

Devlet-Vatandaş İlişkisinde Kamu Web Siteleri ve Sosyal Medyanın Etkisi

Ali YILDIRIM¹

Özet

Bu makale, Türkiye’de kamu kurumlarının sosyal medya kanallarını ve web sitelerini kullanarak kamuoyunda nasıl bir güven oluşturduğu ve web site ve sosyal ağların devlet kurumlarına güven konusunda katkılarını ölçme amacı taşımaktadır. Yeni medya kanallarında itibar yönetme ve hedef kitlede güven oluşturma süreci sosyal ağların gelişimiyle birlikte 2000’li yılların başında başlamıştır. 2005 yılında Facebook’un, 2006 yılında Twitter’ın kurulmasıyla yeni bir sosyal toplum düzeni ortaya çıkmış, bireyler arasında ağlara bağlı bir iletişim kurma süreci başlamıştır. Kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşan bu ağlar, ticari amaç güden kuruluşların dikkatini çekmekle kalmayarak, kamu hizmeti yapan kurumlar tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. Yeni medya kanallarını kullanarak bireysel kullanıcılarla birebir iletişim kurma imkânı elde eden kurumlar, kitlesel yayımlar yerine kişiye özel iletişim çalışmalarını gerçekleştirmeye yönelmiştir. Bu kapsamda bu makalede İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri, akademik ve idari personeliyle bir anket gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, devlet ve belediye web siteleri ve sosyal hesaplarıyla başarılı deneyimi olan kullanıcılar, devlet ve belediyelere daha fazla güven duymaktadır. Bu siteler ve sosyal hesaplarla deneyimi olmayan veya başarısız olan vatandaşlar, devlet ve belediyelere daha az güven duymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Web site, sosyal medya, devlet, vatandaş, güven*

¹ (Arş.Gör.) İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü

Government Websites and Social Media's Influence on Government and Public Relationships

Abstract

The aim of this article is to evaluate the effect of websites and social media and its contribution to the trust relationship between government and its public. Managing reputation and building trust for target audiences via new media tools started in the beginning of millennium years, 2000. With the founding of Facebook in 2005, Twitter in 2006, new social community and interpersonal communication via mobile and internet networks has appeared. These networks has reached millions in a short time, not only people but also corporations and public organizations used that new media tools and networks for its commercial goals. For this reason, We made a research for this article with the academic and administrative staff of Istanbul Aydın University. According to the findings, people who use public organizations' social account in social media and websites successfully more trust the government then people who use unsuccessfully.

Keywords: *websites, social media, government, citizen, trust.*

Giriş

Yeni medya teknolojileri günümüz dünyasında geleneksel medya araçlarından farklılaşarak yeni bir iletişim ortamı yaratmıştır. İçeriğin kullanıcılar tarafından belirlendiği yeni medya kanallarında asıl söz sahipleri, geleneksel medyada pasif izleyici olan kitleler olmuştur. Bu kitlelerin belirlediği içerik, zamanla geleneksel medyayı da etkileyerek yeni bir kamusal alanın habercisi olmuştur. Anındalık, eşzamansızlık, etkileşimlilik, kullanıcı türevli içerik olarak özellikleri sıralanan yeni medya araçları, web 2.0 dönemi olarak kavramsallaştırılmıştır. Sohbet ve forum sitelerinin kullanımının yaygın olduğu 90'lar ise web 1.0 dönemi olarak belirlenmiştir. Günümüzde web 3.0 dönemi konuşulmakta ve kullanılan site ve ağların daha akıllı bir nitelik kazanacağı öngörülmektedir.

Sosyal ağların ve iletişim teknolojisini taşıyan cihazların üretim maliyetlerinin düşmesiyle kullanımının yaygınlaşması ve kolay kullanım özelliklerinin çoğalması özel ve kamu kurumlarının ilgisini bu yöne yöneltmiştir. Günümüzde milyonlarca insan sosyal ağlar aracılığıyla iletişim kurmakta, fotoğraf, video, link ve veri paylaşmaktadır.

Bu çalışma, devletin vatandaşa hizmet amaçlı kurduğu web siteleri ve sosyal medya hesaplarının, devlete olan güven ilişkisini irdelemeyi amaçlamıştır. Bu anlamda İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri, akademik ve idari personeliyle bir anket gerçekleştirilmiştir. Anket, demografik bilgilerle başlayarak, evet-hayır'lı sorular, açık uçlu ve kapalı uçlu sorularla şekillenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre devlet kurumlarının web siteleri ve sosyal hesaplarıyla deneyime sahip olmayan, deneyimi olup başarısız kullanım gerçekleştiren vatandaşlar, devlete daha az güvenmektedir. Devlet kurumlarının web siteleri ve sosyal medya hesaplarıyla deneyime sahip olup başarılı kullanan vatandaşlar, kullanmayanlara göre daha fazla güvenmektedir.

1. Sosyal Medya

Sosyal medyanın temeli, internet teknolojilerinin gelişmesiyle paralel bir seyir izlemiştir. 90'larda forum ve sohbet sitelerinin yaygınlaşması ve internetin 1989 yılında dünya çapında bir ağ haline dönüşmesiyle kitlesel iletişim ortamlarının ilk izleri oluşmaya başlamıştır. Websitelerinin hızla yaygınlaşması, sohbete dayalı site yapılarının oluşması, Microsoft'un mesajlaşma servisinin kurulması, bireysel iletişimin önünü açmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, yüksek hızda ve yapıda veri taşıma kapasitelerinin artması, bir anlamda yeni medya gelişiminin önünü açmıştır.

Sosyal medya kavramı üzerine onlarca tanım yapılmış ve yapılmaktadır. Bu konuda belirli bir uzlaşma bulunmamaktadır. Wikipedia'da yer alan tanıma göre sosyal medya, bilgisayar tabanlı olup, bilgi paylaşımı ve değişimi, fikir paylaşımı, fotoğraf, video gibi çoklu medya içeriklerinin sanal ortamda paylaşılması olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımda ise internet tabanlı grup iletişimi olarak ifade edilmektedir (Wikipedia.com, 2015).

Sosyal medya kavramı, kendisiyle birlikte web 2.0 kavramını ortaya çıkarmıştır. Web 2.0 sıfır dönemi aslında sayısal tabanlı teknolojilerin gelişimidir. Sayısal tabanlı teknolojiler, verinin 1 ve 0 ile temsil edilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Analog sistemlerde veri, frekans ve boyutunda farklılık

olabilen devamlı elektrik sinyalleriyle somutlaşırken, sayısal sistemlerde 1 ve 0 ile temsil edilmekte ve herhangi bir veri kaybı yaşanmamaktadır. Sayısal sistemde veriler; ses, görüntü, video olarak ayrıştırılabilmekte, birbirine dönüştürülebilmektedir. Sesin yazıya, yazının görüntüye dönüştürülmesi gibi... Bu sistemde veriler büyük kapasitede saklanmaya ve iletmeye başlanmış ve medya değiştirilebilir ve dönüştürülebilir bir araç olmuştur (Karabulut, 2009: 88).

Demokrasinin geliştirilmesinde sosyal medya ağları anı zamanda bireylerin yaşamış olduğu kurumsal sorunlar için çözümler talep edeceği bir ortam durumuna gelmiştir. Herhangi bir kurum ile olan olumsuz iletişim, sosyal medya ağlarında dile getirilerek, hızlı bir çözüm alınabileceği hedeflenmektedir. Buna neden olan unsurlar ise sosyal medyanın hızlı yayılımcı bir yapıya sahip olmasıdır. Kurumlar bu gibi durumlarda marka algılarını olumsuz etkileyen mesajların yayılmasını engellemek için kurumsal hesapları aracılığıyla sorun yaşayan bireylerle birebir ilgilenerek çözüm yollarını devreye sokmaktadır.

2. Web Siteleri

Türkiye’de ilk internet bağlantısı 1993 yılında 64 kbps hız ile dönemin Başbakan Yardımcısı Erdal İnönü tarafından Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde gerçekleştirilmiştir. 64 kbps ile başlayan internet bağlantı hızı 2000 yılında 400mbps’ye, 2008 yılında 171 gbps’ye çıkmıştır (Kuyucu ve Karahisar, 2013: 25). Web siteleri, Tim Berners-Lee’nin 1989’da World Wide Web’i keşfetmesiyle (www.eticaretsozlugu.com) geliştirilen ve kullanıcılara belirli konularda bilgilendirme yapan sistemli, görsel, yazınsal ve sesli içeriğe sahip internet sayfalarıdır. WWW, bütün dünyadaki bilgisayarların birbiriyle iletişim kurabildiği büyük bir ağıdır. Her bir internet sayfasının bir IP’si olmakla birlikte, belirli bir isim ve protokollerle giriş yapılmaktadır. Bu siteler genelde tarihsel, sosyal ve siyasi bilgiler içermekle birlikte teknoloji ve bilim içerikli yayınlar da yapmaktadır.

Günümüzde web siteleri kullanıcıların istek ve beğenisine göre tasarlanarak yeni bir döneme girilmiştir. Artık web siteleri aracılığıyla ürün ve hizmet pazarlanarak, e-ticaret denilen yeni bir iş alanı ortaya çıkmıştır. Bunun yanında e-devlet, müşteri hizmetleri, e-bankacılık, e-hizmet gibi

kamusal ve özel hizmet sunan kurumlar da internet siteleri üzerinden güvenli bankacılık ve kamu hizmeti sağlamaktadır. Bunun içerisinde web sitelerinden kullanıcılar fatura, vergi gibi ödemelerini yaparken, adli ve hukuki işlerini de herhangi bir kuruma gitmeden yürütebilmektedir. Web siteleri özellikle bankacılık ve kamusal işlerde vatandaşlara kolaylık sağlayarak zamandan tasarruf sağlamak ve hizmet üreticisine karşı da bir güven inşa etmektedir.

Bununla birlikte web sitelerinin gelişmesi ve sunulan hizmetlerin çeşitlenmesi, e-vatandaşlık kavramını da beraberinde getirmiştir. E-vatandaşlık, devletin sunduğu sağlık, hukuk, yerel yönetimler gibi hizmetlerin sanal ortamda sunulmasıdır. Vatandaşlar herhangi bir kamu kurumuna gitmeden sanal olarak işlemlerini yürütebilmektedir.

3. Devlet ve Vatandaş Arasında Güven Kavramı

Güven, özellikle sosyal yaşamda ve kişiler arası yaşamda önemi en yüksek konulardan biridir. Güvenmek edimi, her şeyden önce bilişsel bir süreci gerekli kılar. Bireyin güven duyması, karşı tarafın daha önceki tutum, davranış ve eylemlerinin sürekli gözden geçirilmesi, yorumlanması ve uygun bulunmasının bir ürünüdür. Bu süreçte kişilerin bilgiye dayalı düşüncelerinin yanı sıra duygusal yaşamlarından kaynaklanan düşünceleri son derece önemlidir. İnsanların iç dünyalarındaki izlenimleri ve sezgi gücü, güven duygusunun oluşumunda büyük bir rol oynamaktadır (Yıldırım, 2010: 3).

Güven kavramı ile ilgili yapılan tanımlamalara bakıldığında, tanımların bir kısmının diğer taraftan beklentiye, bir kısmının da diğer tarafa karşı savunmasız kalma isteğine yoğunlaştığı görülmektedir. Beklentiye yoğunlaşan tanımlar şöyle sıralanabilir. Güven, bir tarafın diğer değişim tarafına güvenme isteği olarak ifade edilebilir (Morgan ve Hunt, 1994). Hosmer (1995) güveni, güvenilen tarafın ahlaki olarak doğru biçimde davranacağına dair beklenti temeline dayanan güvenilen tarafa güvenme isteği ile ilgili etik davranış beklentisi (ahlaki olarak doğru kararlar ve etik prensiplerin analizine dayalı eylemler) olarak ifade etmiştir (Kalemci Tüzün, 2007: 95).

Hükümete yönelik güven seçmenlerin sadece oy vermelerinde değil aynı zamanda da hükümet politikalarını desteklemelerinde, kanunlara uymalarında, politikacılara ve politik kurum ve kuruluşlara yönelik değerlendirmelerinde ve düşüncelerinde de etkili olmaktadır. Politik güvenin olmayışı demokratik hükümete yönelik desteğe zarar vermekte, hükümetin meşruiyetiyle ilgili soruların doğmasına neden olmaktadır. Kısacası güven, politikacıların etkili yönetim becerilerini de etkilemektedir (Gershtenson, Ladewig ve Plane, 2006: 882-883'den Aktaran: Pelenk Özel, 2011).

Bununla birlikte kamu yönetimine güvenini belirleyen tek bir ölçüt yoktur. Kamu yönetimine güven duyulmasında; kamu kurumlarının yapısı, işlevleri ve işleyişinin yanı sıra kamu hizmetlerinin halkın beklenti ve gereksinimlerine uygunluğu son derece önemlidir. Kamu kurumlarının bir yandan kamu yararını gözeterek işlerini doğru yapması diğer yandan yaptığı işlerin doğru olması, yurttaşların kamu yönetimine güven duymalarının esasını oluşturmaktadır. Bu bakımdan 20. Yüzyılın son çeyreğindeki e-devlet girişimlerinin, birtakım riskler taşımakla birlikte, yurttaşların kamu yönetimine güvenini güçlendirici bir etkiye sahip olduğunu belirtmek gerekir (Yıldırım, 2010: 2).

4. Çalışmanın Konusu ve Amacı

Bu çalışmanın konusu, yurttaşların kamu yönetimine güveninin e-devlet çabalarından nasıl etkilendiğini araştırmak; amacı ise yurttaşların kamu yönetimine güveninin e-devlet çabalarından nasıl etkilendiği sorusuna yönetsel açıdan yanıt bulmaktır.

Çalışma, devlet kurumlarının internet ortamında yer alan web sitesi ve sosyal medya hesaplarının devlete güven oluşturmadaki rolünü araştırmayı amaçlamaktadır.

5. Çalışmanın Yöntemi

Bu makale Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan ve Public Relations Review isimli hakemli dergide yayımlanan 'Government websites and social media's influence on government-public relationships' isimli çalışmadan uyarlanmıştır. Çalışmanın benzer biçimi de Türkiye'deki vatandaşlara uyarlanarak bir karşılaştırma yapılmıştır.

Çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, demografik bilgileri ölçerek başlamıştır. Daha sonra katılımcıların internet kullanım alışkanlıklarını ölçmeyi hedefleyen sorular yöneltilmiştir. Daha sonra devlet web siteleri ve sosyal medya hesaplarıyla olan deneyimlerini ölçen sorular sorulmuştur. Ardından *Güven konusunda*, devlet ve belediyeler olmak üzere katılımcılara, bunlara ne kadar güveniyorsunuz diye sorulmuştur. Sorular 1’den 4’e kadar *her zaman, çoğunlukla, bazen, hiç* olarak kodlanmıştır. Katılımcılar devlet sitelerini kullanımlarına göre 4 gruba ayrılmıştır:

- (a) internet kullanmayanlar, (n=0)
- (b) devlet web siteleri ve sosyal hesaplarıyla deneyimi olmayan internet kullanıcıları, (n=27)
- (c) başarısız devlet siteleri kullanıcıları, (n=21)
- (d) başarılı devlet site kullanıcıları, (n=35)

İlk başta kullanıcılara yöneltilen “**internet kullanıyor musunuz, ne sıklıkla kullanıyorsunuz? ve mail gönderip alıyor musunuz?**” Sorularıyla internet kullanmayanlar tanımlanmaya çalışılmıştır. İnternet kullanıcıları arasında bazıları devlet sitelerini ziyaret etmiştir, bazıları da etmemiştir. Daha sonra devlet siteleriyle deneyimi olmayan internet kullanıcıları tanımlanmıştır. Ardından devlet sitelerini kullanan kullanıcılar da iki gruba ayrılmıştır; başarılı olanlar ve başarısız olanlar. Bu iki grup; ‘devlet sitelerinde yaptığımız işlemlerin ne kadarında başarılı oluyorsunuz?’ Sorusuyla belirlenmiştir. Katılımcılar; her şeyde (1), çoğunda (2), sadece bazılarında (3), hiçbirinde (4) şıklarını kullanmıştır. 3 ve 4’ü işaretleyen kullanıcılar başarısız, diğerleri başarılı olarak tanımlanmıştır.

Devlet siteleriyle deneyim, kullanıcılara geçtiğimiz bir yılda devlet sitelerinde geçirdikleri ve kullandıkları işlemsel ve bilgilendirici servislerin kullanımıyla ilgili bir dizi sorular yöneltilerek elde edilmiştir. Özel olarak katılımcılar, 15 farklı türde işlemsel hizmet hakkında evet-hayır’lı bir dizi sorular cevaplandırmıştır. Bu soruların bazıları katılımcıların “devlet sitelerinden bilgiler edinme, sosyal hesaplarına üyelik, vergi ve harç ödeme, e-devlet hizmetleri” gibi bilgiler üzerinden araştırılmıştır. Aynı zamanda kullanıcılara e-devlet üzerinden işlemler yapıp yapmadığı da sorularak kullanım alışkanlıkları ölçülmeye çalışılmıştır.

6. Veri Toplama

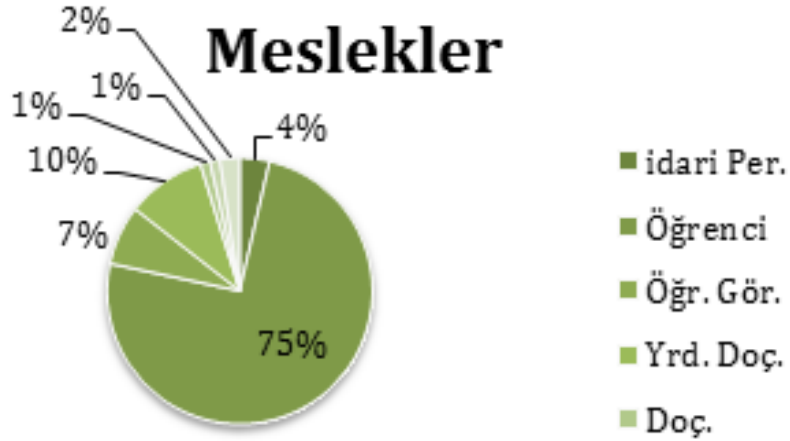
Veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Ankete 100 kişi katılmıştır. 17 adet anket eksik doldurma nedeniyle geçersiz sayılmıştır. Ankette 10 soru yer almış, ilk sorular demografik bilgileri ölçme amacı taşımıştır, daha sonra internet kullanımı ve devlete güven sorusu yer almıştır. Veriler Excel dosyasına kodlanarak girilmiştir. Evet şıkkı 1, hayır şıkkı 2 olarak kodlanmıştır. Diğer cevaplar da sayısına göre numaralandırılarak excel'e girilmiştir. Her bir başlık filtrelenerek analiz edilmiştir.

7. Araştırma Sorusu

- H1 – Bireyin devlet web siteleri ve sosyal medya kanallarıyla olan deneyimi, onun devlete olan güveniyle nasıl ilişkilidir?

8. Bulgular

Tablo 1.



Ankete katılan 83 kişinin yüzde 75'i öğrenci, yüzde 10'u yardımcı doçent, yüzde 7'si öğretim görevlisi, yüzde 4'ü idari personel, geri kalan yüzde 2 doçent ve profesör, yüzde 2 ise diğer meslek gruplarından oluşmaktadır.

Tablo 2.

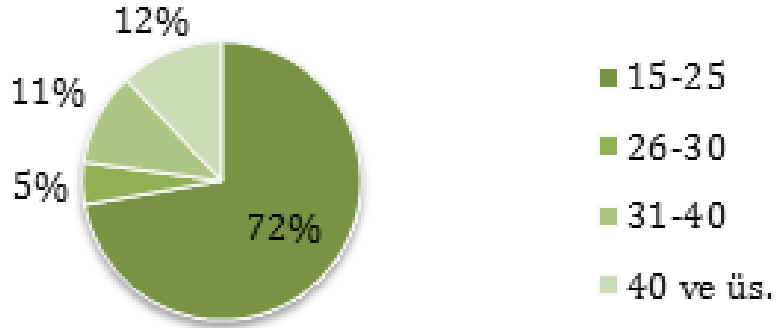
Cinsiyet



Araştırmaya katılan deneklerin yüzde 51'i kadın, yüzde 48'i erkektir. Bir denek cinsiyetini belirtmemiştir.

Tablo 3.

Yaş



Araştırmaya katılan deneklerin yüzde 72'si 15-25 yaş grubunda genç nesli temsil etmektedir. 40 ve üstü yaş oranı yüzde 12'dir. 31-40 yaş arası oran yüzde 11, 26-30 yaş aralığı da yüzde 5'tir. Araştırmada grupların büyük çoğunluğu internet ve yeni medya teknolojilerine aşina gruplardan

oluşmaktadır. İnternetin gelişimi düşünüldüğünde deneklerin büyük çoğunluğu internet nesli olarak da literatürde geçmektedir. Dolayısıyla internet kullanım alışkanlıkları yüksek bir denek grubu yer almıştır.

Tablo 4.

<p>İnternet kullanıyor musunuz? Evet: %100 Hayır: %0</p> <p>Ne sıklıkla kullanıyorsunuz? Her zaman: %77 Çoğunlukla: %19 Bazen: %4 Hiç: %0</p> <p>Mail gönderip alıyor musunuz? Her zaman: %55 Çoğunlukla: %28 Bazen: %13 Hiç: %4</p> <p>Devlet ve belediye siteleri ve sosyal medya ağ hesaplarınız hiç ziyaret ettiniz mi? Evet: %70 Hayır: %30</p> <p>Bu sitelerde işlem yaptınız mı? (bilgi edinme, vergi ödeme, e-devlet hizmetleri, sosyal hesaplarında şikayet, öneri ve istekte bulunma) Evet: %67 Hayır: %33</p> <p>Devlet ve belediye sitelerinde yaptığınız işlemlerin ne kadarında başarılı oluyorsunuz? Her şeyde: %8 çoğunda: %41 sadece bazılarında: %28 hiçbirinde: %23</p>
--

Tablo 4'e baktığımızda, katılımcıların tamamı internet kullanmaktadır. Yüzde 77'si her zaman kullanmakta, yüzde 19'u çoğunlukla kullanmakta, yüzde 4 ise bazen kullanmaktadır. Katılımcıların yüzde 55'i her zaman mail alıp göndermektedir. Buradan da anlaşılıyor ki, internet yoğun kullanılmaktadır. Devlet ve belediye web site ve sosyal hesapları kullanıcılar tarafından ziyaret edilmektedir. Bu oran yüzde 70'tir. Yüzde 30 ise hiç ziyaret etmemiştir. İşlem yapanların oranı ise yüzde 67'dir. Bu işlemler arasında bilgi edinme, vergi ödeme ve e-devlet hizmetleri yer almaktadır. Katılımcıların yüzde 41'i yaptığı işlemlerin çoğunda başarılı olmaktadır.

Tablo 5.

Devlet web siteleri ve sosyal medya bağlamında devlete güven

Katılımcıların	İnternet kullanmayanlar	Total (N=83)
Karakteristiği	(N=0)	
	İnternet kullanıcıları	
	Devlet siteleriyle deneyimi olmayanlar	Deneyimi Olanlar
	(N=27, %33)	(N=56, %67)
	Başarısız	Başarılı
	(N=21)	(N=35)
Devlete Güven		
Devlet ve Belediyeler:	Güvenmeyen: %70	%90 Güvenmeyen:% 51
	Güvenen: %30	%10 Güvenen:%49

Tablo 5'te yer alan bulgulara katılımcıların tamamı internet kullanmaktadır. Yüzde 33'ü internet kullanıp devlet siteleri ve sosyal hesaplarıyla deneyime sahip değildir. Katılımcıların yüzde 67'si devlet siteleri ve sosyal medya hesaplarıyla deneyime sahiptir. Bu oranın yüzde 38'si deneyimlerinde başarısız olmaktadır. Yüzde 63'ü ise bu site ve sosyal ağlarda başarılı olmaktadır. Devlete güven konusunda; katılımcılardan devlet siteleriyle deneyime sahip olmayanların yüzde 70'si devlet ve yerel yönetimlere güven duymamaktadır. Sadece yüzde 30'u güven duymaktadır. Bu oranlar, devlet siteleriyle deneyime sahip olup, başarısız olanlarda da yüzde 90 olarak ortaya çıkmıştır. Fakat deneyime sahip olup başarılı olanlar devlete ve yerel yönetimlere daha fazla güven duymaktadır. Güvenenler yüzde 49 iken, güvenmeyenler yüzde 51 olarak gerçekleşmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre devlet siteleri ve sosyal ağları Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi Türkiye'de de devlete güven duyulmasına vesile olmakta ve bir anlamda halkla ilişkiler görevini teyit etmektedir.

Tablo 6.

Yaş Aralığı: 15-25

Devlet ve belediye siteleri ve sosyal ağlarını ziyaret edenler, bu sitelerde işlem yapanlar ve başarılı olanlar: (N=21)

Devlet ve yerel yönetimlere güven duyanlar: (N=10)

Devlet ve belediye siteleri ve sosyal ağlarını ziyaret edenler, bu sitelerde işlem yapanlar ve başarısız olanlar: (N=9)

Devlet ve yerel yönetimlere güven duyanlar: (N=1)

Tablo 6'ya baktığımızda 15-25 yaş arası genç neslin tamamı internet kullanmakta, yüzde 35'i devlet siteleri ve sosyal ağlarını ziyaret etmekte ve işlemler yapmaktadır. Bu işlemlerde de başarılı olmaktadır. Bu oranın yüzde 48'i devlete güven duymaktadır. Aynı şekilde bu siteleri ziyaret edip, işlem yapıp başarısız olanların yüzde 11'i yalnızca devlet ve yerel yönetime güven duymaktadır.

Sonuç ve değerlendirme

Araştırmada yer alan bulgulara göre web siteleri ve sosyal medya ağları, devlete güven konusunda önemli bir yer edinmektedir. Sosyal ağlar vatandaş tarafından başarılı bir hizmet biçimi olarak kullanıldığında, hizmeti veren kuruma karşı da olumlu izlenimler ortaya çıkmaktadır. Benzerinin yapıldığı Amerika Birleşik Devletleri'nde de yakın sonuçlar elde edilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan çalışmada, devlet, yönetim yapısından dolayı federal devlet, eyalet ve yerel yönetimler olarak üç farklı düzeyde araştırılmıştır. Orada elde edilen sonuçlara göre ankete katılan vatandaşların büyük çoğunluğu federal devlete, eyalet ve yerel yönetimlere nazaran daha az güvenmektedir. Federal devletin siyasi yönü bu konuda başlıca neden olarak gösterilmektedir.

Vatandaş işlemsel hizmetlerde genelde yerel yönetimlerle muhatap olduğu için onların sunduğu hizmetler daha fazla önem arz etmektedir. Türkiye’de bir üniversitede yapılan bu çalışmaya katılan denekler, yalnızca devlet ve yerel düzeyde belediyelere karşı güven sorularını cevaplamıştır. Elde edilen bulgular da gösteriyor ki, devletin ve yerel yönetimlerin internet ortamında sunduğu çeşitli hizmetler, vatandaşların o yönetimlere güven oluşturmada önemli bir hizmet aracı görevi görmektedir. Diğer bir ifade ile halkla ilişkiler görevi görmektedir. Türkiye’de yapılan bu araştırmanın sonuçlarını analiz ettiğimizde, devlete güven konusunda genel olarak bir güvensizlik hissedilmektedir. Bunun nedenleri arasında siyasi istikrarsızlık, hukuki ve sosyal olaylar, ekonomik nedenler, oy verme davranışı gibi etmenler söz konusu olabilir.

Türkiye’de kamu kurumları sosyal medyada ve web sitelerinde yer alırken doğasına uygun biçimde henüz var olmamaktadır. Sosyal medyanın ruhu olan karşılıklı etkileşim, iletişim kurulabilirlik, yanıt verilebilirlik gibi özellikleri kullanmayı pek tercih etmemektedir. Özellikle sosyal medya hesaplarında faaliyet gösteren kamu kurumları, etkileşime girmekten ziyade sosyal ağları duyuru niteliğinde kullanmaktadır. Oysa ki yeni nesil kullanıcılar sosyal ağların aslında iletişim kurma amacı güttüğünü bilmektedir. Özel kurumlardan ve kamu kurumlarından da aynı davranışı beklemektedir. Kullanıcılar kurumlardan etki ve tepki alamadığında kurum hesaplarına karşı duyarsızlaşmakta ve mesajlarına tepkileri azalmaktadır. Bu durum da kurumların hesaplarının etkisizleşmesine yol açmaktadır. Son yıllarda kamu kurumları ayrı hesaplar oluşturarak vatandaşların taleplerine cevap vermeye başlamıştır. Bu makalede de dikkati çeken husus, karşılıklı etkileşimin önemi ve kullanım kolaylığından yola çıkarak vatandaşların kamu kurum hesaplarıyla etkileşime girmenin öneminden bahsetmektedir. Sonuç olarak bu çalışmada sosyal ağlar ve web siteleri, devlete güveni ölçmek için yeterli bir araç değildir. Ancak web site ve sosyal ağların vatandaşlar ve devlet kurumları için ne derece önemli olduğu aşıkardır.

KAYNAKÇA

- [1] Askerođlu, O. (2010). Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medyanın Rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, . Marmara Üniversitesi Sbe, S.48.
- [2] Bayburtlu, B. (2009, 06 23). Burak.Com. Burak Bayburtlu: [Http://Www.Burak.Com/2009/06/23/Sosyal-Medya-Nedir/](http://www.burak.com/2009/06/23/Sosyal-Medya-Nedir/) Adresinden Alındı. Erişim Tarihi: 01.12.2013.
- [3] Erkul, E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri Ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. Türkiye Bilişim Derneđi(116), 96-101.
- [4] İspir, B. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. M. C. Öztürk İçinde, Dijital İletişim Ve Yeni Medya (S. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- [5] Kuyucu, M; Karahisar, T. (2013). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, Zinde Yayınları, İstanbul.
- [6] Johnson , M. A., Ve Searson, E. M. (2010). Transparency Laws And Interactive Public Relations: An Analysis Of Latin American Government Web Sites. Public Relations Review, 36(2), S. 120-126.
- [7] Pelenk Özel, Aybike. (2011). “Sosyal Medya Ve Güven: Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri Ve Ticari Kuruluşlara Yönelik Ampirik Bir Araştırma” Academic Journal of Information Technology – ISSN: 1309-1581.
- [8] Tektaş, Necla. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma”, Tarih Okulu Dergisi, Yıl 7, Sayı XVII, ss. 851-870.
- [9] Yıldırım, Murat. (2010). “Kamu Yönetimine Güven: E-Devlet Açısından Bir İnceleme” C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 11, Sayı 1, 2010.
<http://www.eticaretsozlugu.com/www-world-wide-web-nedir.html>