2015) vaka analizi çalışmaları, stratejik halkla ilişkiler kullanımının görünürlük ve güvenilirlik arttırmada pozitif etki oluşturduğunu göstermektedir. STK'lar, bağımlılıkla mücadelede kamuoyu yaratma ve danışmanlık işlevlerini kullanarak politika yapıcılara öneri ve tavsiyeler sunmanın yanı sıra farkındalık yaratmaktadır. Macnamara (2016), çalışmasında STK'ların kamuoyu oluşturma süreçlerinde danışmanlığın önemini ve halkla ilişkilerin rolünü vurgular. Bu bağlamda elde edilen bulguların alanyazınla desteklendiği görülmektedir.

Halkla ilişkiler türleri Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinde, kuruluşların belirli hedeflere ulaşmaları için özel stratejiler geliştirmelerine yardımcı olur. İmaj/itibar yönetimi, ilişki yönetimi, bilgilendirme ve ikna gibi türler, kuruluşların iletişim stratejilerini daha etkili bir şekilde yönlendirir. Modelde, ilişki yönetimi ve imaj/itibar yönetimi üzerine odaklanarak, hedef kitleleriyle sürekli etkileşimde kalınır ve kurumun kamuoyundaki algısı yönetilir. Shamsan ile Otieno'nun (2015) vaka analizi çalışması, STK'ların kullandığı halkla ilişkiler türünün toplumsal algıları ve etkileşimleri yönetmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca, STK'ların bilgilendirme ve ikna stratejileriyle farkındalık yaratma, davranış değişikliği ve destek sağlama gibi amaçlarına ulaşmaya çalışılmaktadır. Bu bulgu, Reddi'nin (2019) çalışması tarafından da desteklenmektedir.

Kurumların hedef kitleleriyle etkili bağlar kurmalarını ve mesajlarını etkin şekilde yaymalarını sağlayan halkla ilişkiler kampanya araçlarının entegre olarak kullanılması

Halkla İlişkiler Ekosistemi modelinin bir parçasıdır. Bu araçların bir araya getirilmesi, bütünsellik ve uyum içinde bir iletişim stratejisi meydana getirir. Bu strateji, kampanyanın verimliliğini yükselterek organizasyonun iletişim hedeflerine ulaşmasına ciddi bir katkı sunar.

Halkla ilişkiler karması, bir organizasyonun genel stratejisini desteklemek amacıyla çeşitli yöntem ve aktiviteleri içerir. Bu yöntemlerin çeşitliliği, organizasyonun hedeflerine uygun olarak esnek ve dinamik bir strateji oluşturmasına imkan sağlar. Organizasyon, çeşitli halkla ilişkiler aktivitelerini koordineli bir şekilde yürüterek aralarında sinerji oluşturur ve bu sinerji toplum üzerindeki etkisini en üst düzeye çıkarır. Bu kapsayıcı strateji, organizasyonun farklı hedef kitlelere erişimini, itibarını sürdürmesini ve stratejik amaçlarına ulaşmasını sağlayarak kurumsal sosyal etkisini güçlendirir.

Sonuç olarak, bu model, sivil toplum kuruluşlarının (STK) internet bağımlılığına yönelik faaliyetlerinde toplumsal farkındalık yaratma hedefini destekler. İnternet kullanımının sağlıklı sınırlarını belirlemek ve bağımlılık yapan davranışların belirtilerini açıklayarak hedef kitleleri bilgilendirir. Model, bireylerin internet kullanım alışkanlıklarını sağlıklı normlara dönüştürmelerine yardımcı olacak motivasyon ve araçlar sunar. Toplumsal destek mekanizmalarını, destek grupları ve danışmanlık hizmetleri gibi kaynaklarla güçlendirir. Yerel yönetimler, eğitim kurumları ve diğer STK'lar ile kurulan iş birlikleri sayesinde kampanyanın daha geniş kitlelere ulaşmasını ve derinlemesine etki yaratmasını sağlar. Ayrıca, internet bağımlılığına yönelik politikaların ve yönetmeliklerin geliştirilmesine katkı sağlayacak politika ve düzenleme önerileri geliştirir. Model, mevcut destek servisleri ve müdahale programlarını tanıtarak, etkilenen bireylerin yardım almasını ve toplumun bu konuda daha bilinçli hale gelmesini teşvik eder. Bu çerçevede, STK'ların internet bağımlılığı ile mücadelede kapsamlı bir yaklaşım benimsemelerini ve etkili bir halkla ilişkiler kampanyası yürütmelerini sağlar.

Öneriler

Bu bölümde STK'ların internet bağımlılığıyla mücadelesinde iletişim stratejileri, halkla ilişkiler modeli, halkla ilişkiler işlevleri, halkla ilişkiler türü, halkla ilişkiler kampanya araçları ve halkla ilişkiler karması kapsamında halkla ilişkilerden nasıl faydalanabilecekleri konusunda öneriler bulunmaktadır:

- Halkla ilişkiler ekosistemi modelinden yola çıkılarak bir STK'nın halkla ilişkiler karmasına nasıl ulaşabileceğinin analizi yapılabilir.
- STK'ların halkla ilişkilerin sürdürülebilirliğini sağlaması için halkla ilişkiler ekosistem modelinden nasıl faydalanabileceğinin analizini yapabilir.
- Halkla ilişkiler ekosistemi modeli çerçevesinde lobicilik yapılırken sürdürülebilirlik analizleri yapılabilir
- Yeşil halkla ilişkiler çerçevesinde halkla ilişkiler ekosistemi nasıl oluşturulabilir?
- Kurumsal imaj yönetiminde halkla ilişkiler ekosistemi nasıl ölçümlenebilir?
- İmaj ve itibar yönetiminde halkla ilişkiler ekosistemi modelinden nasıl yararlanılabilir?

Sonuç olarak, STK'lar, internet bağımlılığı ile mücadelede dijital ve proaktif iletişim stratejilerini kullanmalıdır. Sosyal medya kampanyaları ve topluluk ağları ile iş birliği yaparak, geniş kitlelere ulaşmalıdır. Yanı sıra iki yönlü simetrik model ve ilişki yönetimi, internet bağımlılığı ile mücadelede etkili olacaktır. Paydaşlarla sürekli etkileşim içinde olarak, geri bildirimleri değerlendirerek stratejilerini şekillendirebilirler. Ayrıca, danışmanlık ve kamuoyu yaratma işlevleri ile politika yapıcıları ve toplumu bilinçlendirebilirler. Görünürlük ve güvenilirlik artırma çalışmalarıyla da yaptıkları çalışmalarını kamuoyuna duyurabilirler. Ek olarak, kurumsal reklamcılık ve lobicilik faaliyetleri ile internet bağımlılığına karşı farkındalık yaratabilirler. Reklam kampanyaları ve lobicilik çalışmaları ile geniş kitlelere ulaşabilirler. Basın bültenleri, konferanslar, seminerler ve sosyal medya kampanyaları ile internet bağımlılığı konusunda farkındalık yaratabilirler. Sponsorluklar ile toplumsal desteği artırabilirler. Kamu yararına faaliyetler ve kurumsal reklamcılık ile toplum bilgilendirme ve katılımı artırabilirler. Dijital haklar ve erişim konularında savunuculuk yaparak, yapısal eşitsizliklerle mücadele edebilirler.

KAYNAKÇA

- Acar, F. (2010). Türkiye’de Kadınların İnsan Hakları: Uluslararası Standartlar, Hukuk ve Sivil Toplum. *Kadın Hakları Uluslararası Hukuk ve Uygulama*, 13, 22.
- Akçeşme, F. (2013). Sivil Toplum ve Türkiye Cumhuriyeti’ndeki Yeri. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(4), 202-225.
- Akpınar Aydoğmuş, E. N., & Özden Yıldırım, M. S. (2019). A Mediator Role Of Social Media Attitudes On The Relationship Of Problematic Internet Use With Social Safeness And Pleasure In Adolescents. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Alkhabbas, F., Spalazzese, R., & Davidsson, P. (2017, April). Architecting emergent configurations in the internet of things. In *2017 IEEE International Conference on Software Architecture (ICSA)* (pp. 221-224). IEEE.
- Anderson, J. (2001). Hegel's Implicit View on How to Solve the Problem of Poverty: The Responsible Consumer and the Return of the Ethical to Civil Society. *Proceedings of the Hegel Society of America*, 15, 185-205.
- Anheier, H., Glasius, M., & Kaldor, M. (2001). Introducing global civil society. *Global civil society*, 2001, 3-22.
- Anjum, T. (2010). Historical Trajectory of the Development of the Concept of Civil Society in Europe: From Aristotle to Gramsci. *Journal of Political Studies*, 17(2), 147.
- Arato, A. (2014). A reconstruction of Hegel's theory of civil society. In *Hegel and legal theory* (pp. 301-320). Routledge.
- Arslan, S. (2018). Osmanlı’dan günümüze sivil toplum kuruluşları ve vatandaşlık eğitimine katkıları. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 59-76.
- Arslaner, N., & Hamdemir, B. (2007). Küreselleşmenin sivil toplum siyaseti. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 12-23.
- Aslan, A., & Karakuş Yılmaz, T. (2017). Türkiye’de Güvenli İnternet Kullanımına Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamalar. *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (53).
- Aslan, S. (2010). Sivil Toplum ve Demokrasi Civil Society And Democracy. *Sivil Toplum*, 15(2), 357-374.
- Aslan, S. (2010). Sivil toplum: Kavramsal değişim ve dönüşüm. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 188-212.

- Aslan, S. (2010). Türkiye'de sivil toplum. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(31), 260-283.
- Atiker, E. (2012). Sivil toplum perspektifleri. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(6), 13-20.
- Ayaz, M., Ammad-Uddin, M., Sharif, Z., Mansour, A., & Aggoune, E. H. M. (2019). Internet-of-Things (IoT)-based smart agriculture: Toward making the fields talk. *IEEE access*, 7, 129551-129583.
- Aziz, N., Wal, A., Wal, P., & Bhalla, R. (2020). internet addiction in india: Its current prevalence and psychological and complementary treatment techniques. *Current Psychiatry Research and Reviews Formerly: Current Psychiatry Reviews*, 16(1), 20-30.
- Bălăcescu, A. (2021). Visibility and communication of small NGOs in the context of digital transformation. *Journal of Research and Innovation for Sustainable Society*, 3(2), 201-208.
- Barbak, A. (2015). Sivil Kontrol Kavramının 17'nci Yüzyıldan Günümüze Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 70(4), 869-902.
- Bartlett, D. M. (2000). Civil society and democracy: A Zambian case study. *Journal of Southern African Studies*, 26(3), 429-446.
- Baturay, M. H., & Toker, S. (2019). Internet addiction among college students: Some causes and effects. *Education and Information Technologies*, 24, 2863-2885.
- Bayhan, V. (2002). Demokrasi ve sivil toplum örgütlerinin engelleri: Patronaj ve nepotizm. *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 1-13.
- Beaudoin, J. P. (2004). Non-governmental organisations, ethics and corporate public relations. *Journal of Communication Management*, 8(4), 366-371.
- Bernhard, M. (1993). Civil society and democratic transition in East Central Europe. *Political science quarterly*, 108(2), 307-326.
- Bhati, A. (2013). Role of Public Relations for effective communication in NGOs. *International Journal of Scientific Reseaches/Anshu Bhati*, 2(11), 338-340
- Bıçakçı, A. B. (2021). Halkla ilişkiler lisans eğitiminde sivil toplum kuruluşları ile iş birliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 293-309.
- Biber, A. (2009). Türkiye'de Sivil Alanın Darlığının Tarihsel Nedenleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(3), 27-42.
- Bobbio, N. (2014). Gramsci and the conception of civil society. In *Gramsci and Marxist theory* (pp. 21-47). Routledge.

- Bosch, T., Chuma, W., Wasserman, H., & Pointer, R. (2019). Creativity and strategy: How civil society organizations communicate and mobilize in Egypt, Kenya, Serbia and South Africa. In K. Voltmer, C. Christensen, I. Neverla, N. Stremlau, B. Thomass, N. Vladislavjević, & H. Wasserman (Eds.), *Media, communication and the struggle for democratic change*. Palgrave Macmillan.
- Bozkanat, E. (2020). Sivil Toplum kuruluşlarının sosyal medyada ilişki kurma ve iletişim stratejileri: Yeşilay Türkiye Facebook sayfası örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 149-168.
- Bozkurt, H., Şahin, S., & Zoroğlu, S. (2016). İnternet bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(3), 235-247.
- Boztepe, H. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarında Halkla İlişkiler: Kurumsal Web Sayfalarının Bağışçı İlişkileri Açısından Fon Sağlama Aracı Olarak Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(4), 150-168.
- Bulovsky, A. (2019). Authoritarian communication on social media: The relationship between democracy and leaders' digital communicative practices. *International Communication Gazette*, 81(1), 20- 45.
- Buluş, A. (2009). Sivil Toplum Kuruluşlarına Tarihsel Bir Örnek: Osmanlı Vakıfları. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 20-36.
- Burchell, J., & Cook, J. (2013). Sleeping with the enemy? Strategic transformations in business–NGO relationships through stakeholder dialogue. *Journal of business ethics*, 113, 505-518.
- Calabrese, A. (2004). The promise of civil society: A global movement for communication rights. *Continuum*, 18(3), 317-329.
- Calhoun, C. (1993). Civil society and the public sphere. *Public Culture*, 5(2), 267-280.
- Campbell, A. J., Cumming, S. R., & Hughes, I. (2006). Internet use by the socially fearful: addiction or therapy?. *CyberPsychology & Behavior*, 9(1), 69-81.
- Canöz, K. (2002). Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Başarıya Etkisi: Örnek Kuruluş Bayındır Tıp Merkezi. *Selçuk İletişim*, 2(3), 125-137.
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımında yeni bir boyut: "İnternet bağımlılığı". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(22), 83-98.
- Ceylan, Ö. (2019). *Madde Bağımlılığı ile Mücadelede Sivil Toplum Kuruluşları* (Doctoral dissertation, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Chamberlain, H. B. (1993). On the search for civil society in China. *Modern China*, 19(2), 199-215.

- Chaudhri, V., & Hein, J. E. (2021). NGO–Business Partnerships: Implications for Corporate Social Responsibility and Social Change Communication. In *Global Perspectives on NGO Communication for Social Change* (pp. 9-28). Routledge.
- Cheung, L. M., & Wong, W. S. (2011). The effects of insomnia and internet addiction on depression in Hong Kong Chinese adolescents: an exploratory cross-sectional analysis. *Journal of sleep research, 20*(2), 311-317.
- Chong, T. (2006). Embodying society's best: Hegel and the Singapore state. *Journal of Contemporary Asia, 36*(3), 283-304.
- Cipolletta, S., & Mocellin, D. (2018). Online counseling: An exploratory survey of Italian psychologists' attitudes towards new ways of interaction. *Psychotherapy research, 28*(6), 909-924.
- Cömert, I. T., & Kayiran, S. M. (2010). Çocuk ve ergenlerde internet kullanımı. *Çocuk Dergisi, 10*(4), 166-170.
- Craparo, G. (2011). Internet addiction, dissociation, and alexithymia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 30*, 1051-1056.
- Creswell, J. W., Shope, R., Plano Clark, V. L., & Green, D. O. (2006). How interpretive qualitative research extends mixed methods research. *Research in the Schools, 13*(1), 1-11.
- Çaha, Ö. (1994). Osmanlı'da sivil toplum. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 49*(03).
- Çakıcı, F. O., & Çakıcı, A. B. (2020). Sosyal yardımlaşma bağlamında sivil toplumun rolü: Sosyal dayanışma ve yardımlaşma örnekleri. *The Journal of International Scientific Researches, 5*(3), 203-208.
- Çakır, Ö. (2008). Türkiye'de kadının çalışma yaşamından dışlanması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (31)*, 25-47.
- Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 12*, 13.
- Çapar, M. C., & Ceylan, M. (2022). Durum çalışması ve olgubilim desenlerinin karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22*(Özel Sayı 2), 295-312.
- Çınar, Ç. Y., & Mutlu, E. (2019). İnternet bağımlılığının benlik saygısı, dikkat, gelişmeleri kaçırma korkusu, yaşam doyumu ve kişilik özellikleri ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi, 20*(3), 133-142.
- Çiftçi, C. (2012). Sivil toplum: kökenler, Örgütlenme ve çalışma yaklaşımları, Kadın ve Kadın STK'larının Güçlendirilme Projesi. Avrupa Birliği. 2010-2012.

- Dağlı, Z. (2019). Bağımlılıkla Mücadele Politikasında Din Görevlilerinin Rolü Üzerine Bir Değerlendirme: Düzce Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 285-297.
- Danacı, M. Ö., Kavaklı, N., & Tıkız, G. (2018). Eğitim fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarının narsisizm düzeylerinin siber zorbalığa duyarlık ve internet bağımlılığı düzeylerine etkisi. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 2(2), 86-98.
- Das, A., Sharma, M. K., Thamilselvan, P., & Marimuthu, P. (2017). Technology addiction among treatment seekers for psychological problems: Implication for screening in mental health setting. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 39(1), 21-27.
- Demir, E., Tarhan, A., & Görkemli, H. N. (2019). Sivil toplum kuruluşlarında halkla ilişkiler ve sosyal medya: Türk Kızılayı ve Lösev örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 125-141.
- Demirel, Ç. (2022). Pandemi Döneminde Sivil Toplum Kuruluşlarında İletişim ve Halkla İlişkiler; Ttb'nin Twitter Hesabına Yönelik Bir İçerik Analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(1), 304-325.
- Derin, S. (2013). "Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Öznel İyi Oluş". Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Dikici-Bilgin, H. (2009). Civil society and state in Turkey: A gramscian perspective. In *Gramsci and Global Politics* (pp. 121-132). Routledge.
- Dolgun, U. (2011). İnternet ve demokrasi. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (44), 221-236.
- Duhalp, S. (2010). The role and importance of public relations at non-governmental organizations. *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, (15).
- Duong, H. (2017). Fourth generation NGOs: Communication strategies in social campaigning and resource mobi-lization. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing.*, 29, 119– 147.
- Durualp, E., & Çiçekoğlu, P. (2013). Yetiştirme yurdunda kalan ergenlerin yalnızlık düzeylerinin internet bağımlılığı ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 29-46.
- Eikenberry, A. M., & Kluver, J. D. (2004). The marketization of the nonprofit sector: Civil society at risk?. *Public administration review*, 64(2), 132-140.
- Ekiert, G., & Kubik, J. (2014). The legacies of 1989: Myths and realities of civil society. *Journal of Democracy*, 25(1), 46-58.
- Ektiricioğlu, C., Arslantaş, H., & Yüksel, R. (2020). Ergenlerde çağın hastalığı: Teknoloji bağımlılığı. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 29(1), 51-64.

- Ercan, H. (2002). Türkiye'de Sivil Toplum Tartışmaları Üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 69-79.
- Erdem, T., & Öztaş, N. (2007). İmge ve Gerçeklik Olarak Sivil Toplum ve Stk'lar. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (52), 559-586.
- Fariz, S., & BULUT, S. S. (2019). Lise öğrencilerinde internet bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(5), 1977-1990.
- Ferguson, D. P. (2018). Nongovernmental organization (NGO) communication. The International Encyclopedia of Strategic Communication, 3,1-13. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc>
- Figenschou, T. U. (2020). Public sector communication and NGOs: From formal integration to mediated con-frontation? In *The handbook of public sector communication* (pp. 259-271). John Wiley & Sons.
- Flick U, Von Kardoff E ve Steinke I. (2004). *A Companion To Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Foley, M. W., & Edwards, B. (1996). The paradox of civil society. *Journal of democracy*, 7(3), 38-52.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third world quarterly*, 22(1), 7-20.
- Furkan, A. R. I. (2022). İnternet bağımlılığının sonrası: Netlessfobi ve sanallaşan kimlik. *Uluslararası Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 85-96.
- Ghaus-Pasha, A. (2005, May). Role of civil society organizations in governance. In *Kertas Persidangan 6th Global Forum on Reinventing Government Towards Participatory and Transparent Governance*. Seoul (pp. 24-27).
- Gong, W., Li, Z. G., & Stump, R. L. (2007). Global internet use and access: cultural considerations. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 19(1), 57-74.
- Goonewardena, K., & Rankin, K. N. (2004). The desire called civil society: A contribution to the critique of a bourgeois category. *Planning Theory*, 3(2), 117-149.
- Göktaş, P., & Öztürk, F. (2022). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(36), 1097-1116.
- Gönül, A. S. (2002). Patolojik İnternet Kullanımı. In *Yeni Symposium* (Vol. 40, No. 3, pp. 105-110).
- Greenwood, J. (2007). Organized civil society and democratic legitimacy in the European Union. *British journal of political science*, 37(2), 333-357.

- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addiction research*, 8(5), 413-418.
- Griffiths, M. (2010). Internet abuse and internet addiction in the workplace. *Journal of Workplace Learning*, 22(7), 463-472.
- Grimland, M., & Apter, A. (2009). Commentary: Street lights on the dark side of the net/Author Response. *Israel Journal of Psychiatry*, 46(3), 167.
- Guo, B., Zhang, D., & Wang, Z. (2011, October). Living with internet of things: The emergence of embedded intelligence. In *2011 International conference on internet of things and 4th international conference on cyber, physical and social computing* (pp. 297-304). Ieee.
- Gurung, B. (2014). Advocating policy concerns: Communication strategies of NGOs. Policy discussion paper 2. Alliance for Social Dialogue
- Güme, S., (2022). İnternet Bağımlılığını Önlemeye Yönelik Bir Model Önerisi (Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Doktora Programı).
- Gümüş, A. T. (2014). Demokrasilerde sivil toplum ve devlet-sivil toplum ilişkisinde karşılaşılabilecek sorunlar. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 18(3), 529-572.
- Gümüş, N., & Ağaçci, L. (2018). Sivil Toplum Örgütlerinin Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Kızılay ve Yeşilay Üzerinde Bir Araştırma 1. *Third Sector Social Economic Review*, 53(2), 637-661.
- Gündüz, A. Y., & Mehmet, K. (2014). Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerini Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 6(10), 130-169.
- Güntüç, S., & Kayrı, M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik-güvenirlilik çalışması.
- Halifeoğlu, M., & Yetiş, M. (2013). Gramsci, Sivil Toplum-Devlet İlişkisi ve Kuramsal Kökenler/Gramsci, the State-Civil Society Dichotomy, and Theoretical Antecedents. *Mülkiye Dergisi*, 37(1), 163-188.
- Hall, M., & O'Dwyer, B. (2017). Accounting, non-governmental organizations and civil society: The importance of nonprofit organizations to understanding accounting, organizations and society. *Accounting, Organizations and Society*, 63, 1-5.
- Hall, N., Schmitz, H. P., & Dedmon, J. M. (2020). Transnational advocacy and NGOs in the digital era: New forms of networked power. *International Studies Quarterly*, 64(1), 159-167.
- Haller, S., Karnouskos, S., & Schroth, C. (2009). The internet of things in an enterprise context. In *Future Internet-FIS 2008: First Future Internet Symposium, FIS 2008*

Vienna, Austria, September 29-30, 2008 Revised Selected Papers 1 (pp. 14-28). Springer Berlin Heidelberg.

- Han, S. J. (2001). Modernization and the rise of civil society: The role of the “middling grassroots” for democratization in Korea. *Human Studies*, 24(1-2), 113-132.
- Hanberger, A. (2001). Policy and program evaluation, civil society, and democracy. *American Journal of Evaluation*, 22(2), 211-228.
- Hasegawa, K., Shinohara, C., & Broadbent, J. P. (2007). The effects of ‘social expectation’ on the development of civil society in Japan. *Journal of Civil Society*, 3(2), 179-203.
- Hauser, G. A. (1998). Civil society and the principle of the public sphere. *Philosophy & rhetoric*, 31(1), 19-40.
- Hirai, Y. (2007). Japon Perspektifinden Türkiye’de Sivil Toplumun Yapısı: Sivil Toplum Araştırmaları Çerçevesinde Türk Sivil Toplum Kuruluşlarının Ana Hatları ve Faaliy. *Uluslararası Hukuk ve Politika*, (09), 101-129.
- Hunt, G. (1987). The development of the concept of civil society in Marx. *History of Political Thought*, 8(2), 263-276.
- Isaeva, E. A., & Sokolov, A. V. (2021). Communication strategy of a community of non-profit organizations and civic activists on social network sites: Problems and perspectives. In 2021 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS) (pp. 43– 46). IEEE.
- Işık, G. (2002). Sivil Toplum Örgütlerinde İletişim ve Halkla İlişkilerin Yeri ve Rolü: TOBB Örneği. *Selçuk İletişim*, 2(2), 73-92.
- Janssen, D. C., & Chaudhri, V. (2018). Strategic social media management for NGOs. In J. Servaes (Ed.), *Handbook of communication for development and social change*. Springer.
- Kain, P. J. (2014). Hegel and the failure of civil society. *The Owl of Minerva*, 46(1/2), 43-65.
- Kaldor, M. (2003). Civil society and accountability. *Journal of human development*, 4(1), 5-27.
- Kamali, M. (1997). The modern revolutions of Iran: Civil society and state in the modernization process. *Citizenship Studies*, 1(2), 173-198.
- Kanılmaz, A. (2017). Sivil Toplum Örgütleri ve Halkla İlişkiler Çalışmaları. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 36(127-147).
- Kanılmaz, A. (2017). Sivil Toplum Örgütleri ve Halkla İlişkiler Çalışmaları (Tegv Örneği). *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(4), 127-147.

- Karaca, M. (2007). Aileyi tehdit eden yeni bir tehlike: sanal ilişkiler. *Humanities Sciences*, 2(3), 131-143.
- Karaman, M. K., & Kurtoğlu, M. (2009). Öğretmen adaylarının internet bağımlılığı hakkındaki görüşleri. *Akademik Bilişim*, 11(13), 641-650.
- Katz, H. (2006). Gramsci, hegemony, and global civil society networks. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17, 332-347.
- Kaynar, M. K. (2005). Sivil Toplumun Kavramsal Tarihi ve Sivil Toplumla İlgili Güncel Tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 339-369.
- Keyman, E. F., & İçduygu, A. (2003). Globalization, civil society and citizenship in Turkey: Actors, boundaries and discourses. *Citizenship Studies*, 7(2), 219-234.
- Keyman, F. (1996). Ali Yaşar Sanbay. Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam. İstanbul: İletişim Yayınları, 1994, pp. 215. *New Perspectives on Turkey*, 14, 151-154.
- Kim, Y., Park, J. Y., Kim, S. B., Jung, I. K., Lim, Y. S., & Kim, J. H. (2010). The effects of Internet addiction on the lifestyle and dietary behavior of Korean adolescents. *Nutrition research and practice*, 4(1), 51-57.
- Kol, E., & Topgul, S. (2022). Internet Addiction as a Behavioral Addiction: The Effect of Computer Games on Children and Cyber Violence. In *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies* (pp. 352-373). IGI Global.
- Köksal, Y. (2015). İnternet Bağımlılığı ile İnternette Alışveriş İlişkisi Üzerine Bir İncelenme; Üniversite Öğrencileri Uygulaması-An Investigation of the Relationship Between Internet Addiction and Online Shopping; a Case of University Students. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 117-130.
- Kurniasanti, K. S., Assandi, P., Ismail, R. I., Nasrun, M. W. S., & Wiguna, T. (2019). Internet addiction: a new addiction?. *Medical Journal of Indonesia*, 28(1), 82-91.
- Kurniasanti, K. S., Assandi, P., Ismail, R. I., Nasrun, M. W. S., & Wiguna, T. (2019). Internet addiction: a new addiction?. *Medical Journal of Indonesia*, 28(1), 82-91.
- Kurs, R., & Grinshpoon, A. (2016). Excessive internet use in the general and ultra-orthodox Jewish communities: Internet addiction or a medium to fuel other addictions?.
- Kurtoğlu, E. (2022). *Türkiye'de internet bağımlılığı ile ilgili yapılmış lisansüstü tezlerin incelenmesi* (Master's thesis, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Kuss, D. J., & Lopez-Fernandez, O. (2016). Internet addiction and problematic Internet use: A systematic review of clinical research. *World journal of psychiatry*, 6(1), 143.

- Lafferty, G. (2000). The Dynamics of Change: Class, Politics and Civil Society—From Marx to post-Marxism. *Democracy & Nature*, 6(1), 19-26.
- Lam, L. T. (2014). Risk factors of Internet addiction and the health effect of internet addiction on adolescents: a systematic review of longitudinal and prospective studies. *Current psychiatry reports*, 16, 1-9.
- Landau, I. (2008). Law and civil society in Cambodia and Vietnam: A gramscian perspective. *Journal of Contemporary Asia*, 38(2), 244-258.
- Leung, L., & Lee, P. S. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review*, 30(4), 403-418.
- Lewis, D. (2014). *Non-governmental organizations, management and development*. Routledge.
- Lewis, L. (2005). The civil society sector: A review of critical issues and research agenda for organizational communication scholars. *Management Communication Quarterly*, 19(2), 238-267.
- Li, G. (2001). An analysis: The impact of non-governmental organizations on the practice of public relations. *Public Relations Quarterly*, 46(4), 11.
- Li, S. M., & Chung, T. M. (2006). Internet function and Internet addictive behavior. *Computers in Human Behavior*, 22(6), 1067-1071.
- Lin, C. H., Lin, S. L., & Wu, C. P. (2009). The Effects Of Parental Monitoring And Leisure Boredom On Adolescents'Internet Addiction. *Adolescence*, 44(176).
- Lipschutz, R. D. (1992). Reconstructing world politics: the emergence of global civil society. *Millennium*, 21(3), 389-420.
- Lutsevych, O. (2013). *How to finish a revolution: Civil society and democracy in Georgia, Moldova and Ukraine*. London: Chatham House.
- Macnamara, J. (2016). Organizational listening: Addressing a major gap in public relations theory and practice. *Journal of Public Relations Research*, 28(3-4), 146-169.
- Mercer, C. (2002). NGOs, civil society and democratization: a critical review of the literature. *Progress in development studies*, 2(1), 5-22.
- Mevlja, B., & Kavčič, K. (2019). Impact of stakeholders on the development of non-governmental organisations in Slovenia. *Ekonomski pregled*, 70(2), 236-258.
- Miah, M., & Omar, A. (2012). Technology advancement in developing countries during digital age. *International Journal*, 1(1), 30-38.

- Moore-Gilbert, K., & Abdul- Nabi, Z. (2021). Authoritarian downgrading, (self)censorship and new media activism after the Arab spring. *New Media & Society*, 23(5), 875– 893.
- Morahan-Martin, J. (2005). Internet abuse: Addiction? disorder? symptom? alternative explanations?. *Social Science Computer Review*, 23(1), 39-48.
- Morahan-Martin, J. (2006). Internet addiction: where we are now. *WIT Transactions on Information and Communication Technologies*, 36, 93-103.
- Morera, E. (1990). Gramsci and democracy. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 23(1), 23-37.
- Moshtari, M., & Vanpoucke, E. (2021). Building successful NGO–business relationships: A social capital perspective. *Journal of Supply Chain Management*, 57(3), 104-129.
- Murali, V., & George, S. (2007). Lost online: an overview of internet addiction. *Advances in Psychiatric Treatment*, 13(1), 24-30.
- Musai, M., & Darkesh, M. (2014). The effects of internet addiction on social capital among the youth in Tehran. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(4), 2226-3624.
- Naude, A. M., Froneman, J. D., & Atwood, R. A. (2004). The use of the internet by ten South African non-governmental organizations—a public relations perspective. *Public Relations Review*, 30(1), 87-94.
- Nchabeleng, G., Botha, C. J., & Bisschoff, C. A. (2018). The Use of Social Media in Public Relations at Non-Governmental Organisations in South Africa. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(6 (J)), 150-161.
- Neverkovich, S. D., Bubnova, I. S., Kosarenko, N. N., Sakhieva, R. G., Sizova, Z. M., Zakharova, V. L., & Sergeeva, M. G. (2018). Students' internet addiction: study and prevention. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(4), 1483-1495.
- Newton, K. (2001). Trust, social capital, civil society, and democracy. *International political science review*, 22(2), 201-214.
- Nimrod, G. (2013). Challenging the Internet Paradox: Online Depression Communities and Well-Being. *International Journal of Internet Science*, 8(1).
- Nordström, T. (2012). Two-way communication potential of social media in public relations: Application by environmental NGOs. Jos Willems Award Submission, 1-20.
- Nowland-Foreman, G. (1998). Purchase-of-Service Contracting, Voluntary Organizations, and Civil Society: Dissecting the Goose That Lays the Golden Eggs?. *American Behavioral Scientist*, 42(1), 108-123.

- Özer, M. H. (2008). Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi Ve Sosyal Fonksiyonları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 86-97.
- Özkiraz, A., & Arslanel, M. N. (2015). Türkiye’de 1945-1960 döneminde sivil toplum örgütlerinin varlığı meselesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 21-42.
- Özkuş, O. (2017). Demokratik Hakların Gelişmesinde Sivil Toplum Düşüncelerinin Katkısı. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(14), 10-24.
- Özkuş, O. (2017). Demokratik Hakların Gelişmesinde Sivil Toplum Düşüncelerinin Katkısı. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(14), 10-24.
- Öztürk, M. C., & Şardağı, E. (2018). Kurumsal kimlik aracı olarak Facebook: Türkiye’deki sivil toplum kuruluşları (STK) üzerine bir değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (28), 115-141.
- Paffenholz, T. (Ed.). (2010). *Civil society & peacebuilding: a critical assessment* (pp. 43-64). Boulder, CO: Lynne Rienner.
- Palttala, P., Boano, C., Lund, R., & Vos, M. (2012). Communication gaps in disaster management: Perceptions by experts from governmental and non-governmental organizations. *Journal of contingencies and crisis management*, 20(1), 2-12.
- Paska, L. M., & Yan, Z. (2011). Internet addiction in adolescence and emerging adulthood: a comparison between the United States and China. *Internet Addiction*, 1-28.
- Pavlovic, J., Lalic, D., & Djuraskovic, D. (2014). Communication of non-governmental organizations via facebook social network. *Engineering Economics*, 25(2), 186-193.
- Pietrzyk, D. (2001). Civil Society–Conceptual History from Hobbes to Marx. *International Politics*, 1, 109-118.
- Piotrowicz, M., & Cianciara, D. (2013). The role of non-governmental organizations in the social and the health system. *Przegl Epidemiol*, 67(1), 69-74.
- Rahman, M. A., & Asyhari, A. T. (2019). The emergence of Internet of Things (IoT): Connecting anything, anywhere. *Computers*, 8(2), 40.
- Ratheeswari, K. (2018). Information communication technology in education. *Journal of Applied and Advanced research*, 3(1), 45-47.
- Reddi, C. N. (2019). Effective public relations and media strategy. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Saatçioğlu, E. (2017). Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımları: Greenpeace Türkiye Facebook Sayfası Örneği. *Selçuk İletişim*, 10(1), 158-187.

- Safran, M., (2022). İnternet Bağımlılığı: Türkiye’de Yapılan Çalışmalar ve Uzman Görüşleri Işığında Bir Değerlendirme (Master's thesis, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Sağlam, M. T. (2020). Türkiye’de sivil toplumun tarihi gelişimi ve sivil toplumun örgütlü yapısı olarak STK’lar. *Turkish Studies Social*, 15(1), 591-610.
- Sak, R, Şahin Sak, İ. T, Oneren Şendil, €, & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250.
- Saka, E. (2019). Türkiye’de internet. *Türkiye İnternet Tarihi. İstanbul: Alternatif Bilisim Derneği*, 4-71.
- Sarı, C., & Karadeniz, H. (2019). İnternet bağımlılığının aile içi ilişkilere etkisi. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 28(4), 294-298.
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Sayers, S. (2007). Individual and society in Marx and Hegel: Beyond the communitarian critique of liberalism. *Science & Society*, 71(1), 84-102.
- Schlauffer, C., Pilkina, M., Chalaya, T., Khaynatskaya, T., Voronova, T., & Pozhivotko, A. (2022). How do civil society organizations communicate in an authoritarian setting? A narrative analysis of the Russian waste management debate. *Review of Policy Research*, 39, 730–751. <https://doi.org/10.1111/ropr.12492>
- Scholte, J. A. (2002). Civil society and democracy in global governance. *Global governance*, 8(3), 281-304.
- Shamsan, R. M., & Otieno, M. (2015). Effects of strategic public relations on organization performance: a case study of kenya red cross society. *International journal of scientific and research publications*, 5(9), 1-12.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008). Internet Addiction: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Managemen. *CNS drugs*, 22, 353-365.
- Shepherd, R. M., & Edelman, R. J. (2005). Reasons for internet use and social anxiety. *Personality and individual Differences*, 39(5), 949-958.
- Sommerfeldt, E. (2013). Online power resource management: Activist resource mobilization, communication strategy, and organizational structure. *Journal of Public Relations Research*, 25, 347–367.

- Sommerfeldt, E. J. (2013). The civility of social capital: Public relations in the public sphere, civil society, and democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 280-289.
- Starcevic, V., & Aboujaoude, E. (2017). Internet addiction: Reappraisal of an increasingly inadequate concept. *CNS spectrums*, 22(1), 7-13.
- Stillman, P. G. (2012). Hegel, civil society, and globalization. *Hegel and global justice*, 111-129.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Şahin, E. G. (2021). Dijitalleşme çağında aktivist halkla ilişkiler: uluslararası literatür üzerine bir analiz. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), 108-138.
- Şahin, L., & Öztürk, M. (2008). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'deki Durumu. In *Journal of Social Policy Conferences* (No. 54, pp. 3-29).
- Şenkal, A. (2003). Küreselleşme, sosyal politikanın dönüşümü ve sivil toplum örgütleri. In *Journal of Social Policy Conferences* (No. 45, pp. 97-126).
- Talas, M. (2011). Sivil toplum kuruluşları ve türkiye perspektifi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (29), 387-401.
- Tamer, M. G. (2010). Tarihsel süreçte sivil toplum. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27(1).
- Tekeli, İ. (2012). Türkiye İçin STK'lar ve Katılımcı Demokrasi Yazıları. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Throuvala, M. A., Griffiths, M. D., Rennoldson, M., & Kuss, D. J. (2021). Policy recommendations for preventing problematic internet use in schools: a qualitative study of parental perspectives. *International journal of environmental research and public health*, 18(9), 4522.
- Tiainen, P. (2016). *New opportunities in electrical engineering as a result of the emergence of the Internet of Things* (Master's thesis).
- Ting Lee, S., & Hemant Desai, M. (2014). Dialogic communication and media relations in non-governmental organizations. *Journal of Communication Management*, 18(1), 80-100.
- Tumay, M., & Okatan, F. (2015). Alexis De Tocqueville'e Göre Sivil Toplum. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19(3), 321-340.
- Van Dijck, M. F., De Munck, B., & Terpstra, N. (2017). Relocating civil society: Theories and practices of civil society between late medieval and modern society. *Social Science History*, 41(1), 1-17.

- Velioğlu, M. (2009). *Sivil toplum kuruluşlarının demokrasi üzerindeki etkileri* (Master's thesis, Kırıkkale Üniversitesi).
- Vozab, D. (2012). Communication models of civil society organizations in Croatia. *Observatorio*, 6, 12– 19.
- Waters, M. (2005). Internet addiction disorder and pastoral care. *American journal of pastoral counseling*, 8(1), 3-12.
- Widyanto, L., & Griffiths, M. (2006). 'Internet addiction': a critical review. *International Journal of mental health and Addiction*, 4, 31-51.
- Widyanto, L., & Griffiths, M. (2006). 'Internet addiction': a critical review. *International Journal of mental health and Addiction*, 4, 31-51.
- Widyanto, L., & Griffiths, M. (2006). 'Internet addiction': a critical review. *International Journal of mental health and Addiction*, 4, 31-51.
- Winkler, A., Dörsing, B., Rief, W., Shen, Y., & Glombiewski, J. A. (2013). Treatment of internet addiction: a meta-analysis. *Clinical psychology review*, 33(2), 317-329.
- Winston, M. (2002). NGO strategies for promoting corporate social responsibility. *Ethics & International Affairs*, 16(1), 71-87.
- Wiredu, K. (1998). The state, civil society and democracy in Africa. *Quest: An International African Journal of Philosophy*, 12(1), 241-252.
- Wood, E. M. (2017). The uses and abuses of 'civil society'. In *Karl Marx* (pp. 349-373). Routledge.
- Yavuz, O. (2018). Ergenlik döneminde internet bağımlılığının okul başarısı üzerinde etkileri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(15), 1056-1080.
- Yıldırım, İ. (2004). *Demokrasi sivil toplum kuruluşları ve yönetim*, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Yıldız, A. (2017). İnternet bağımlılığı için kolaylaştırıcı bir faktör olarak sanal dünyada etik duyarlılık azalması. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 9(4), 398-409.
- Yildirim, M. (2003). Sivil toplum ve devlet. *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(2), 226-242.
- Yorgun, S. (2011). Sivil Toplum Düzeninde Sendikaların Geleceği. In *Journal of Social Policy Conferences* (No. 53, pp. 313-330).
- Young, K. (2009). Internet addiction: Diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39, 241-246.
- Young, K. S. (1999). *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment*. Clinical Practice, 17.

- Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415.
- Young, K. S. (2007). Cognitive behavior therapy with Internet addicts: treatment outcomes and implications. *Cyberpsychology & behavior*, 10(5), 671-679.
- Yurdakoş, K., & Biçer, E. (2019). İnternet bağımlılık düzeyinin akademik ertelemeye etkisi: Sağlık yönetimi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 243-278.
- Zajac, K., Ginley, M. K., Chang, R., & Petry, N. M. (2017). Treatments for Internet gaming disorder and Internet addiction: A systematic review. *Psychology of Addictive Behaviors*, 31(8), 979.
- Zariç, S. (2018). Demokratikleşme Açısından Sivil Toplum ve Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne Konumu. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 303-314.
- Yeşilay, (2024) Kurumsal | Yeşilay (yesilay.org.tr) Erişim Tarihi 11/04/2024.
- The Association for Progressive Communications (APC), 2024 About APC | Association for Progressive Communications Erişim Tarihi 11/04/2024.
- Open Rights Group (ORG), 2024, Who We Are | Open Rights Group Erişim Tarihi 11/04/2024.
- IREX, 2024 About Us | IREX Erişim Tarihi 11/04/2024.
- Digital Empowerment Foundation (DEF)., (2024)., Digital Empowerment Foundation, DEF | Our Story (defindia.org). Erişim Tarihi 11/04/2024.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Erdal BİLİCİ	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Selçuk
Fakülte	İletişim
Bölümü	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Yüksek Lisans	
Üniversite	Sakarya
Enstitü Adı	Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Programı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Makale ve Bildiriler	
<p>1. Ünlü, S., Yaşar, L., & Bilici, E. (2023). An Analysis of Cultural Heritage Preservation Efforts in Karabakh from the Perspective of Public Relations. Erciyes İletişim Dergisi, 10(1), 165-184.</p> <p>2. Ünlü, S., Yaşar, L., & Bilici, E. (2023). Metaverse as a Platform for Event Management: The Sample of the Metaverse Türkiye E-Magazine. TRT Akademi, 8(17), 122-143.</p>	