



Belediyelerin Sosyal Medya Faaliyetlerinin Yerel Katılıma Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Zonguldak Belediyesi Örneği

A Research on the Effect of Social Media Activities of Municipalities on Local Participation: The Case of Zonguldak Municipality

Güven Deniz¹

Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde hızlı gelişmeler yaşanmakta ve buna paralel olarak medya ve iletişim teknolojilerinin hayatımızda oynadıkları rol hızla artmaktadır. Sosyal medya, kamu kurumlarının vatandaşla iletişim kurmak ve kamu politikalarına vatandaş katılımını sağlamak noktasında çok önemli bir mecra haline gelmiştir. Sosyal medyayı yaşamının bir parçası olarak gören halkın, yerel yönetimlerin tüm faaliyetlerinden sosyal medya aracılığı ile kolay bir şekilde haberdar olmak istemesi kaçınılmazdır. Özellikle belediye meclis toplantılarının canlı yayınlanması, belediye ihalelerinin ve diğer birçok belediye faaliyetlerinin belediyenin sosyal medya organlarında yer alması, halkın bu konulardan haberdar olması, katılım ve şeffaflık açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı Zonguldak Belediyesinin sosyal medya faaliyetlerinin yerel katılıma etkisini ölçmektir. Gönüllülük esasıyla Zonguldak'ta yaşayan farklı demografik özelliklerde 385 kişiye anket uygulanmıştır. Veriler Google Forms aracılığıyla toplanmıştır Google Forms'un avantajlarından faydalanılarak dışa aktar seçeneği üzerinden aktarılmış istatistik veriler analiz edilmek üzere Excel formatında indirilmiştir. Araştırma bulgularına göre; katılımcıların %77,92'sinin sosyal medyayı, %57,40'ının da Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya/web sitesi/mobil uygulama/gazete gibi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullanmaktadır. Fakat sosyal medya aracılığı ile kentsel faaliyetlerin planlanması noktasında görüş ve önerileri kent yönetimine belirtme oranı %38,96'dır. Bu kişilerin %61,04'ü de bu önerilerinin ciddiye alınmadığını düşünmektedir. Bunu destekleyen önemli bir bulgu ise katılımcıların %77,14'ü kendilerini kent yönetimine dâhil hissetmemektedir. Sonuç olarak, sosyal medya kullanımına büyük oranda ilgisi olan halk, belediyelerin sosyal medya faaliyetlerine de ilgisiz değildir. Ancak halkın temel beklentisi ciddiye alınmaktır. Bu yüzden belediyelerin, halkın katılıma inanması ve güvenmesi açısından daha yoğun halk katılımının olduğu interaktif faaliyetlerin bulunduğu, insanların ciddiye alındıklarını düşündüğü, fikirlerine gerçek anlamda değer verildiğini net olarak görebildiği ve sosyal medya aracılığı ile de bunu takip edebildiği faaliyetleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel katılım, Belediyeler, Sosyal medya, Halkla ilişkiler, Kent aktörleri

ABSTRACT

Rapid developments in information and communication technologies are taking place; therefore. The role of media and communication technologies in people's lives is rapidly increasing. Social media has become essential for public institutions to communicate with citizens and ensure citizen participation in public policies. It is inevitable that the public, who see social media as a part of their lives, want to be easily informed about all the activities of local governments through social media. The live broadcasting of council meetings, tenders and many other municipal activities on the social media are essential in terms of public awareness, participation and transparency. This study aims to measure the impact of Zonguldak Municipality's social media activities on local participation. A questionnaire was voluntarily applied to 385 people with varied demographic characteristics living in Zonguldak on a voluntary basis. The data were collected through Google Forms. The statistical data was transferred to Excel format for analysis via Google Forms' export option. According to the research findings, 77.92% of the participants actively used social media and 57.40% actively used public relations tools such as social media/website/mobile applications/

¹ **Corresponding Author:** (Dr. Öğr. Üyesi), Yozgat Bozok Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Yozgat, Türkiye, guven.deniz@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3706-3171



newspapers of Zonguldak Municipality. However, the rate of expressing opinions and suggestions to the city administration regarding planning urban activities through social media was 38.96%. Furthermore 61.04% of the participants thought that their suggestions were not taken seriously. Another important finding that supports this belief that 77.14% of the participants did not feel included in the city administration. In conclusion, the public, who are highly interested in social media use, is not uninterested in the social media activities of municipalities. However, the main expectation of the public is to be taken seriously. Therefore, for the public to believe in and trust participation, municipalities need to carry out interactive activities with more involved public participation, where people feel that they are valued, can clearly see that their contributions are truly valued, and can monitor this through social media.

Keywords: Local participation, Municipalities, Social media, Public relations, Urban actors

GİRİŞ:

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, insanların sosyal ve siyasal çevre ile çevrimiçi etkileşiminin artmasını sağlamıştır. Yerel yönetimler de bu etkileşimi fırsata dönüştürerek halk katılımını artırmayı hedeflemektedirler. Bu etkileşimi sağlamada en etkin iletişim araçlardan biri de sosyal medyadır. Sosyal medya insanlara düşüncelerini, yaşam tarzlarını ve hayata dair deneyimlerini paylaşabileceği bir ortam sunar. Yerel yönetimlere de kendilerini halka ifade etme noktasında sosyal medya önemli bir fırsat sunar. Yerel düzeyde halka en yakın yönetim birimi belediyedir. Belediyeler karar alma ve vatandaşa hizmet etme faaliyetlerini gerçekleştirirken, halkın da bu faaliyetlerin içinde yer almasını ister. Bilgi ve iletişim çağında da bu isteklerini gerçekleştirmede kullanacakları en iyi yöntem sosyal medyadır (Tarhan, 2012:80; Kahkeci ve Bucak, 2019:55). Günümüzde insanlar tarafından çok yoğun bir şekilde kullanılan başlıca sosyal medya platformları; Facebook, Twitter (X), Youtube ve Instagram'dır. Bu platformlar artık o kadar etkili bir konuma gelmiştir ki; gündemi belirlemekte ve ciddi kamuoyu baskısı yaratabilmektedir. Yarattıkları bu büyük etkiden dolayı belediyeler de bu platformları yoğun olarak kullanmaktadır. Bu sayede belediyeler, yerel katılım noktasında önemli bir artış yaşanmasını beklemektedir. Belediyelerin sosyal medyada etkin bir şekilde yer alması, halkla iletişimin güçlendirilmesi ve karşılıklı etkileşim açısından belediyelere önemli bir avantaj sağlamaktadır (Şenyurt, 2016:54; Curtis vd., 2010:92). Bu katkılardan en önemlisi, sosyal medya halkın yönetime kendini dâhil hissetmesine olanak vermektedir. Çünkü sosyal medya uygulamaları, yerel yönetimlerin politika oluştururken halkın istek ve taleplerini doğrudan öğrenerek bu fikirleri politikalara entegre ederek halk ile iş birliği yapma imkânı sunar (Mergel, 2013:123). Böylece belediyeler halka katılım imkânını sunmuş olur ve halkı katılıma teşvik eder. Bu sayede halk kendini önemli hissederek katılıma daha sıcak bakar ve katılım yollarını sıklıkla kullanır.

Bu çalışmada Zonguldak ili özelinde, Zonguldak Belediyesinin sosyal medya faaliyetlerinin yerel katılıma etki eden değişkenler açısından Zonguldak merkezde yaşayan yerel halkın yerel katılıma olan duyarlılığına etkisinin ne olduğu ölçülmüştür. Bu kapsamda Zonguldak'ta yaşayan farklı demografik özelliklerde 385 kişiye anket uygulaması yapılmıştır.

Literatür taramasında, Türkiye'de belediyelerin sosyal medya kullanımları ve bunların yerel katılıma etkisi konusunda bazı çalışmalar yer almaktadır. Yeşildal (2019) "Sosyal Medya, Yerel Yönetimler ve Katılımcı Yönetim: Bilgi Çağında Belediyeler için Yeni Stratejiler" adlı çalışmada, yerel halka sosyal medya aracılığı ile siyasal ve sosyal konularda farklı yollar sunulduğunda halkın katılımında önemli ölçüde artış yaşandığı sonucuna ulaşmıştır. Eryeşil ve diğ. (2021) tarafından yürütülen "Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Van Edremit Belediyesi Örneği" adlı çalışmada, sosyal medya hesaplarını etkin olarak kullanan belediyelerde sosyal medya aracılığı ile halk yapılan ve yapılacak hizmetlerden haberdar olabilmıştır. Bu sayede yapılacak olan faaliyetlerde de fikir sunma şansı yakalamıştır. Karşılıklı kurulan bu iletişim sayesinde katılımcı ve vatandaş odaklı bir yönetim anlayışının ortaya çıktığı vurgulanmıştır. Solmaz ve Görkemli'nin (2012) "Büyükşehir Belediyeleri ve Sosyal Medya Kullanımı" adlı çalışmalarında, incelenen 16 büyükşehir belediyesinin de sosyal medyada yer aldığı ve bu durumun katılıma katkı sağladığı belirtilmiştir. Ayrıca, Twitter (X) ve Facebook hesapları yeterince aktif olmayan belediyelerin halkın katılımı noktasında zayıf kaldığı ve bu yüzden sosyal medya hesaplarının aktif kullanımının bir gereklilik haline geldiği sonucuna varılmıştır.

Göçoğlu'nun (2020) "Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Yerel Katılım: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Bir Analiz" adlı yüksek lisans tez çalışmasında ise, büyükşehir belediyelerinin hepsinin sosyal medya platformu olarak önemli olan Twitter (X) platformunu yeterince etkin kullanmadıkları ve bundan dolayı da büyükşehirlerde halk katılımını sağlamaya yönelik fonksiyonların tam olarak gerçekleşmediği sonucuna varılmıştır. Fidan (2023) "X, Y, Z ve Gelecekteki Alfa, Beta, Gamma Kuşakları Kişilik Tiplerinin Kamusal Yaşama Katılım Düzeyleri" adlı çalışmasında, kuşakların dijital dünyada katılım konusundaki var oluşlarını incelemiş ve ilerleyen yaşlarda dijital dünyanın kuşaklarının, toplumsal ve sosyal olaylar karşısındaki ilgilerinin arttığı ve bu ilgiyi daha çok dijital dünyada yani sosyal medyada gösterdiklerini gözlemlemiştir. Türkiye dışında yapılan araştırmalardan Kwon ve diğ. (2020) "Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts" başlıklı çalışmada, sosyal medya kullanımının yerel katılım noktasında bir arabulucu olarak önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Özellikle, sosyal medya kullanımının, güven ve yerel katılım üzerinde bilgilendirici motivasyondan daha büyük bir etkisi olduğu vurgulanmıştır. Effing ve diğ. (2013) tarafından yapılan "Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?" başlıklı bir vaka çalışmasında ise, Facebook, Twitter (X) ve YouTube gibi sosyal medya platformları genellikle politik oyun değiştiriciler olarak görülmüştür. Sosyal medya kullanımı ile yerel siyasi topluluklar arasında negatif bir korelasyon bulunmuştur. Ancak, bu korelasyonu açıklayan bir nedensel etki bulunamamıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Yerel katılım

Demokrasinin temelinde var olan halkın yönetime katılımı, çoğunlukçu anlayış ve halka hesap verme gerekliliği yerel demokrasi de geçerliliği olan değerlerdir (Keleş, 2011:63). Özellikle katılım yerel yönetimler açısından çok önemlidir. Çünkü yerel yönetimler halka en yakın birimler olarak; halkın kendi kendini yönetme fırsatını bulabileceği kurumlardır. Kaypak'a (2011:134) göre de halkın yönetime katılımı en üst seviyede yerel yönetimlerde gerçekleşir. Bu yüzden yerel demokrasinin varlığının ve sürekliliğinin sigortası "katılım" olgusudur.

Yerel yönetimler açısından önemli bir uluslararası anlaşma olan, 15 Ekim 1985 tarihinde düzenlenen Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı da katılımın yerel yönetimler açısından önemine vurgu yapmıştır. İlk olarak şartın önsözünde, halkın kamu yönetimine katılma hakkının tüm Avrupa Konseyi üyesi devletlerinin ortak paydası olduğu vurgusu yapılmış, sonrasında şartın üçüncü maddesinde de halk tarafından oluşturulan meclislere, referandumlara ya da halkın doğrudan katılımına imkân veren katılım yollarına erişimin engellenemeyeceği belirtilmiştir (Deniz, 2019:101-102).

Türkiye'de yerel katılım noktasında, yerel yönetimlerin karar organlarının seçmenler tarafından seçime iş başına getirileceği anayasal güvence altına alınmıştır. Seçmenler oy kullanarak yerel yönetimlerin karar organlarını seçerler. Bu yerel katılımın en önemli unsurlarındandır. Peki, bu yeterli midir? Görmez'e (1997:72) göre, karar organlarının seçmenler tarafından seçilmesi çok önemli ancak tek başına yeterli değildir. Karar organları seçildikten sonra bağımsız hareket edebilme gücüne sahip olmalıdır. Bu noktada halkın katılımı büyük önem arz etmektedir. Halkın katılımını sağlayacak katılım yollarının hem yasal olarak hem de psikolojik olarak açık olması gerekmektedir.

Halkın katılımı noktasında seçimin önemi mutlakdır. Ancak seçimin tek başına katılım sürecinin gerçekleşmesini sağlamadığı da açıktır. Yalçındağ'a (1977:50-52) göre, yalnızca seçim zamanı oy kullanmak katılım olgusunun gerçekleştiği anlamına gelmez. Katılım bir süreçtir ve süreklidir. Sadece oy kullanmaktan ibaret de değildir. Halk kentin yönetimine ortak olmalı, hizmetleri denetlemeli, yapılmayan hizmetlerin yapılması için de kamuoyu baskısı yaratarak gönüllü katılımı

gerçekleştirmelidir. Bu durumun gerçekleşebilmesi için halkın demokrasi kültürünün de belirli bir seviye ulaşmış olması gerekmektedir.

1.2. Yerel Katılım Yöntemleri

Demokrasilerde seçim ve yerel katılım; halkın yerel yönetimlerin karar organlarını yalnızca seçimle iş başına getirmeleri değil, yönetimde direkt katkı sunarak söz sahibi olmalarıdır. Yerel katılım da seçim önemlidir ama seçim dışında da dinamik ve süreklilik arz edecek katılım yöntemlerinin de uygulanması gerekmektedir. Türkiye’de yerel katılım sürecinde seçimlerin dışında kullanılan yöntemler; Belediye Kanunu çerçevesinde ve bunun dışında kalanlar olarak değerlendirilebilir. Belediye Kanunu çerçevesindeki katılım yöntemleri ve bunun dışında kalan katılım yöntemlerinden bazıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo1. Belediye Kanunu çerçevesindeki katılım yöntemleri ve bunun dışında kalan katılım yöntemleri

Belediye Kanunu çerçevesinde katılım yöntemleri	Belediye Kanunu dışında kalan katılım yöntemleri
Mahalle ve Muhtarlıkları	Referandum
Hemşehri Hukuku	Kamuoyu Yoklamaları
Belediyenin Yetkileri ve İmtiyazları	Bilgi Edinme ve Dilekçe Hakkı
İhtisas Komisyonları	Halk Toplantıları
Stratejik Plan	Yerel Gündem 21
Kent Konseyi	
Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım	
Belediye Meclis Toplantıları	

Kaynak: (DPT, 2001:117-120).

Tabloda yer alan katılım yöntemlerinin bir anlam kazanması için halkın bu yöntemlerde aktif rol alması ve katılım sürecinin herhangi bir aşamasında bu sürece dâhil olması gerekmektedir. Çünkü halkın içinde olmadığı bir yerel yönetim anlayışının başarı şansı çok düşüktür (Deniz, 2019:106).

2. Sosyal Medya Aracılığı ile Belediyelerde Yönetime Katılma

Yerel düzeyde halka en yakın yönetim birimi olarak nitelenebilecek belediyeler, aldıkları kararları ve ürettikleri mal ve hizmetlerin halka duyurulmasının yanı sıra alınacak kararlara ve gerçekleştirilecek uygulamalara halkın dâhil edilmesinde sosyal medya uygulamalarını yeni bir araç olarak benimsemeye başlamıştır (Kahkeci ve Bucak, 2019: 55; Tarhan, 2012: 80). Sosyal medya belediye yönetimleri ile diğer

paydaşlar arasında şeffaflığı ve iletişimi arttıran bir faktördür. Halk, belediyenin hizmetleri ve faaliyetleri hakkında sosyal medya aracılığı ile ne kadar bilgi sahibi olursa, bu hizmet ve faaliyetlere katılma oranı da o kadar yüksek olur. Sosyal medyanın yerel yönetimler açısından bazı faydaları şunlardır (Yeşildal, 2019:890);

- Halkın katılımını, çevrimiçi iletişim ve veri toplama olanağı sağlar.
- Belediyenin verimli daha verimli çalışmasını sağlar.
- Belediyelerin şeffaf ve güvenilir olmasını sağlar.
- Maliyetleri azaltır.
- Medya ile ilişkileri güçlendirir böylece haber akışını hızlandırır.
- Seçimler hakkında ön tahmin oluşturulmasına yardımcı olur.
- Ekonomik anlamda daha başarılı olmaya destek olur.
- Güncel iletişim olanağı sunar.

Sosyal medya bu yönleri ile belediye yönetimindeki önemini her geçen gün artırmaktadır.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları; Facebook, Twitter (X), YouTube ve Instagram'dır. Belediyeler özellikle bu platformları yoğun kullanmaktadır. Çünkü bir sosyal medya platformunun yaygın kullanılması, o platform üzerinden yerel katılımın daha fazla olma olasılığını arttırmaktadır. Belediyeler, sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullandığı zaman halkın görüşlerine hızlı ve aracısız ulaşabilir. Böylece halkın görüşleri belediyeler çalışmalarına yön verebilir. Belediyelerin sosyal medya üzerinden halk ile yaşayacakları bu etkileşim sayesinde iki taraflı bir iletişim anlayışı geliştirilecektir. Halk belediye yönetimine katılım noktasında önemli bir yol kat edecek, belediyeler ise yönetim anlayışlarının halk tarafından takdir edilip edilmediği noktasında bilgi sahibi olacaktır.

Belediye yönetimine katılım noktasında önemli bir yol da meclis toplantılarına katılımdır. Meclis toplantıları halka açıktır. Genel anlamda dinleyici sıfatı ile meclis toplantılarına gelen halk, gündemi takip etme, alınan kararları izleme amacı ile toplantılara katılır. Özellikle son birkaç yıldır meclis toplantılarının sosyal medya platformlarında canlı olarak yayınlanması ya da sonrasında video olarak yüklenmesi, halkın bilgi sahibi olmaya dayalı katılım yollarını çok daha aktif hale getirmektedir. Böylece toplumun her kesiminin, kendi seçtikleri temsilcilerin kendileri ile ilgili nasıl kararlar aldıklarını öğrenme noktasında en kısa sürede bilgi sahibi olmasının önü açılmıştır. Bu sayede Türkiye'de yerel siyasal katılımın özellikle bilgilendirme boyutu daha uygulanabilir bir hal alabilecektir.

3. ÇALIŞMANIN AMACI, YÖNTEMİ ve VERİLERİN ANALİZİ

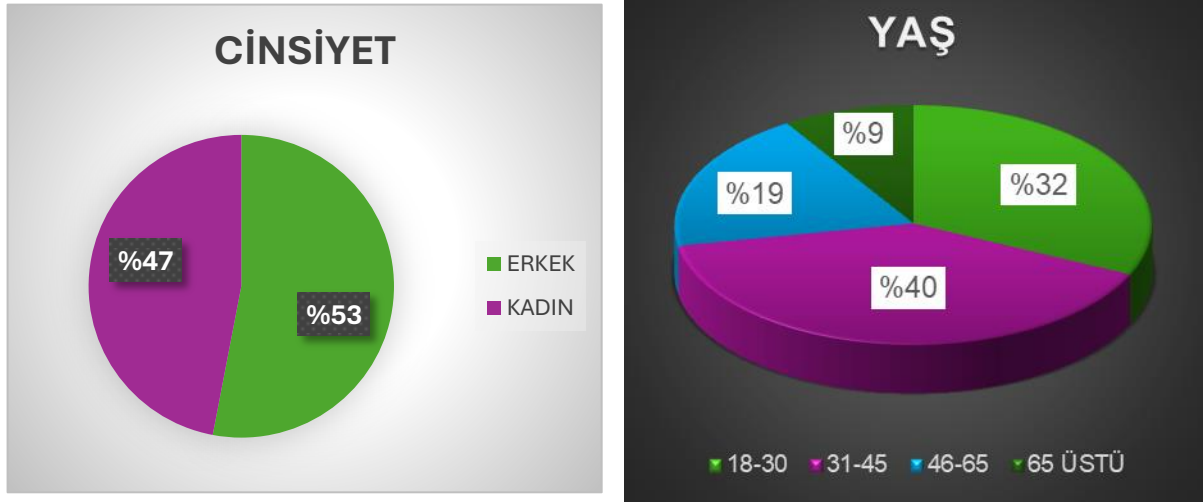
Çalışmanın amacı, Zonguldak Belediyesinin sosyal medya faaliyetlerinin yerel katılıma etki eden değişkenler açısından Zonguldak merkezde yaşayan yerel halkın yerel katılıma olan duyarlılığına etkisini ölçmektir. Zaman ve mali kaynaklar konusundaki sınırlılıklar çoğunlukla sorun oluşturmaktadır. Sınırlılıkları veya kısıtları ortadan kaldırmak için bulunan yerde çalışma veya kolay veri elde edilebilecek bir örneklem seçmek gerekmektedir. Zonguldak halkı yerel demokrasi ve yerel katılım noktasında Türkiye'de lokomotif kentlerden biridir. Bir emekçi ve öğrenci kenti olan Zonguldak farklı kesimlerden veri elde edilmesi açısından da avantajlı bir kenttir. Tüm bu etkenlerden dolayı çalışmada Zonguldak ili ve Zonguldak Belediyesi tercih edilmiştir. Çalışma anket yöntemi ile yapılan nicel bir çalışmadır. Bu çalışma için Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından, 17.04.2024

tarihli 13/31 karar numarası ile etik sakınca bulunmadığı kararı verilmiştir. Veriler Google Forms aracılığıyla toplanmıştır. Kayıp veri sorunu yaşanmaması adına tüm sorular zorunlu olarak işaretlenmiştir. Genelde ikili likert kullanılmış ve genel algı ölçülmeye çalışılmıştır. Verilerin analizi için gerekli olan veriler Google Forms'un avantajlarından faydalanılarak dışa aktar seçeneği üzerinden aktarılmış ve istatistik veriler analiz edilmek üzere Excel formatında indirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Çalışma Grubu

Zonguldak ilinde tüm yerel aktörler, kamu kurumları, öğrenci ve halktan tüm kesimin görüşlerini almak önem arz etmektedir. Bu nedenle halkın tüm kesimi için temsilci dâhil edilmeye çalışılarak ve anket yöntemi ile nicel bir çalışma yapılmıştır. 2024 verilerine göre Zonguldak merkez nüfusu 117.360 kişidir. Çalışmanın örneklem büyüklüğü, %95 güven düzeyine, %5 hata payına ve toplam 117.360 nüfus büyüklüğüne göre 385 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların cinsiyet ve yaş grafiği aşağıdaki tabloda verilmiştir.

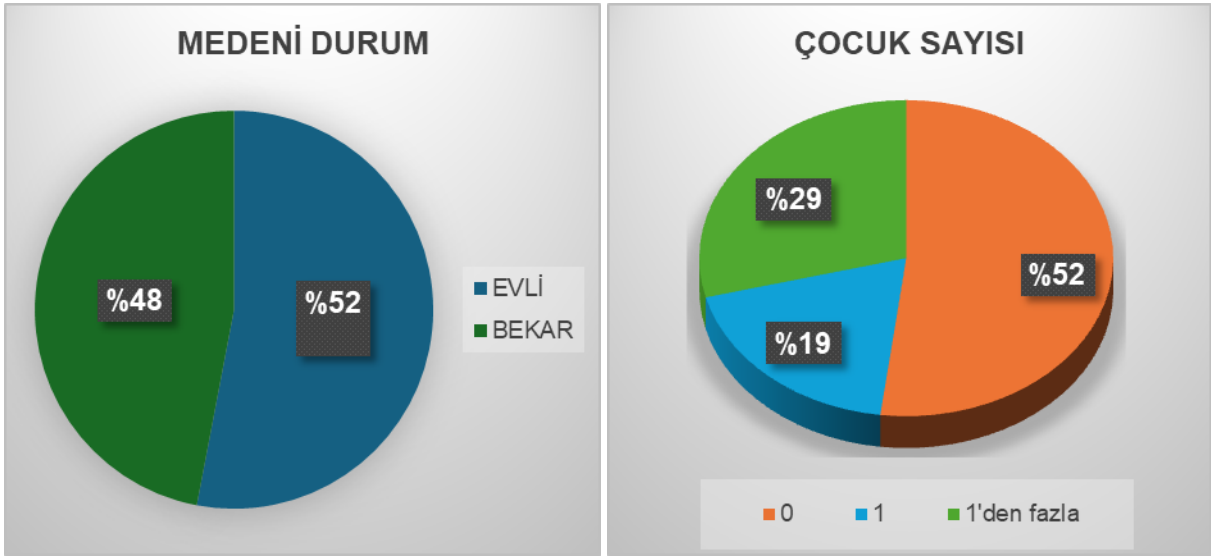
Grafik-1. Cinsiyet ve yaş



Araştırmaya katılanların %53'ü erkeklerden %47'si ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımında ise sosyal medya kullanım oranı düşük olacağı için 65 yaş üstü grup sınırlı sayıda araştırmaya dâhil edilmiştir. 18 yaş altı grubun seçme seçilme hakkı olmadığı için araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların medeni durumu ve çocuk sayısı 2. grafikte yer almaktadır.

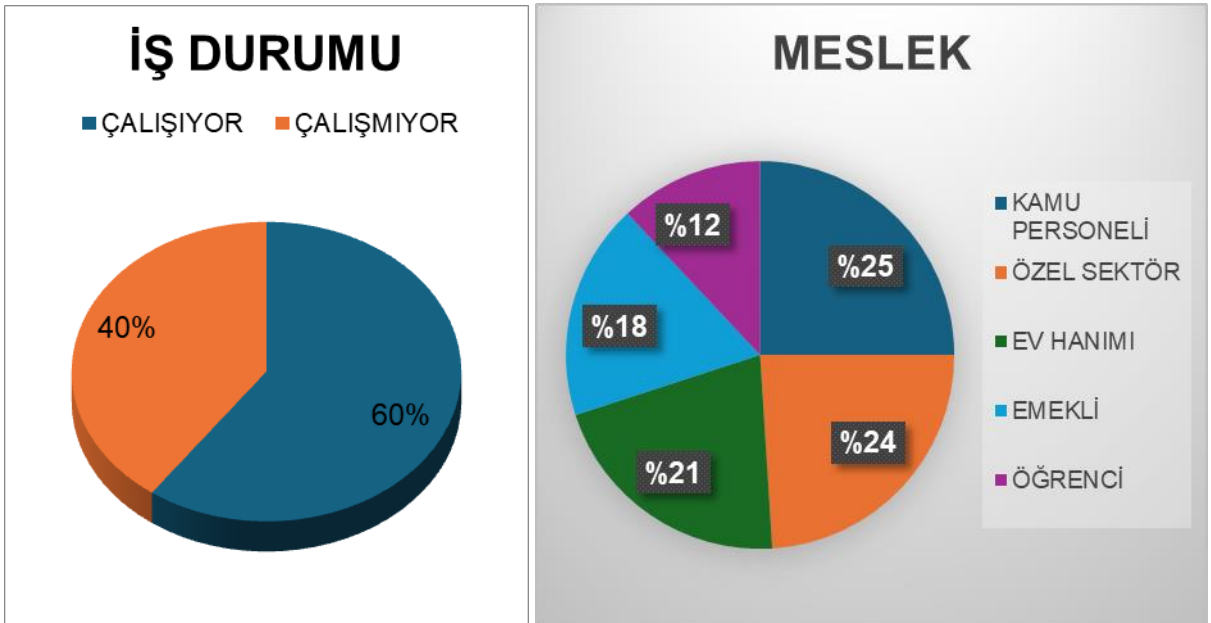
Grafik-2 Medeni durum ve çocuk sayısı



Araştırmaya katılanların %52'si evli, %48'i ise bekadır. Katılımcıların %52'si çocuk sahibi değilken, %19'u 1 çocuk, %29'u ise 1'den fazla çocuk sahibidir.

Araştırmaya katılanların iş durumları ve meslekleri 3. grafikte yer almaktadır.

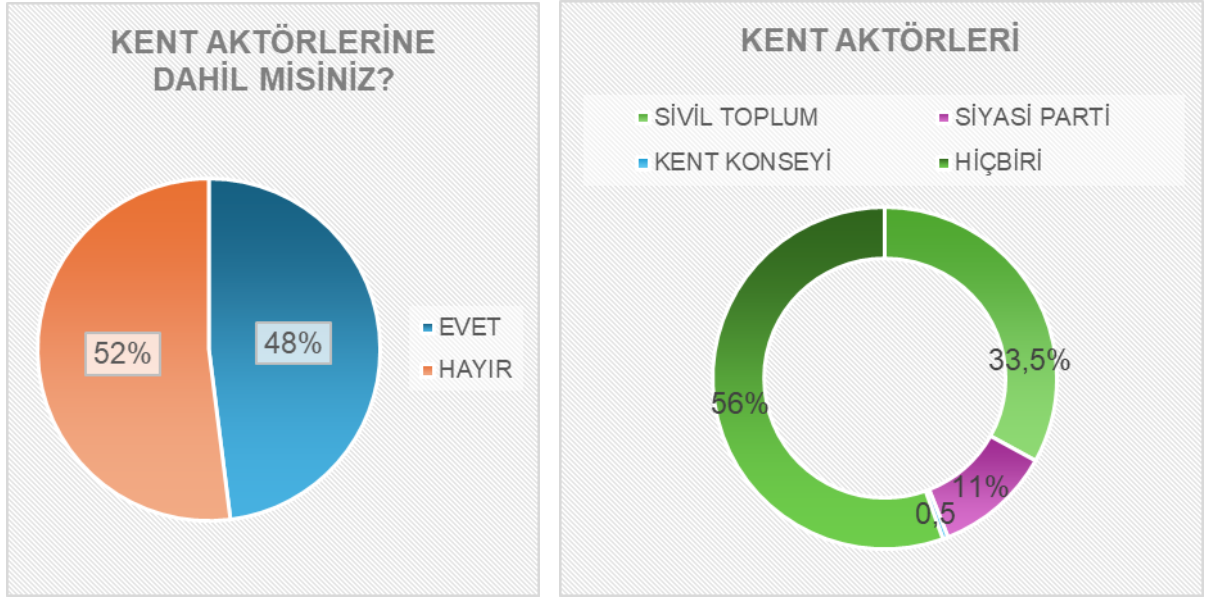
Grafik-3. İş durumları ve meslekleri



Araştırmaya katılanların %60'ı çalışmakta, %40'ı ise çalışmamaktadır. Katılımcıların sektörel dağılımlarına baktığımızda ise %25'i kamu personeli, %24'ü özel sektör çalışanı, %21'i ev hanımı, %18'i emekli ve %12'si de öğrencidir.

Araştırmaya katılanların kent aktörlerine (sivil toplum kuruluşu, siyasal parti, kent konseyi, vb.) dâhil olup olmadıkları ve hangi aktöre dâhil oldukları 4. grafikte yer almaktadır.

Grafik-4. Kent aktörlerine dâhil olan-olmayan ve hangi aktöre dâhil oldukları



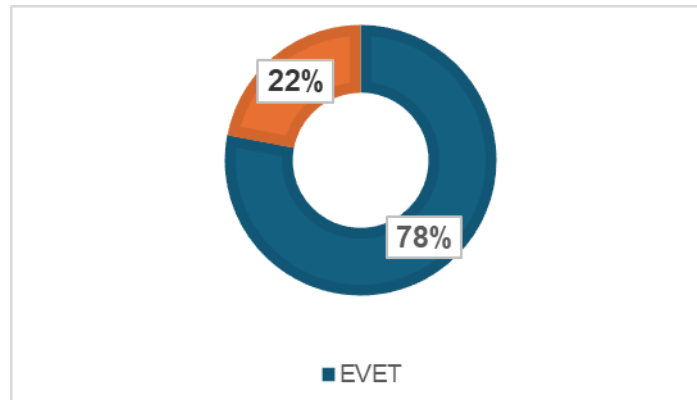
Araştırmaya katılanların %48'i kent aktörlerine (sivil toplum kuruluşu, siyasal parti, kent konseyi, vb.) dâhildir. %52'si ise dâhil değildir. Katılımcıların %33,5'i sivil toplum kuruluşlarına, %11'i siyasi partilere, %0,5'i de kent konseyine dâhildir. %56'sı ise bu aktörlerin hiçbirine dâhil değildir.

4. Araştırma Bulguları

Araştırmada halkın sosyal medya kullanımları, Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya araçlarına olan ilgileri, kent yönetimine katılma eğilimleri, katılım oranları ve sosyal medyanın katılım üzerindeki etkisinin ne kadar olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında katılımcılara sorulan sorular ve sorulara verdikleri cevaplar aşağıda yer almaktadır.

Soru 1. Aktif bir sosyal medya kullanıcısı mısınız?

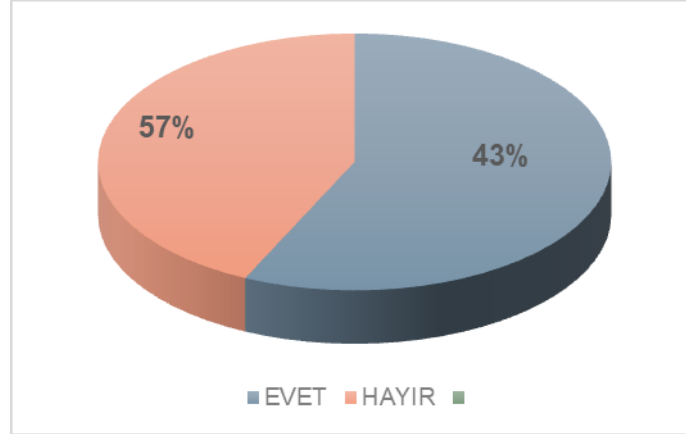
Grafik 5. Katılımcıların sosyal medya kullanımında aktif olup olmadıkları



Grafik 5'te görüldüğü üzere katılımcıların %78'i aktif sosyal medya kullandıklarını belirtmektedir. %22 oranında katılımcı ise aktif sosyal medya kullanıcısı olmadıklarını belirtmiştir. Sosyal medya kullanımını aktif olarak yapanların fazla oluşu sosyal medyanın yerel katılım üzerindeki etkisini ölçme noktasında önemli bir veri arz etmektedir.

Soru 2. Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya/web sitesi/mobil uygulama/gazete gibi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullanıyor musunuz?

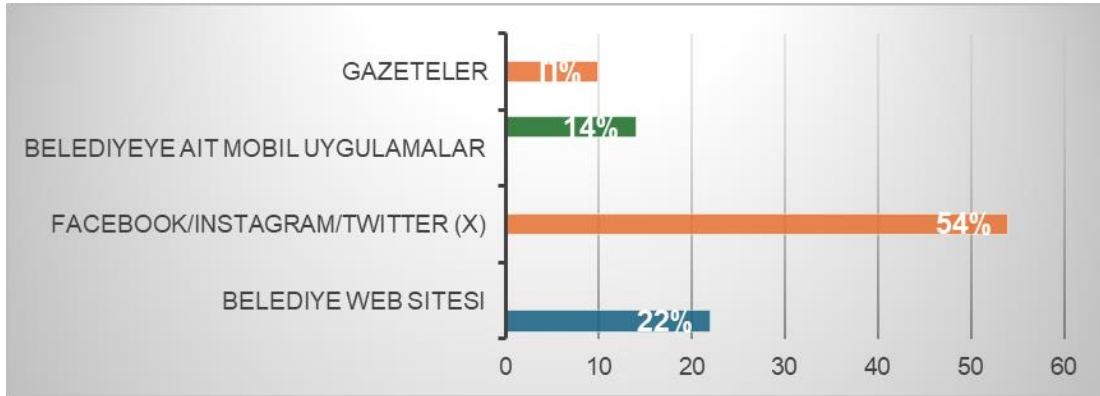
Grafik 6. Katılımcıların Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya/web sitesi/mobil uygulama/gazete gibi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullanıp kullanmadıkları



Grafik-6'ya göre katılımcıların %57'si Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya/web sitesi/mobil uygulama/gazete gibi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullandıklarını belirtmiştir. %43'ü ise aktif kullanmadıklarını belirtti. 1. soruda %78 oranında aktif sosyal medya kullanan katılımcı bulunurken, belediyeye ait sosyal medya araçlarını aktif kullanımda bu oran %57'ye kadar düşmektedir. Sosyal medyayı aktif kullanan kişilerin yaklaşık %22'si belediyeye ait sosyal medya araçlarını aktif kullanmamaktadır.

Soru 3. Belediyeye ait hangi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullanıyorsunuz? 2. soruya evet cevabını verenlerin yanıtlanması istenmektedir.

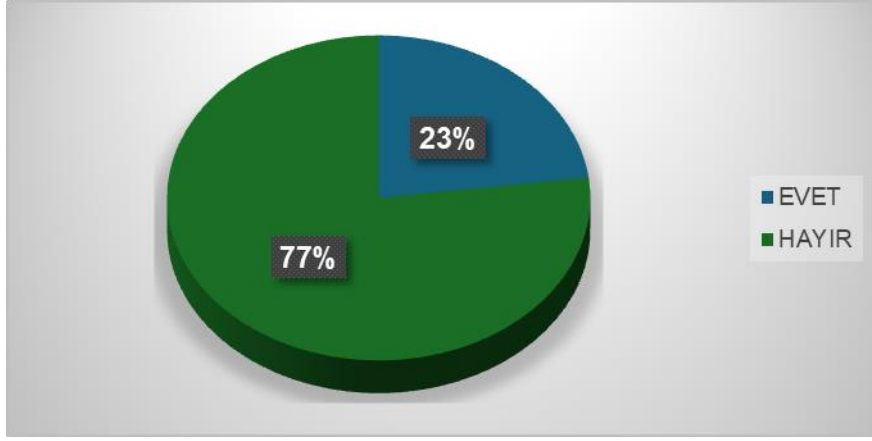
Grafik-7 Belediyeye ait aktif kullanılan halkla ilişkiler araçları



Grafik-7'ye göre katılımcıların, %54'ü belediyenin Facebook, Instagram ve Twitter (X) platformlarını aktif olarak kullandıklarını belirtmiştir. %22'si belediyenin web sitesini, %14'ü belediyeye ait mobil uygulamayı ve %10'u da belediyenin çıkardığı gazeteleri aktif olarak kullandığını söylemektedir. Bu oranlarda dikkat çeken husus katılımcıların yarısından fazlasının sosyal medya mecralarını kullanmasıdır. Sosyal medyanın önemi bir kez daha göze çarpmaktadır.

Soru 4. Kendinizi kent yönetimine dâhil hissediyor musunuz?

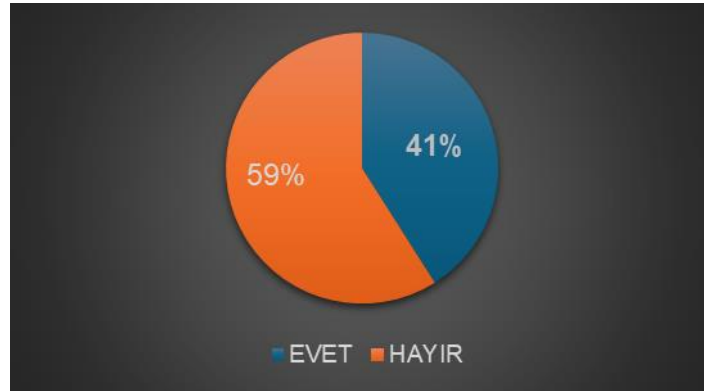
Grafik-8 Kent yönetimine ait hissetme



Grafik-8'de katılımcıların %23'ü kendilerini kent yönetimine ait hissederken, %77'si kendilerini kent yönetimine ait hissetmediklerini beyan etmişlerdir. Bu oran vatandaşların yönetime katılma noktasında yeterli fırsata sahip olmadıklarını düşündüklerini göstermektedir.

Soru 5. Eğer 4. soruya "evet" cevabını verdiyseniz bu dâhil olma hissi belediyenin yönetim tarzıyla ilgili midir?

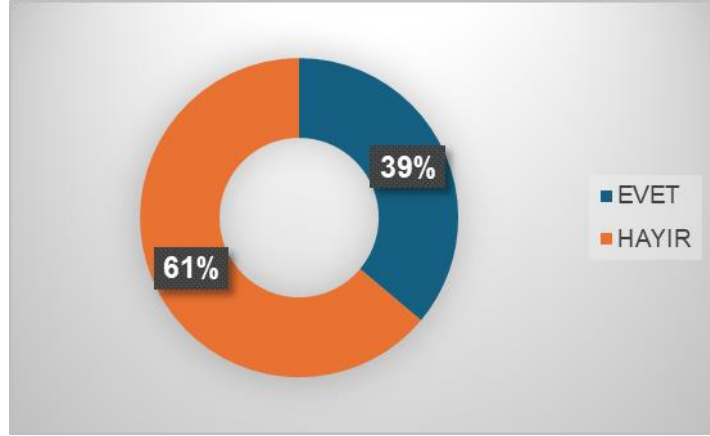
Grafik-9 Dâhil olma hissi belediyenin yönetim tarzı ile ilgi olma durumu



Grafik-9'a göre, 4. soruda kendimi kent yönetimine ait hissediyorum diye cevap veren katılımcıların sadece %41'i bu aidiyetin sebebini belediyenin yönetim anlayışı ile örtüştürmüştür. Geriye kalan %59 bu aidiyeti belediye yönetim tarzı ile ilişkilendirmemiştir.

Soru 6. Sosyal medya aracılığı ile kentsel faaliyetlerin planlanması noktasında görüş ve önerilerinizi kent yönetimine belirtiyor musunuz?

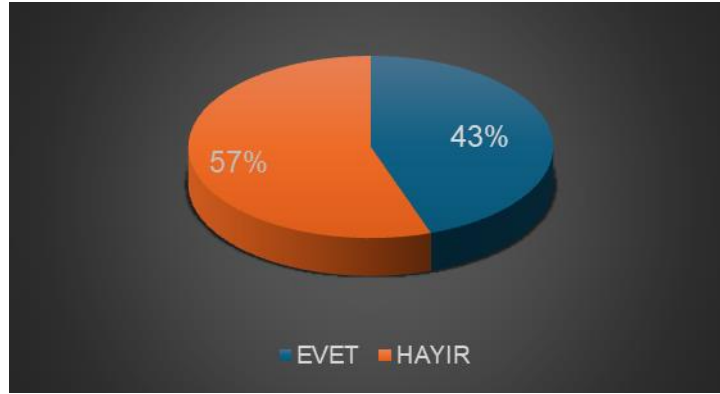
Grafik-10 Görüş ve önerilerini kent yönetimine belirtme



Grafik-10'a göre katılımcıların %39'u kentsel faaliyetlerin planlanmasında görüş ve önerilerini sosyal medya aracılığı ile belediyeye bildirdiklerini belirtmiştir. Katılımcıların %61'i ise görüş ve önerilerini belediyeye bildirmediğini belirtmektedir. Yerel katılım açısından %39 düşük bir oran olarak karşımıza çıkmaktadır. Herkesin sahip olduğu cep telefonu ile kısa sürede yapılabilecek bir işlemin yapılmasının düşük oranda kalmasının temel nedeni görüş ve önerilerin dikkate alınmayacağı düşüncesidir. Bir sonraki soru da bunun cevabını net olarak vermektedir.

Soru 7. Eğer 6. soruya "evet" cevabını verdiyseniz belirttiğiniz görüş ve önerilerinizin ciddiye alındığını düşünüyor musunuz?

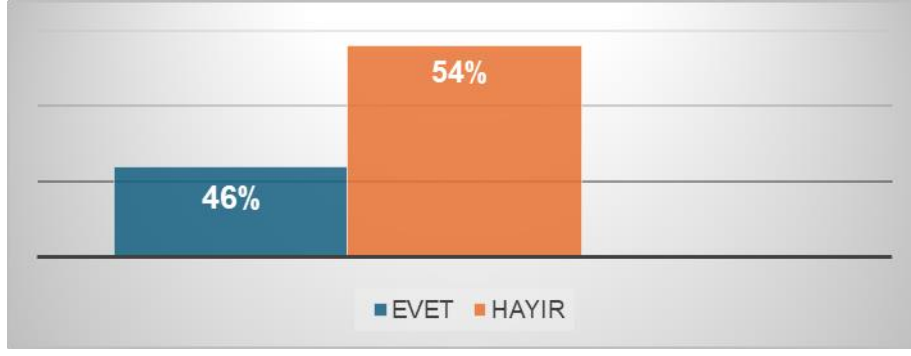
Grafik-11 Görüş ve öneriler ciddiye alınıyor mu?



Grafik-11'e bakıldığında 6. soruya evet cevabı veren katılımcıların da %57'si görüş ve öneri bildirmelerine rağmen bu durumun ciddiye alındığını düşünmemektedir. 6. sorudaki evet oranının düşük olduğunu belirtmiştik. Bu düşük oranı oluşturan katılımcıların sadece %43'ünün görüş ve önerilerinin ciddiye alındığını belirtmesi de yerel katılım açısından düşündürücüdür.

Soru 8. Kentsel faaliyetlerin planlanmasında ve yürütülmesinde halk katılımı için belediye yönetiminin fırsat sunduğunu düşünüyor musunuz?

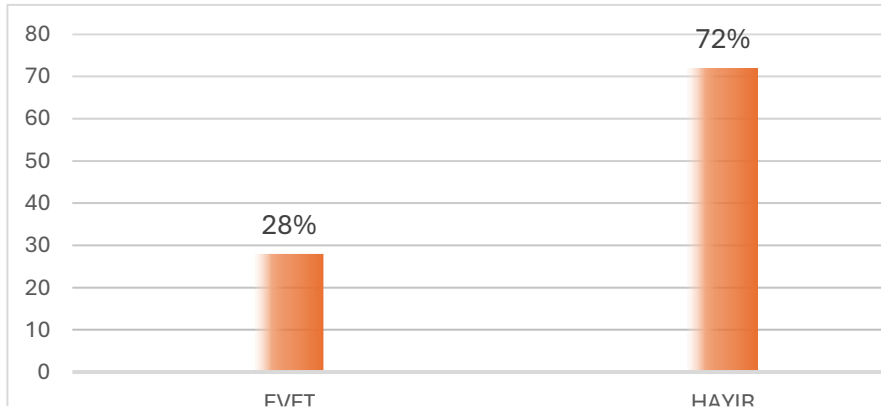
Grafik-12 Halk katılımı için belediye fırsat sunuyor mu?



Grafik-12'ye göre katılımcıların %46'sı halk katılımı için belediyenin fırsat sunduğunu düşünürken, katılımcıların %54'ü ise belediyenin halk katılımı noktasında gerekli fırsatları sunmadığını düşünmektedir. Bu oranlar dikkate alındığında belediyenin halk katılımını teşvik noktasında zayıf kaldığı görülmektedir.

Soru 9. Halkın, belediye meclis toplantılarına ilgi gösterdiğini düşünüyor musunuz?

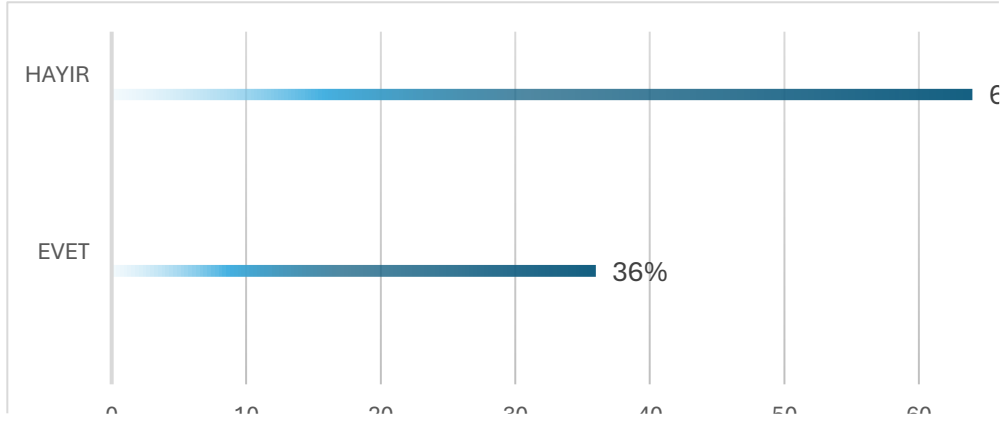
Grafik-13. Belediye meclis toplantılarına ilgi gösteriliyor mu?



Grafik-13'göre katılımcıların %28'i halkın belediye meclis toplantılarına ilgili olduğunu düşünürken, %72'si ise halkın meclis toplantılarına ilgisiz olduğunu belirtmektedir. Yerel katılımın en önemli unsurlarından olan belediye meclis toplantılarına halkın katılımı noktasında bu kadar düşük oranda ilginin olduğu düşünülmesi olumsuz bir algı yaratmaktadır.

Soru 10. Siz, belediye meclis toplantılarına karşı ilgili misiniz?

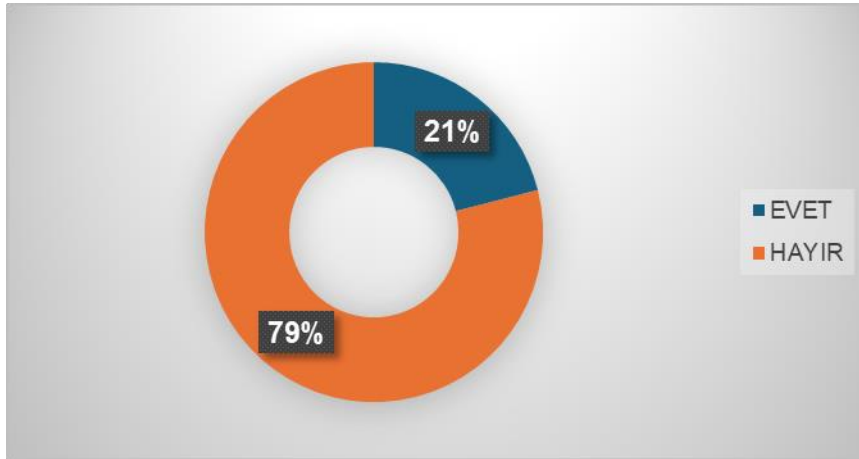
Grafik-13. Belediye meclis toplantılarına ilgili olma durumu



Grafik-10'a göre katılımcıların %36'sı belediye meclis toplantılarına ilgili olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların %64'ü ise belediye meclis toplantılarına ilgi göstermedikleri cevabını vermiştir. Bir önceki soruda halkın ilgili olup olmadığına %72 oranında ilgisiz diye görüş bildiren katılımcılar, bu kez kendilerinin birebir ilgili olup olmadıkları sorulunca yine bir önceki soruya yakın bir oranda ilgisiz olduklarını beyan etmişlerdir.

Soru 11. Hiç belediye meclis toplantısına katıldınız mı?

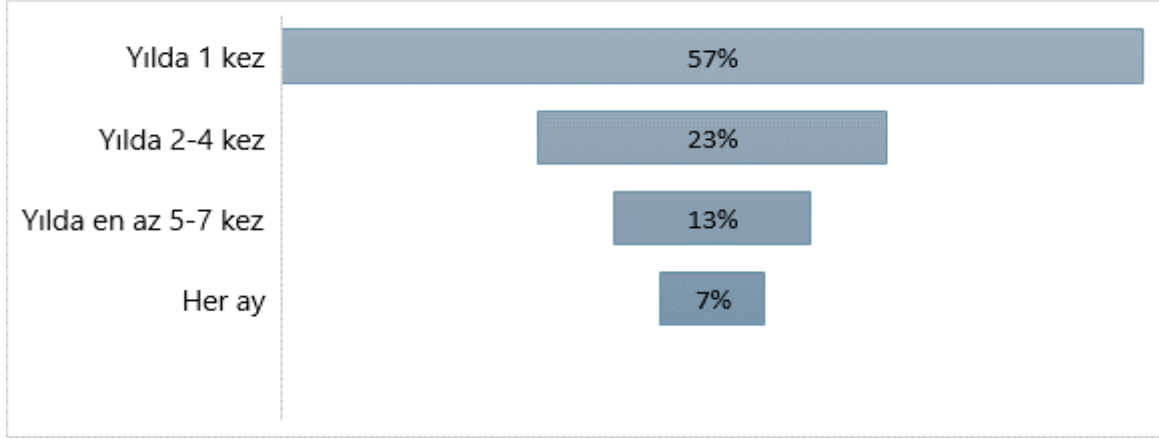
Grafik-14. Belediye meclis toplantılarına katılma durumu



Grafik-14'e göre katılımcıların sadece %21'i belediye meclis toplantılarına katılım göstermiştir. Katılımcıların %79'u ise belediye meclis toplantılarına hiç katılmamıştır. Bu oranlara bakıldığında katılımın önemli bir unsuru olan belediye meclis toplantılarına katılım oranının yerel katılım açısından çok düşük kaldığı net bir şekilde görülmektedir.

Soru 12. Eğer 11. soruya cevabınız evet ise 1 yıl içinde kaç kez katıldınız?

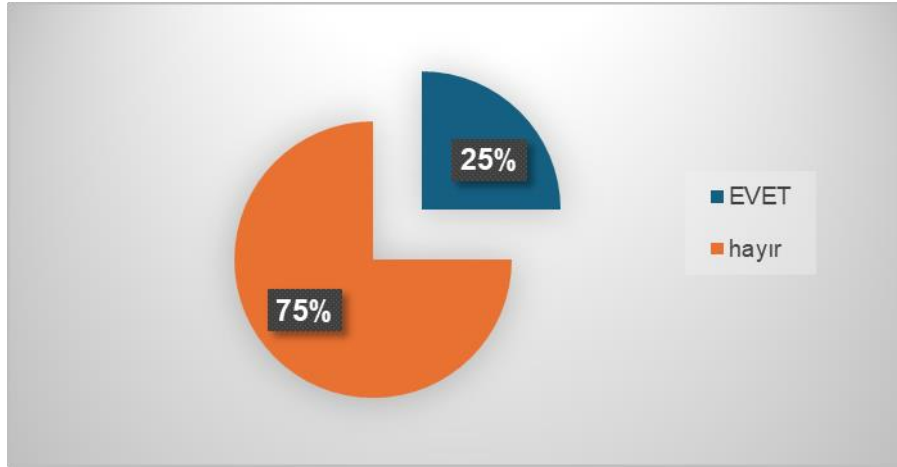
Grafik-15. 1 yıl içinde katılım sayısı



Grafik-15' göre, 11. soruya evet cevabı veren katılımcıların belediye meclis toplantılarına katılma oranına baktığımızda, yılda 1 kez katılanların oranı %57, yılda 2-4 kez katılanların oranı %23, yılda en az 5-7 kez katılanların oranı %13 ve her ay katılanların oranı ise %7'dir. Meclis toplantılarına katılımın %21'de kaldığı bir durumda katılanların yarısından fazlasının yılda sadece 1 kez katılmış olmaları da yerel katılım açısından düşündürücüdür.

Soru 13. Belediye meclis toplantıları sosyal medya aracılığı ile halka açık olmalı mıdır?

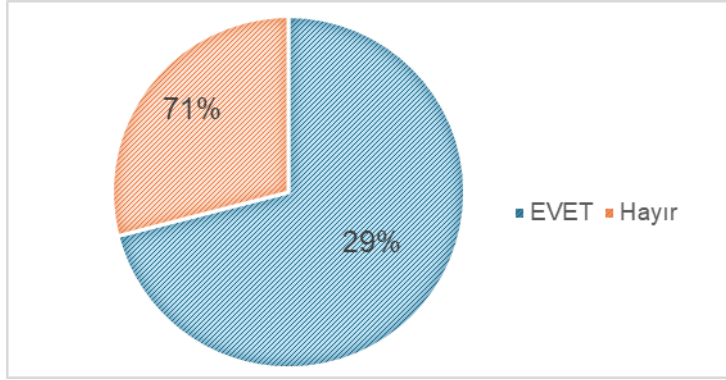
Grafik-16. Belediye meclis toplantılarının halka açık olma durumu



Grafik-16'ya göre katılımcıların %61'i belediye meclis toplantılarının sosyal medya aracılığıyla halka açık olması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcıların %39'u ise belediye meclis toplantılarının sosyal medya aracılığıyla halka açılmasına gerek olmadığını düşünmektedir. Yerel katılım açısından sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantılarının halka açık olması önemli bir husustur.

Soru 14. Eğer 13. soruya cevabınız evet ise belediye meclis toplantıları sosyal medya aracılığı ile halka açık olsa düzenli olarak katılım gösterir misiniz?

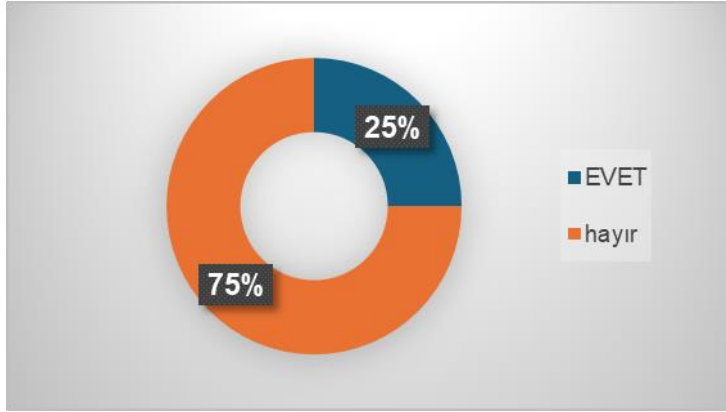
Grafik-17. Düzenli katılım durumu



Grafik-17'ye göre 13. soruya evet cevabı veren katılımcıların %71'i belediye meclis toplantıları sosyal medya aracılığı ile halka açık durumda olursa toplantılara katılım gösterebileceğini belirtmektedir. Katılımcıların %29'u ise katılım sağlamayacağını söylemiştir.

Soru 15. Sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına hiç katıldınız mı?

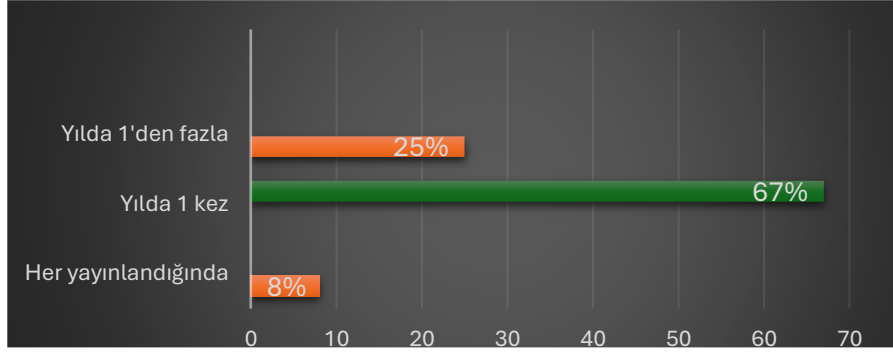
Grafik-18. Sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katılma durumu



Grafik-18'e göre katılımcıların sadece %25'i Sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katılmıştır. Katılımcıların %75'i ise meclis toplantılarına sosyal medya aracılığı ile hiç katılım göstermemiştir. Oysa 13. soruda katılımcıların %71'i belediye meclis toplantıları sosyal medya aracılığı ile halka çık durumda olursa toplantılara katılım gösterebileceğini belirtmesine rağmen somut katılım oranı bu oranın çok altında kalmıştır.

Soru 16. Eğer 15. soruya evet cevabı verdiyseniz Belediye meclis toplantılarına sosyal medya aracılığı ile ne kadar sıklıkla katılım göstermektedirsiniz?

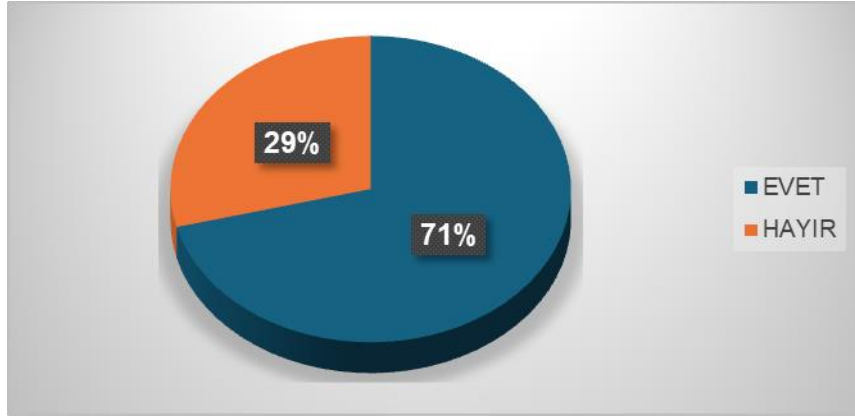
Grafik-19. Sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katılma sıklığı



Grafik-19'a göre, 15. soruya evet cevabı veren katılımcıların %67'si yılda sadece 1 kez sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katılım göstermiştir. Katılımcıların %25'i yılda 1'den fazla, %8'i ise de her yayınlandığında sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katılım göstermiştir.

Soru 17. Sosyal medyanın halk katılımı için etkili bir araç olduğunu düşünüyor musunuz?

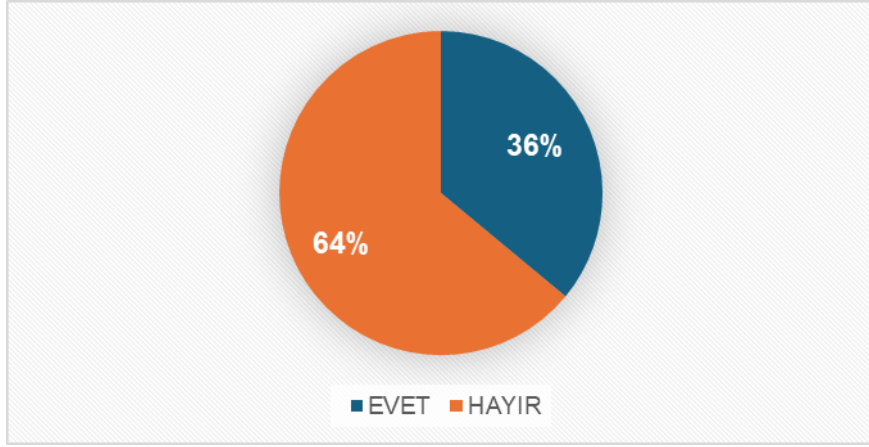
Grafik-20. Sosyal medya halk katılımı için etkili mi?



Grafik-20'ye göre katılımcıların %71'i sosyal medyanın halk katılımı için önemli bir araç olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %29'u ise bunun tam tersini düşünmektedir. Katılımcıların önemli bir çoğunluğunun bu soruya evet cevabı vermesi yerel katılımın önemli bir unsuru haline gelen sosyal medya aracılığı ile katılım unsuru açısından önem arz etmektedir.

Soru 18. Belediye meclis toplantı çıktıları hakkında bilgi ediniyor musunuz?

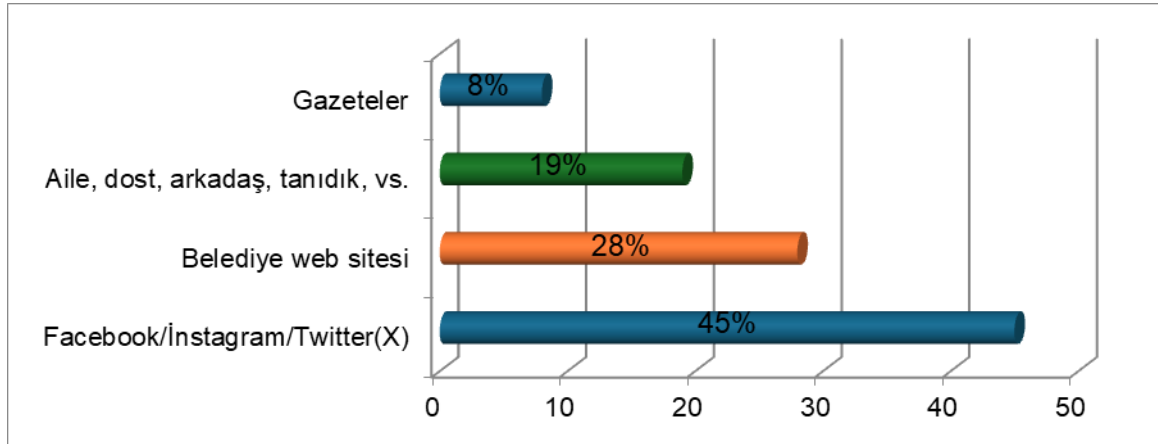
Grafik-21. Belediye meclis toplantı çıktıları hakkında bilgi edinme durumu



Grafik-21'e göre katılımcıların %36'sı Belediye meclis toplantı çıktıları hakkında bilgi edinmekte, % 64'ü ise bilgi edinmemektedir. Belediye meclis toplantılarını sadece sosyal medyadan izlemek yerel katılım açısından yeterli değildir. Alınan kararlar ve uygulamalar hakkında gerekli bilgileri temin etmek ve okumak da çok önemlidir.

Soru 19. Eğer 18. soruya cevabınız evet ise hangi araç ile bilgi edinmektesiniz?

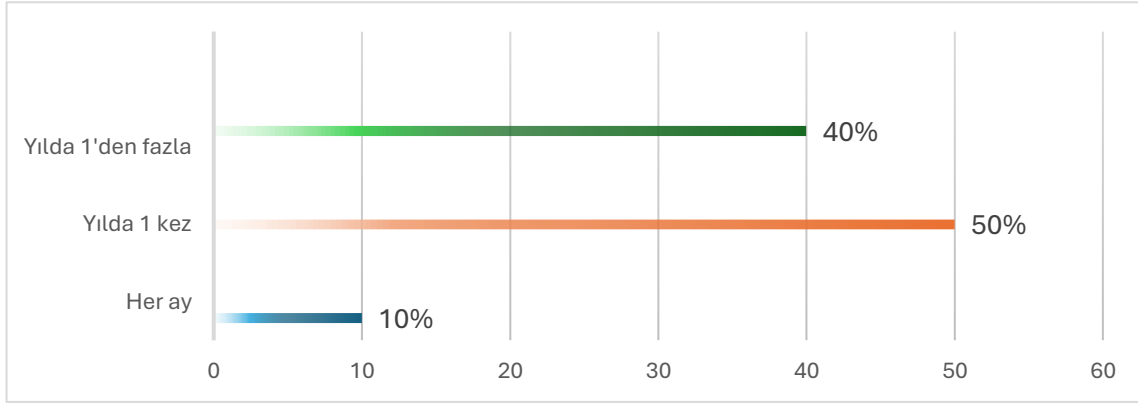
Grafik-22. Bilgi edinilen araçlar



Grafik-22'ye göre 18. soruya evet cevabı veren katılımcıların %45'i bilgileri sosyal medya aracılığı ile elde ettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların %28'i belediyenin web sayfasından, %19'u aile, dost, arkadaş, tanıdık, vs. yolu ile %8'i ise de gazeteler yolu ile bilgi edindiklerinin söylemektedir.

Soru20. Eğer 18. soruya cevabınız evet ise meclis toplantılarının 1 yılda ne kadarı hakkında bilgi edindiniz?

Grafik-23. 1 yılda ne kadar sıklıkta bilgi edinildi?



Grafik-23'e göre göre 18. soruya evet cevabı veren katılımcıların yarısı yılda sadece 1 kez Belediye meclis toplantı çıktıları hakkında bilgi edindiğini belirtmiştir. Katılımcıların %40'ı yılda birden fazla, %10'u da her ay bilgi edinmektedir. Sıklıkları fazla olmasa da en az 1 kez ve 1'den daha fazla kez belediye meclis toplantı çıktıları hakkında bilgi ediniliyor olması yerel katılım açısından değerlidir.

6. Sonuç ve Tartışma

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ile insanların sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal medya insanların sosyal ve siyasal çevre ile çevrimiçi etkileşiminin artmasını sağlamıştır. Yerel yönetimler de bu etkileşimi fırsata dönüştürerek halk katılımını artırmayı hedeflemektedirler. Yerel yönetimler düzeyinde de sosyal medya kullanımı önem arz etmektedir. Yerel yönetimlerde halka en yakın birim belediyelerdir. Sosyal medya kullanımının yaygın oluşunu belediyelerde de fırsata çevirmek istemektedir. Sosyal medya aracılığı ile halka farklı katılım kanalları sunulabilmektedir. Vatandaş katılımını önemseyen belediyeçilik anlayışında sosyal medyanın rolü önemlidir.

Bu çalışmada Zonguldak ili özelinde, Zonguldak Belediyesi'nin sosyal medya faaliyetlerinin yerel katılıma etki eden değişkenler açısından Zonguldak merkezde yaşayan yerel halkın yerel katılıma olan duyarlılığına etkisi ölçülmüştür. Araştırmada elde edilen bulgular neticesinde; araştırmaya katılanların %78'i aktif sosyal medya kullandıklarını belirtmektedir. Katılımcıların %22'si ise aktif sosyal medya kullanıcısı olmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %57'si Zonguldak Belediyesine ait sosyal medya/web sitesi/mobil uygulama/gazete gibi halkla ilişkiler araçlarını aktif kullandıklarını belirtmiştir. %43'ü ise aktif kullanmadıklarını belirtti. İlk veride %78 oranında aktif sosyal medya kullanan katılımcı bulunurken, belediyeye ait sosyal medya araçlarını aktif kullanımda bu oran %57'ye kadar düşmektedir. Sosyal medyayı aktif kullanan kişilerin yaklaşık %22'si belediyeye ait sosyal medya araçlarını aktif kullanmamaktadır. Bu da belediyeye ait sosyal medya hesaplarına olan ilginin daha az olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %28'i halkın belediye meclis toplantılarına ilgili olduğunu düşünürken, %72'si ise halkın belediye meclis toplantılarına ilgisiz olduğunu belirtmektedir. Yerel katılımın en önemli unsurlarından olan belediye meclis toplantılarına halkın katılımı noktasında bu kadar düşük oranda ilginin olduğu düşünülmesi olumsuz bir algı yaratmaktadır. Ayrıca katılımcıların sadece %21'i belediye meclis toplantılarına katılım gösterdiklerini beyan etmiştir. Katılımcıların %79'u ise belediye meclis toplantılarına hiç katılmamıştır. Bu oranlara bakıldığında katılımın önemli bir unsuru olan belediye meclis toplantılarına katılım oranının yerel katılım açısından çok düşük kaldığı net bir şekilde görülmektedir. Katılımcıların sadece %25'i sosyal medya aracılığı ile belediye meclis toplantısına katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %75'i ise meclis toplantılarına sosyal medya aracılığı ile hiç katılım göstermemiştir. Oysa katılımcıların %71'i belediye meclis toplantıları sosyal medya aracılığı ile halka çık durumda olursa toplantılara katılım gösterebileceğini belirtmesine rağmen somut katılım oranı bu

oranın çok altında kalmıştır. Katılımcılar sosyal medya kullanımını önemsemekte ve yerel katılım açısından bunun önemli olduğunu %71 oranında kabul etmektedir. Ancak uygulama aşamasında yani aktif olarak sosyal medya aracılığı ile yerel katılıma dâhil olma konusunda oran %25'e düşmektedir. Sonuç olarak, katılımcılarda belediye tarafından sosyal medya aracılığı ile aktif katılımı sağlayan görüş ve öneri gibi katılım fırsatları sunulsa da görüş ve önerilerin ciddiye alınmadığı düşüncesi hâkimdir.

Yerel yönetimler, özellikle vatandaşları doğrudan etkileyen konularda, sosyal medya aracılığıyla çeşitli katılım kanalları sunarak vatandaş katılımını önemli ölçüde artırmayı hedeflemektedir. Bu platformlar üzerinden vatandaşları katılıma teşvik edecek stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Yüksek etkileşim seviyelerine sahip sosyal medya platformlarında yerel yönetimlerin varlığı, vatandaş katılımını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle, yerel yönetimlerin sosyal medya aracılığıyla vatandaş katılımını teşvik etmeye yönelik stratejiler geliştirmesi önemlidir.

Sosyal medyanın varlığı yalnızca stratejik bir fırsat değil, aynı zamanda yerel yönetimlerin bilgi yayma ve vatandaşlarla etkileşim kurma süreçlerinde önemli bir destek mekanizmasıdır. Ancak bu desteğin etkili olabilmesi için yerel yönetimlerin, vatandaşların bu etkileşimler sırasında seslerinin duyulduğunu ve ciddiye alındığını hissetmelerini sağlaması gerekmektedir.

Arzu edilen katılım seviyesine ulaşmanın anahtarı, vatandaşların yerel belediyelerine olan güveninin oluşturulmasında yatmaktadır. Bu bağlamda, yenilikçi stratejilerin geliştirilmesi giderek daha önemli hale gelmektedir. Ayrıca, vatandaş katılımı, yerel yönetimlerin performansını değerlendirmede hayati bir rol oynamaktadır çünkü bu katılım, kamu hizmetlerinin topluma ne ölçüde değerli ve etkili bir şekilde sunulduğuna dair önemli bilgiler sağlar. Bu değerlendirme süreci, yerel yönetim politikalarının şekillendirilmesini doğrudan etkilemektedir. Yeterli vatandaş katılımının olmaması, yerel yönetimlerin başarılarını doğru bir şekilde ölçme yetilerini engellemektedir. Sonuç olarak, kamu hizmetlerinin etkinliğinin değerlendirilmesindeki yetersizlik, yerel yönetimlerin geleceğine dair ciddi endişelere yol açmaktadır.

Etik Standart ile Uyumluluk

Çıkar Çatışması: [TR] Yazar / yazarlar, kendileri ve / veya diğer üçüncü kişi ve kurumlarla çıkar çatışmasının olmadığını veya varsa bu çıkar çatışmasının nasıl oluştuğuna ve çözüleceğine ilişkin beyanlar ile yazar katkısı beyan formları makale süreç dosyalarına ıslak imzalı olarak eklenmiştir.

[EN] The author(s) declare that they do not have a conflict of interest with themselves and/or other third parties and institutions, or if so, how this conflict of interest arose and will be resolved, and author contribution declaration forms are added to the article process files with wet signatures.

Etik Kurul İzni: Bu çalışma için Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu tarafından, 17.04.2024 tarihli 13/31 karar numarası ile etik sakınca bulunmadığı kararı verilmiştir.

Finansal Destek: Bu çalışmada herhangi bir finansal destek yoktur.

KAYNAKÇA

Curtis L., Edwards, C., Fraser, K., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K. ve Tatlıcı, K. (2010). Adoption of Social Media for Public Relations by Nonprofit Organizations, *Public Relations Review*, 36, 90-92.

Deniz, G. (2019). Yerel siyaset açısından Türkiye'de büyükşehir belediye yönetimi. Ankara: Gece Akademi.

- Effing, R., Van Hillegersberg, J. & Huibers, T.W.C. (2013). Social Media Participation and Local Politics: A Case Study of the Enschede Council in the Netherlands. In: Wimmer, M.A., Tambouris, E., Macintosh, A. (eds) Electronic Participation. ePart 2013. Lecture Notes in Computer Science, vol 8075. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-40346-0_6
- Eryeşil, K., Alptürker, H. & Taşpınar, Y. (2021). Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Van Edremit Belediyesi Örneği, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Van özel sayı: 831-854.
- Fidan, A. (2023). X, Y, Z ve Gelecekteki Alfa, Beta, Gamma Kuşakları Kişilik Tiplerinin Kamusal Yaşama Katılım Düzeyleri, Ed. Karatepe, S., Uludağ D., Soyer, M., Ceyhan, S., *Kişilikte Güncel Çalışmalar*, Ankara: Nobel Yayınları, ss: 179-194.
- Göçoğlu, İ.D. (2020). *Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Yerel Katılım: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Bir Analiz*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Görmez, K. (1997). Yerel demokrasi ve Türkiye (2. b.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Kahkeci, H. & Bucak, A. (2019). Belediyelerde İletişim Stratejilerinde Dijital İletişim Sistemi ve Sosyal Medya Uygulamaları: Şanlıurfa Örneği, *Strategic Public Management Journal*, 5(9), 55-64.
- Kaypak, Ş. (2011). *Katılımcı yönetim mekanizması olarak kent konseyleri*. Kent Konseyleri Sempozyumu (2.b.). Bursa: Bursa Kent Konseyleri Bilimsel Yayınlar Dizisi
- Keleş, R. (2011). Yerinden yönetim ve siyaset (7. b.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Kwon, KH, Shao, C. & Nah, S. (2020). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. *Journal of Information Technology & Politics*, 18 (1), 55–69. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1805086>
- Mergel, I. (2013). Social Media Adoption and Resulting Tactics in The U.S. Federal Government, *Government Information Quarterly*, 30(2), 123-130
- Solmaz, B. & Görkemli, H.N. (2012). Büyükşehir Belediyeleri ve Sosyal Medya Kullanımı, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 9-20.
- Şenyurt, G. (2016). Belediyelerin halkla ilişkiler uygulamalarında internetin ve sosyal medyanın kullanımı: Konya merkez ilçe belediyeleri üzerine bir inceleme, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(1), 44-67.
- Tarhan, A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 35, 79-101.
- Yalçındağ, S. (1977). İlçe özel yönetimi: Kırsal yöreler için yeni bir demokratik yerel yönetim birimi denemesi. Ankara: TODAİE Yayınları
- Yeşildal, A. (2019). Sosyal Medya, Yerel Yönetimler ve Katılımcı Yönetim: Bilgi Çağında Belediyeler için Yeni Stratejiler, *İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi*, 22, 883-902.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The aim of the study is to measure the impact of Zonguldak Municipality's social media activities on the willingness of people living in the center of Zonguldak to local participation in terms of variables affecting participation.

Research Question

To what extent do municipalities social media activities affect public participation in local government?

Method of the Study

It is important to get the views of all local actors, public institutions, students and all segments of the public in Zonguldak province. For this reason, a quantitative study was conducted by trying to include representatives for all segments of the public and using the survey method. According to 2024 data, the population of Zonguldak center is 117,360 people. The sample size of the study was determined as 385 people according to 95% confidence level, 5% margin of error and total population size of 117,360. Data were collected through Google Forms. All questions were marked as mandatory in order to avoid missing data problems. Binary Likert was used, and overall perception was aimed to be measured. The data required for analysis were transferred through the export option by using Google Forms's export option and the statistical data were downloaded to Excel form for analysis.

Results

Today, with the rapid development of technology, people's use of social media is increasing day by day. Social media has increased people's online interaction with the social and political environment. Local governments aim to increase public participation by turning this interaction into an opportunity. The use of social media is also significant at the level of local governments. Municipalities, being the closest administrative units to the public, seek to leverage the widespread use of social media. Through social media, various participation channels can be offered to the public. The role of social media is crucial in fostering a municipal approach that prioritizes citizen participation.

In this study, the effect of social media activities of Zonguldak Municipality on the sensitivity of local residents to civic participation was measured focusing on variables affecting local engagement. The findings revealed that 78% of participants actively use social media, while 22% do not. Additionally, 57% of the participants reported actively using public relations tools such as the Municipality's social media, website, mobile applications, and newspapers whereas 43% stated that they do not use them actively. While 78% of the participants are active social media users, this rate drops to 57% when it comes to the active use of municipality's social media tools. This indicated that approximately 22% of active social media users do not engage with the municipality's social media accounts, suggesting lower interest in these platforms. Furthermore, 28% of participants believe the public is interested in the municipal council meetings, while 72% think otherwise. Such a low level of interest in municipal council meetings, a key element of local participation, creates a negative perception. Only 21% of participants reported attending the municipal council meetings, while 79% have never attended. Looking at these rates, it is evident that the rate of participation in municipal council meetings is very low. Similarly, just 25% of the participants stated that they have participated in the municipal council meetings via social media, compared to 75% who have never done so. Although 71% of participants expressed a willingness to attend municipal council meetings if accessible through social media, the actual participation rate remained significantly lower at 25%. Participants recognize the importance of social media for local participation. 71% agreed on its significance. However, the implementation phase, i.e.

actively participating in local engagement through social media, shows a stark drop to 25%. This suggests that, while the municipality provides opportunities for active participation, such as submitting opinions and suggestions, participants feel their input is not taken seriously.

Local governments should strive to significantly increase citizen participation by offering diverse social media channels, particularly on issues that affect citizens. They must develop strategies to encourage civic engagement through these platforms. Local government's presence on social media platforms with high levels of interaction significantly influences citizen participation. Therefore local governments need to develop strategies to foster citizen engagement through social media. The existence of social media is not merely a strategic opportunity; it also serves as a crucial support mechanism for local governments in disseminating information and facilitating interaction with citizens. However, for this support to be effective, local governments must ensure that citizens feel their voices are heard and taken seriously during these interactions.

The key to achieving the desired level of participation lies in cultivating citizens trust in their local municipalities. In this context, the development of innovative strategies becomes increasingly important. Furthermore, citizen participation plays a vital role in assessing the performance of local governments, as it provides insight into the extent to which public services are perceived as valuable and effectively delivered to the community. This evaluation process directly influences the formulation of local government policies. A lack of sufficient citizen participation hinders the ability of local governments to measure their success accurately. Consequently, the inability to assess the effectiveness of public services raises critical concerns regarding the future of local governments.