



Sosyal Medya, Yerel Yönetimler ve Katılımcı Yönetim: Bilgi Çağında Belediyeler için Yeni Stratejiler

ALİ YEŞİLDAL*
ayesildal41@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-0927-7498

Öz: Sosyal medya, çevrimiçi etkileşimli katılımın önemli bir kanalı haline gelmekte ve yerel yönetimler, vatandaşların siyasal ve sosyal ilişkilere katılımını artırma fırsatını ele geçirmektedir. Dünya çapında yerel yönetimler, vatandaşların daha fazla bilgiye erişim, kurumsal şeffaflık, katılımcı karar alma ve kamu hizmetlerine erişim konusundaki isteklerini karşılamak için internet ve ilgili Bilgi ve İletişim Teknolojilerini (BİT) kullanmaktadır. Dolayısıyla bilgi ve iletişim teknolojileri yerel yönetimlerde katılımcı yönetim anlayışının sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Günümüzde birçok ülkede yerel yönetimler sosyal medya araçlarını etkin şekilde kullanmaktadır. Bu çalışmada, doğru kullanıldığında sosyal medyanın kültürel, politik, ekonomik ve sosyal bağlılığı nasıl geliştirebileceğini anlatmaktadır. Ayrıca yöneticiler, açıklık, şeffaflık ilkelerini vurgulamak ve sivil katılımı teşvik etmek için önemli iletişim araçlarını temsil ederler. Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde yerel yönetimler sosyal medya stratejilerini başlatmıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, Yerel yönetimler, Katılımcı yönetim.

Giriş

Günümüzde sosyal medya, çevrimiçi etkileşimli katılımın önemli bir kanalı haline gelmekte ve yerel yönetimler, vatandaşların siyasal ve sosyal ilişkilere katılımını artırma fırsatını ele geçirmektedir. Dünya çapında yerel yönetimler, vatandaşların daha fazla bilgiye erişim, kurumsal şeffaflık, katılımcı karar alma ve kamu hizmetlerine erişim konusundaki isteklerini karşılamak için internet ve ilgili Bilgi ve İletişim Teknolojilerini kullanmaktadır. Bilgi ve İletişim Teknolojileri, özellikle de kullanılan iletişim araçları açısından, dünya çapındaki insanlar arasındaki ilişki kalıplarına muazzam bir yenilik getirmiştir. Kişisel ve profesyonel iletişimin küreselleşmesiyle, insanlar artık geçmişte olduğundan daha fazla iletişim kurmaktadır. Sosyal medya devrimi ile paralel olarak hem profesyonel hem de sosyal bağlantılarda benzeri görülmemiş bir dönüşüm görülmektedir.

Vatandaşların politik ve sosyal ilişkilere katılımı göz önüne alındığında kamu ku-

* Dr., Kocaeli Büyükşehir Belediyesi.

rumları tarafından sosyal medyanın iyi bir şekilde kullanılmasının, vatandaşların katılımını ve devlete olan güveni arttırabileceği ileri sürülmektedir. Doğru kullanıldığında sosyal medyanın kültürel, politik, ekonomik ve sosyal bağlılığı nasıl geliştirebileceği anlatılmaktadır. Ayrıca yöneticiler için açıklık, şeffaflık ilkelerini vurgulamak ve sivil katılımı teşvik etmek için önemli iletişim araçlarını temsil ederler. Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde yerel yönetimler sosyal medya stratejilerini başlatmıştır.

Dijital Devrim, Sosyal Medya ve Yerel Yönetimler: Kavramsal Çerçeve

Dijital devrim, genellikle üçüncü sanayi devrimi olarak anılır ve 1980'lerden beri meydana gelen analog mekanik ve elektronik teknolojiden dijital teknolojiye geçişi ima eder. Dijital devrim hem bilgi iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışının bir sonucudur ve bu nedenle Bilgi Çağı'nı başlatmaktadır. Bu devrim, seri üretim ve dijital mantık devrelerini ve türetilmiş teknolojilerin (yani, bilgisayar, dijital cep telefonu ve faks makineleri) yaygın kullanımını gerektirir. Bu açıdan önemli teknolojik, sosyal, ekonomik ve politik sonuçlar beraberinde, devrimin niteliğini belirlemiştir. Dolayısıyla bilgi toplumu bu fenomenin doğal ortamını temsil etmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ve internetin giderek yaygınlaşması kamusal alanda çevrimiçi iletişim süreçlerini dönüştürmüştür. BİT'ler arasında sosyal etkileşimleri sağlamak ve teşvik etmek için tasarlanmış bir dizi çevrimiçi araç olarak "sosyal medya" bulunmaktadır.¹ "Sosyal medya" terimi, kullanıcıların bilgileri, fikirleri, kişisel mesajları ve diğer içerikleri paylaşmak için çevrimiçi topluluklar oluşturduğu elektronik iletişim biçimlerini ifade eder. Sosyal medya, hükümetler için vatandaşlarına sağladıkları değeri iletmeleri için yeni ve yetenekli yollar sunmaktadır. Daha hedefli, kullanışlı ve ayrıntılı bilgi ve fırsatlar sağlayarak şehirler/kasabalar/ilçeler için katma değer yaratmanın bir yolunu sunmaktadır. Sosyal medyayı tanımlayan temel özellikler katılım, açıklık, konuşma, etkileşim ve bağlılıktır. Sosyal medya, yerel yönetimlerin önemli hükümet bilgilerini ve politikalarını iletmelerini, kamu hizmetlerinin yaygınlaştırmasını ve devletin faaliyetleri hakkında geri bildirimleri ve fikirleri vatandaşlarla paylaşmalarını sağlar.²

Günümüzde görülen dijital dönüşüm yerel yönetimler için yeni olanaklar ve fırsatlar sunmaktadır. Telefon görüşmelerinin ve yürüyüşlerin olduğu günler, sabit hatlar ve faks makineleri birer antika hale gelmiştir. Bilgi teknolojisinin sunduğu olanaklar, birey-devlet ilişkilerini yeni bir aşamaya taşımış, bireyin konumunu ve rolünü köklü biçimde değiştirmiş ve ugratmıştır. Günümüzde vatandaş olsun veya olmasın her insan birbiriyle sınır tanımaksızın, özgürce ve eşzamanlı olarak herkesle ve her kurumla iletişim kurabilme imkânı sağlamıştır.³ Bu durum vatandaşların artık bire bir, kişisel etkileşimler açısından markalara, işyerlerine ve kamu kurumlarına bağlı kalmayı

1 Agnes Mainka vd., "Government and Social Media: A Case Study of 31 Informational World Cities", *47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2014, s.1718.

2 Jennifer Golbeck vd., "Twitter Use by the U.S. Congress", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61/8 (2010), s. 1615

3 Veysel Eren ve Abdullah Aydın, "Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16/1 (2014), s.203.

düşünmedikleri anlamına geliyor. Bu, dijital yeni bir zihniyetle bilgi edinmeyi ve istekleri göndermesi anlamına gelir. Vatandaşlar, yeni deneyimler ve verilere daha fazla erişim talep ederken, çalışanlar iş ile ilgili daha fazla uygulama ve iş için ihtiyaç duydukları sistem ve araçları kullanma becerisi isterler. Bu gelişmeler ışığında sosyal medya kullanımındaki artan ilgi, yerel düzeyde vatandaşlara en yakın kamu yönetim birimi olan belediyelerce de dikkate alınmakta, alınan kararların ve gerçekleştirilen hizmetlerin vatandaşa aktarılmasının yanı sıra alınacak kararlara ve gerçekleştirilecek uygulamalara vatandaş dâhil etmede yeni bir yol olarak benimsendiği görülmektedir.⁴

Teknolojinin her zaman gelişmeye devam edeceği bilinmekle birlikte; çevremizdeki dünyayı nasıl yaşadığımızı, çalıştığımızı ve öğrendiğimizi etkilemeye devam edeceği de tahmin edilebilmektedir. Ayrıca, bugünün vatandaşlarının daha fazla dijital self hizmet kolaylığı istediklerini ve belediyelerin, içerik yönetimine yönelik cihaz ve agnostik almaları gerektiği gerçektir. Bu eğilimleri benimsemeyen yerel yönetimler, vatandaşlarının ihtiyaçlarını karşılayamamakta ve sonuç olarak katılım düzeylerinin azalma riskini arttırmaktadır.

Sosyal Medya, E-Demokrasi ve Yeni Yönetim Anlayışı

Sosyal medya; topluluk tabanlı girdi, etkileşim, içerik paylaşımı ve işbirliğine adanmış çevrimiçi iletişim kanallarının kolektifidir. Başka bir deyişle sosyal medya, sanal topluluklar ve ağlarda bilgi ve fikir oluşturdukları, paylaştıkları ve/veya paylaşıldıkları kişiler arasındaki etkileşimlerin araçlarını ifade etmektedir. Anthony Mayfield, “*Sosyal Medya Nedir?*” adlı kitabında, sosyal medyanın, insanlar arasındaki iletişimle ilgili olduğunu ifade etmektedir.⁵ Sosyal medya vatandaşların birbirleriyle fikirleri paylaşmalarını, işbirliği yapabilmelerini, arkadaş bulmalarını ve kendilerini eğlendirmelerini sağlamaktadır.

Bu anlamda sosyal medya siyasal katılımı ve yeni yönetim anlayışı çerçevesinde büyük bir rol oynamaktadır. Siyasal katılım, toplum tarafından siyasal kararları etkilemek olarak görülmekte, siyasal güçler, yerel yönetimler ve bürokrasi açısından birçok sorunun ortak bir fikir birliği içerisinde çözümü için kararlı bir irade olarak düşünülmektedir.⁶ Çünkü sosyal medya hızla yayılmakta ve insanların orijinal benlikleri olmalarına izin vermektedir. Ayrıca sosyal medyanın etkileşimli iletişim imkânı, bireyi içinde yaşadığı toplum ve devletle ilişkilerinde pasif olmaktan çıkarıp, aktif bir konuma yükseltmiştir.⁷ Bu durum, birey-aile, birey-toplum, birey-devlet ilişkilerinin geleneksel kodlarını bozmuş ve bu ilişkileri birey merkezli olarak yeniden şekillendirmiştir. Sosyal medya daha iyi bir ifadeye izin verdiği için, insanlar daha yaygın kullanılmaktadırlar. Wright ve Hinson tarafından yürütülen bir çalışmada, katılımcıların yaklaşık yüzde 66’sı sosyal medyanın halkla ilişkilerini arttırdığını beyan

4 Ahmet Tarhan, “Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35/Güz (2012), s.80.

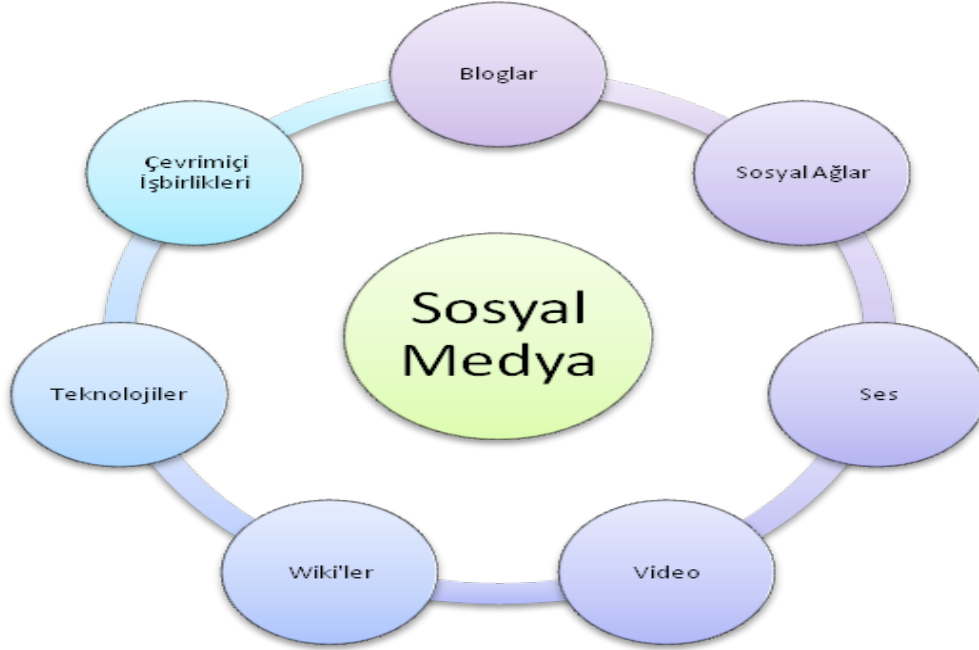
5 Anthony Mayfield, *What Is Social Media*, iCrossing (Ebook), son güncelleme, 1 Ağustos, 2008, s.2.

6 Ersin Kalaycıoğlu, *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma -Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1983, s.85.

7 Eren ve Aydın, *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, s.198.

etmiştir. Baruah'a göre, sosyal medya, iletişimi interaktif bir diyaloga dönüştürmek için web tabanlı ve mobil teknolojilerin kullanılmasını ifade eder.⁸

Sosyal medya, kullanıcılara cazip platformlar sunarak, tüm dünyadaki insanlarla profil oluşturabilir ve sosyalleşebilirler. Sosyal medyanın müthiş dünyası, kullanıcıların profiller ve kişiselleştirilmiş web sayfaları aracılığıyla kendilerini temsil etmelerine olanak veren web sitelerinden oluşur. Verileri paylaşabilir, resim ve video yükleyebilir, sohbet edebilir ve arkadaş edinebilirler. Raina, Alam ve Siddiqui, aşağıdaki tabloda sosyal medya içeriklerinin sınıflandırılabilceği yedi kategoriyi önermiştir.⁹



Şekil 1: Sosyal Medya Sınıflandırması

Vatandaşların yönetime katılımı, dünya genelinde politika geliştirme ve planlama uygulamaları için en önemli stratejilerden biri haline gelmiştir. Son yıllarda, daha az temsil edilen toplulukların ve/veya etnik azınlıkların, onları doğrudan etkileyen karar alma sürecine katılmaları için büyük çabalar sarf edilmiştir. Siyasal iletişim, “belli ideolojik amaçlarını, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim” olarak tanımlanabilir.¹⁰ Böylece sosyal medya bilgilerin iletişiminde kullanılan bir

8 Trisha Dowerah Baruah, “Effectiveness of Social Media As A Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study”, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2/5 (2012), s.3

9 Roshan Lal Raina vd., “Facebook Losing to WhatsApp: The Changing Social Networking Patterns in India”, Susheel Chhabra (Editör), *Handbook of Research on Civic Engagement and Social Change in Contemporary Society* içinde, India: Periyar Management and Computer College, (2018), s.343.

10 Günseli Bayraktutan vd., “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı”, *BİLİG*, 68/Kış (2014), s.61.

mecra olmakla beraber siyasi iletişimin nabzını tutan fikirleri olgunlaştırıp bu bilgileri iletişim döngüsüne sokarak ve yeniden yorumlayarak siyasi aktörlerin kullanımına sunmaktadır.¹¹ Bu durum bürokratik ve standartlaştırılmış 'yukarı-aşağılama' etkisinin çeşitli karar verme organları arasında tersine çevrilmesine neden olmuştur. Hâkim kültürü tipik olarak pratik yapan araştırma modeli, akademik alanda uzun ve kapsamlı bir tarihe sahip olmuştur. Bununla birlikte, daha yakın zamanlarda tasarımı odaklı bir bakış açısı, ilham verici ve bilgilendirici bir hedef olarak ön plana çıkarmıştır.¹²

Daha önce de belirtildiği gibi, Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Sosyal Medya'nın kullanımı, siyasi katılımı ve sivil katılımı güçlendirebilir ve sivil toplumun varlığıyla temsili demokrasiyi teşvik etmeyi amaçlayan çağdaş demokrasi biçimlerini geliştirebilir. Sosyal medyanın vatandaşların fikirlerini geleneksel medyada olduğu gibi para ve siyasetin kontrolüne ve/veya bozucu etkisine maruz kalmadan sunmalarına izin verdiğini öne sürülmüştür. Bu nedenle, bu teknolojiler demokratik katılım ve katılımı ilgili anlayış ve uygulamaları yeniden tanımlamakta ve kamusal alanın yapısının geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır.¹³

Temsili demokrasi, demokrasinin kendisi ile defalarca tanımlanmıştır. Temsilin özü, siyasi partilerin ofisinde rekabet ettiği düzenli, özgür ve adil seçimlerin kutlanmasında yatmaktadır. Böylece sistemin meşruiyeti, taraflara ve seçimlere dayandırılmaktadır. İnternetin, mobil iletişimin ve günümüzün temsili demokrasisindeki diğer teknolojilerin daha etkin ve daha aktif bir vatandaş katılımının yanı sıra, kamusal zorlukların üstesinden gelmek için daha katılımcı veya doğrudan vatandaş katılımı yoluyla daha aktif ve aktif katılımı önermektedir. Vatandaşları güçlendiren ve politikacıları kamusal alanda eylemlerinden sorumlu kılan her türlü elektronik araç ve iletişim araçlarından oluşur. Diğer faydaların yanı sıra, E-demokrasi politik sürecin şeffaflığını, doğrudan katılımı ve vatandaşların katılımını arttırmaktadır.

Sosyal Medya - Yerel Yönetimler İlişkisi

Günümüzde dünyanın her yerinde gerek kamu kuruluşları gerekse özel kuruluşlar sosyal medyayı etkin şekilde kullanmaktadırlar. Etkili bir sosyal medya platformu, bilgiyi tüketmesi gerekenlere bilgi yaymak için sağlam bir sosyal yardım aracı olarak hizmet edebilir. Bir mesajı almak ve büyütme için büyük bir takipçi tabanı oluşturmak, hükümetin daha iyisini yapması gereken bir şeydir. Vatandaşlara sağlanan hizmetlere dair değerli bilgiler ve içgörü sağladığından kamuoyunun bilgilendirilmesi açısından zorunludur. Bu bilgiler sonuçta hayat kurtarmaya yardımcı olabilir. Ayrıca hükümet sosyal medya platformlarının faydalarını daha çok benimsenmeye yol açacak bir sanal eylem yaratmak için kullanmaktadır.

11 Aysel Aziz, *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2003, s.42.

12 Diaz Romero Leocadia, "The Use of Social Media by Local Governments: Benefits, Challenges, and Recent Experiences", Susheel Chhabra (Editör), *Handbook of Research on Civic Engagement and Social Change in Contemporary Society* içinde, India: Periyar Management and Computer College, (2018), s.234.

13 Julie Freeman, "Digital Civic Participation in Australian Local Governments: Everyday Practices and Opportunities for Engagement", *Social Media and Local Governments*, ed., Mehmet Zahid Sobacı, Public Administration and Information Technology, vol 15. Springer, Cham, 2016, s.197.

Sosyal medya, bir yandan bireyi hayatın merkezine yerleştirirken, diğer yandan da giderek güçlenen, karmaşıklaşan ve baş edilemez bir mekanizmaya dönüşen devlet ve bürokrasiye karşı bireylerin örgütlenmesine ve özgürleşmesini sağlayan sivil toplumun gelişmesine de yol açmıştır.¹⁴ Vatandaşların sosyal medya aracılığıyla yönetime etkili katılımının varlığı büyük ölçüde, kamu görevlisinin oynadığı rollere bağlıdır. Bu durum, tarafsız ya da vatandaş katılımının dinamik bir savunucusu olabilir.¹⁵

Yerel yönetimlerin, kamu tüzel kişiliğine sahip olması ve demokrasilerde doğrudan halka hizmet eden en yakın birimler olmaları nedeni ile halkla ilişkiler faaliyetleri en önemli çalışma alanlarını oluşturmaktadır.¹⁶ Bu yüzden yerel yönetimler sosyal medya araçlarını etkin kullanmaları gerekmektedir. Ayrıca yerel yönetimler, hangi tür sosyal ağın vatandaş katılımını sağlama olasılığının yüksek olduğunu biliyorsa, belirli koşullar sağlandığında, bu durum onların sosyal medya için iletişim stratejilerini geliştirmelerini ve dahası, fonlar kısıtlanmışsa, türlere odaklanmalarını sağlayacaktır. Dijital Araştırmalar Derneğinin 2015 yılında Türkiye'deki 81 ildeki belediyelerin sosyal medya kullanma düzeyleri ile ilgili yaptığı araştırmada dijital uygulamaları en iyi kullanan büyükşehir belediyesinin Kocaeli Büyükşehir Belediyesi olduğu belirtilmiştir.¹⁷

Sosyal medyanın çağdaş toplumda üssel olarak büyümesi göz önüne alındığında, iletişim, içerik paylaşımı ve işbirliği için önemli bir araç haline gelmiştir. Bu büyüme ve bu araçlar ayrıca şeffaf, açık ve işbirlikçi bir hükümeti uygulamak için eşsiz bir fırsat sunmaktadır. Ancak, birçok hükümet kuruluşu, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sosyal medya araçlarını planlamak, uygulamak ve yönetmek için önemli bir politika ve yönetim değişimlerinin yanı sıra belirli bilgi, beceri ve kaynakları gerektirdiği için sosyal medyayı kullanmak konusunda hala isteksizdir. Kaygısız ve Sarı tarafından yapılan araştırmalarda Belediyelerin sosyal medya kullanımında şu eksikliklere rastlanmıştır:

- a) Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin az olması,
- b) Belediyecilik faaliyetlerinde uygulanacak projelere yönelik paylaşımların eksikliği.
- c) Belediyelerin yaptığı çalışmalara yönelik halk üzerinde memnuniyet araştırmalarının yetersizliği.
- d) Sosyal medya üzerinde halkın Belediyelere yönelik yaptığı eleştirilere ve Belediyelerden gerçekleştirilmesi istenilen taleplere karşı genellikle cevap verilmemesi.
- e) Sosyal yardıma ihtiyaç duyan insanların desteklenmemesi

¹⁴ Eren ve Aydın, *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, s.198.

¹⁵ Enrique Bonsón vd., "Facebook Practices in Western European Municipalities: An Empirical Analysis of Activity and Citizens' Engagement", *Administration and Society*, 49/3 (2017), s.324.

¹⁶ Ummuhan Kaygısız ve Sema Sarı, "Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımı: Burdur Belediyesi ve Burdur İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma", *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1/2 (2015), s.310.

¹⁷ Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, "Sosyal Medya ve Dijital Varlıkları En İyi Kullanan Kocaeli Büyükşehir Belediyesi", erişim 13 Nisan, 2019, <https://kocaeli.bel.tr/tr/main/news/haberler/3/sosyal-medya-ve-dijital-varliklari-en-iyi-kul/26167>.

f) Belediyelerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların bir düzen içerisinde yapılmaması, dağınık ve karışık bir görüntü sergilemesi şeklinde belirlenmiştir.¹⁸

Sonuç olarak, dünya çapında birçok hükümet sosyal medya tarafından sunulan fırsatları ve tehditleri göz ardı ediyor ya da yanlış kullanıyor. Sosyal medya politikacıların ve hükümetlerin sosyal medya odaklı bir hükümeti uygulamaya koymalarına yardımcı olmak için etkili bir sosyal medya politikası ve stratejisinin geliştirilmesinde fırsat sunmaktadır. Bu konuda güvenlik ve gizlilikle ilgili konular en önemli sorunlardır.¹⁹

Günümüzde yerel yönetimler sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Mergel'e göre belediye konularında düşüncelerini sunmak isteyen insanlar veya davet hükümet sosyal medya içeriğe katkıda vatandaş etkileşimini arttırmak ve böylece interaktif katılımını teşvik ve çok etkili bir yoldur. Üstelik bu yaklaşım, insanların yapıcı bir şekilde çalışmaya istekli olmalarını ve kendi fikirlerini eklemelerini sağlamaktadır.²⁰ Belediyeler için sosyal medya faaliyetlerinde bulunmadan önce, soru sorulmadan daha yaygın olan bazı konular önem taşımaktadır.

- Belediyeniz ve yöneticileri sosyal medyanın faydalarını anlıyor mu?
- Belediyeler bir sosyal medya varlığını yönetmenin tuzaklarını, risklerini ve yükümlülüklerini anlıyor mu?
- Sosyal medya katılımının risk ve yükümlülüklerini yönetmek için hangi stratejiler uygulanabilir?
- Sosyal medyanın başarılı kullanımı için en iyi uygulamalar ve eğitim programları neler olabilir?

Bu anlamda sosyal medya, devlet ve yerel yönetim için güçlü bir araç olabilir. Ancak bir devlet kurumu için bir sosyal programı yönetmek, genellikle iş için beklenenlerden farklı olan benzersiz bir strateji gerektirir. Bu amaçla sosyal medyanın hükümetin kullanabileceği güçlü yolları keşfetmek önemlidir. Bu yüzden birçok sosyal medya uzmanı, vatandaşları çevrimiçi ortamda paylaşmanın ve kendi sosyal medya politikalarını nasıl oluşturacağını önemini tartışmaktadır. Ayrıca çevrimiçi kamu iletişimini içeren çeşitli yasaları ve gereksinimleri de kapsamaktadır. Bu anlamda güçlü bir sosyal medya stratejisi haberlerin nasıl yazılacağını, olumsuzlukla nasıl baş edileceğini ve doğru sesi nasıl ayarlayacağını göstermesi gerekir.

Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Kullanma: Riskler ve Olasılıklar

Sosyal medya, kamu kurumlarının vatandaş katılımını teşvik etmesini sağlayan bir dizi teknoloji olarak görülebilir. Sosyal medyanın vatandaş katılımını tanımlamak ve insanları sosyal eylemler yapmaya yönlendirmek için önemli bir rol oynadığını ileri sürmüştür²¹. Son birkaç yıldır sosyal medyanın yükselişi, insanların düşünme,

¹⁸ Kaygısız ve Sarı, *Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımı...*, s.314-315.

¹⁹ Gohar Feroz Khan, "Social Media for Government", *Springer Nature Singapore*, 2017, s.21.

²⁰ Ines Mergel, "A Framework for Interpreting Social Media Interactions in the Public Sector", *Government Information Quarterly*, 30/4 (2013), s.328.

²¹ Arturo Haro-de-Rosario vd., "Using Social Media to Enhance Citizen Engagement with Local Government: Twitter or Facebook?", *New Media & Society*, 20/1 (2018), s.40.

davranma ve iletişim kurma biçimlerini dönüştürmektir. İnternet artık belediyelerin mesajlaşmasını zorlaştıran bir statik reklam kaynağı değildir. Bugün, insanlar kendi ilgi alanlarına uygun, güvenilir ve ilişkilendirilebilir kaynaklarla etkileşimde bulunarak bilgilerini çevrimiçi olarak alıyorlar. Sosyal medya, tasarımı gereği, yerel yönetimlerin güven ve kamuoyunda iş ve hizmetlerine yönelik olumlu bir algı oluşturmaları için mükemmel fırsatlar sağlayan bir açıklık ve şeffaflık derecesine sahiptir. Sosyal medya aynı zamanda konseylerin ve komisyonların kararlarından etkilenen insanlarla (hem olumlu hem de olumsuz) doğrudan iletişim kurmasını ve anlamlı bir diyaloga girmesini ya da bileşenleri hizmetlere bağlamasını mümkün kılmaktadır.

Etkin ve düzenli içerikli bir sosyal medya varlığının faydaları arasında, belediye ile vatandaşlar arasında bağlılığı ve güveni artırabilmesidir. Belediyeler her alanda binlerce vatandaş ile iletişim kurmak için Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn ve YouTube gibi sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Yine de, pek çok semt, ilçe, şehir ve diğer belediye kuruluşları sosyal medya konusunda ya yeterli ve etkili değildir. Bu konuda sosyal medyanın faydaları şu şekildedir;

- Vatandaş katılımı, iletişim ve anket gibi veri toplama
- Suç ve güvenlik konusunda uyarılar
- Kriz yönetimi
- Belediyenin verimli çalışmasını sağlar
- Belediyelerde şeffaflık ile güveni artırır
- Maliyet tasarrufu sağlar
- Medya ilişkileri ve haber yayımını sağlar
- Anketler ve seçim tahminini belirler
- Ekonomik gelişmeyi teşvik eder
- Gerçek zamanlı iletişim sağlar
- Misyona, hedefler ve mesaj yönetimini destekler

Bu yüzden yerel yönetimler, yeni veya iyileştirilmiş kamusal hizmetleri daha sık sunmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Çok farklı demografik gruplardan milyonlarca kullanıcı, Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi benzer beklentilere sahip platformları kullanarak, yerel yönetimler aslında temel iletişim hedeflerini geleneksel iletişim ve pazarlama taktiklerinden çok daha verimli bir şekilde karşılayabilir.

Sosyal Ağları Kullanmanın Olumlu Yönleri

Diğer İnsanlara Ulaşma: Sosyal ağları kullanmanın en belirgin avantajlarından biri, diğer insanlara anında erişim ve ulaşabilme becerisini sağlamasıdır.

Kolay ve anlık iletişim: Birileriyle iletişime geçmek için sabit hatlarımıza, telesekretere ya da emailimize güvenmek zorunda değiliz. Sadece dizüstü bilgisayarlarımızı açabilir veya akıllı telefonlarımızla anında Twitter veya birçok sosyal mesajlaşma uygulamasından biri gibi platformlarda herkesle iletişim kurabiliriz.

Haber ve Bilgi Paylaşımı: Birçok sosyal ağ sitesi, kullanıcıların bir sohbet yoluyla bil-

gi alışverişi yapabilmelerini sağlayan mesajlaşma özelliğine sahiptir. Dünyada neler olup bittiğini bilmek istiyorsanız, yapmanız gereken tek şey sosyal medyayı kullanmaktır. Dolayısıyla belediyeler şehirde yaşayan vatandaşlara haberleri en kısa zamanda sunma ve bilgi paylaşımı sağlayabilir.

Belediye Yönetimi için Yeni fırsatlar: Belediye yöneticileri sosyal medya yoluyla diğer profesyonel meslek kuruluşları ve vatandaşlarla bağlantı kurabilir, politikalarını anlatabilir ve sosyal medyayı kullanarak erişim alanını genişletebilirler.

Sosyal Ağ Kullanmanın Olumsuz Yönleri

Bilgi Kirliliği: Devam etmek için çok fazla Facebook arkadaşından bunalmış olmanız ya da göz atmak için çok fazla Instagram fotoğrafının çok nadir olmaması. Zamanla, çok fazla arkadaş ve takipçiyi bir araya getirme eğilimindeyiz ve bu da çok fazla içeriğe sahip çok sayıda haber akışına neden olabilir.

Bağımlılık: Sosyal medyanın bağımlılık yaratma gibi bir özelliğe de sahiptir ve kişisel yaşamı da rahatsız edebilir. Gençler sosyal medyanın bağımlılığından en çok etkilenen kesimdir. Gençler çok kapsamlı bir şekilde yer alırlar ve sonunda toplumdansoyutlanırlar.

Güvenlik Sorunları: Sosyal medyanın tehlikeli bilgi paylaşımı ve manipülasyon için kullanılması, ülke içinden kişi ve gruplarca olabileceği gibi ülke dışından kişi, grup veya istihbarat birimlerince de söz konusu olabilir.²² Artık güvenlik kurumları kişilerin kişisel hesaplarına kolayca erişebilmektedir. Bu durum gizliliği tehlikeye sokar.

Siber Zorbalık: Sosyal medyada akranlarıyla (özellikle gençler ve yetişkinler) uyum sağlamakta zorlanan insanlar için belli şeyler yapma ya da belirli bir şekilde hareket etme baskısı okulda ya da başka herhangi bir çevrimdışı ortamda olduğundan daha da kötü sonuçlar doğurabilir. Bazı durumlarda, sosyal medyada yer alan yabancı kişilerle sohbet etmek siber zorbalık saldırısının hedefi haline getirmekte ve bu da ciddi stres, endişe ve korkuya yol açmaktadır.

Yerel Yönetimleri Sosyal Medya Kullanmaya İten Nedenler

“Sosyal medya” terimi, kullanıcıların bilgileri, fikirleri, kişisel mesajları ve diğer içerikleri paylaşmak için çevrimiçi topluluklar oluşturduğu elektronik iletişim biçimlerini ifade eder. Sosyal medya, hükümetler için sakinlerine sağladıkları değeri iletmeleri için yeni ve yetenekli yollar sunuyor. Daha hedefli, kullanışlı ve ayrıntılı bilgi ve fırsatlar sağlayarak şehirler/kasabalar/ilçeler için katma değer yaratma fırsatı sağlar.

Sosyal medya, yerel yönetimin işleyişinin önemli bir parçasıdır. Giderek daha fazla vatandaş çeşitli sosyal medya sitelerinde faaliyet göstermekte, onları eğlence veya haber amacıyla kullanmaktadır. Sosyal medya belediyelere, vatandaşları sayısız konuda bilgilendirmek için etkili ve uygun maliyetli yollar sunar. Ancak, etkili olabilmeleri için belediye yöneticileri, sosyal medya kullanımının faydalarını anlamak ve belirli

²² Eren ve Aydın, *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, s.203.

alanlara girmeden riskleri yönetmek zorundadırlar.

Sosyal medya, insanların fikirleri, görüşleri, deneyimleri ve bakış açılarını paylaşmak için kullandıkları çevrimiçi teknolojileri ve uygulamaları açıklar. Sosyal medya içeriği, metin, resim, ses ve video dâhil olmak üzere birçok farklı şekilde olabilir. Sosyal medya, hükümetlere ve belediyelere kendileri hakkında konuşmak için mükemmel bir ortam sağlar. Dijital medya çağında kendini tanıtmak, katılımı ve etkili iletişimi güçlendirmek için hayati önem taşımaktadır. Vatandaşların, işyerlerinin ve ziyaretçilerin belediyenin ne yaptığını ne kadar çok bilirlerse belediyenin yaptığı etkinliklerindenedaha fazla haberleri olur. Bu da vatandaşların belediyenin faaliyetlerine daha fazla katılım sağlamalarına neden olur. Ayrıca belediyelere kendini tanıtmak imajını bir bütün olarak değiştirmek için mükemmel bir fırsat sağlar.

Belediyelerde birçok yönetici resmi amaçlar için sosyal medyayı kullanmaktan çekinmektedir. Bu konudaki engeller sosyal medyanın ne olduğu ve nasıl faydalı olabileceği konusunda genel bir anlayış eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya aracılığıyla vatandaş katılımının artırılmasında eylemleri önemli bir öneme sahip olabilen yöneticinin oynadığı role özel önem verilmelidir. Bu bakımdan, basit itme stratejileri oluşturmak yeterli değildir; Aksine, ilişkiler iki yönlü diyalog temelinde inşa edilmelidir. Bu alandaki literatüre göre, birçok belediyede sosyal medya aracılığıyla vatandaş katılımının düzeyinin yükseltilmesinde çok az ilerleme kaydedilmiştir. Bu nedenle, gelecekteki çalışmalar, uzun vadeli katılımı analiz etmeye odaklanmalı, sosyal medyayı daha önce bu alanda aktif olarak faaliyet göstermemiş olan iletişim stratejilerine dâhil edilmeli ve genişletilmiş bir şekilde kullanılmalıdır.²³ Belediyelerin sosyal medya platformlarına yaptıkları yatırımların geri dönüşünü anlamak ve gerçekleştirmek için, sosyal medya yöneticileri, kendi kurumlarının misyonunu desteklemek için hangi sosyal medyanın sunabileceğini tanımlamak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmalıdır. Örneğin, Boston'un sosyal hedef kitlesi arttıkça, bilgi almak için 1,5 milyondan fazla kişi oturum açmıştır.²⁴

Sosyal Medya Kullanımının Yerel Yönetimlere Sağladığı Katkılar

Birçok belediye sosyal ağları kullanarak kendilerini halka açık hale getiriyor ve destekçilerle diyaloga giriyorlar. Bu durum vatandaşın sesinin duyulduğunu bilmesini ve her birinin seçimlerde ve halkın katılım süreçlerinde pay sahibi olduğunu anlamasını sağlar. Bu eğilime dikkat çeken ve sosyal medya alanında harekete geçen belediye başkanları daha önce mümkün olduğundan çok daha geniş ölçüde kamuoyuna ulaşabilirler.

Yapılan araştırmalar, yerel yönetimlerin sosyal medyayı birçok farklı amaç için benimsemelerini ortaya koymaktadır. Bu amaçlar, işe alım faaliyetleri; vatandaşlara ve diğer kesimlere ulaşma; kamuya bilgi yaymak ve devlet kurumları arasında bilgi pay-

23 Rosario vd., *Using Social Media to Enhance...*, s.23.

24 Elizabeth Zima, "Report: Effective Government Outreach Requires Social Media", *Government Technology*, 26 Şubat, 2018. <https://www.govtech.com/social/Report-Effective-Government-Outreach-Requires-Social-Media.html>.

laşımı yapmak; toplum katılımını geliştirmek, teşvik etmek ve şeffaflığı sağlamaktır.²⁵ Her ne kadar hükümete ve siyasete yeni bir medya araştırması alanı oluşturduğuna dikkat çekse de, yerel yönetimlere odaklanan çalışma sayısı azdır.²⁶ Sosyal medyanın yerel yönetimlere sağladığı belli başlı katkılar ise şunlardır;

Kamu Hizmetlerinin Sunumunda Etkinlik

Sosyal medyayı kullanan insanlar, ne kadar basit ve hızlı bir şekilde bilginin paylaşılabilirliğini bilirler. Kamu kayıtlarını ve bilgilerini yönetmek, yıllar boyunca kamu yöneticilerinin önemli bir uygulaması olmuştur. Sosyal medyayı bu düzenleyici uygulamaya tanıtmak, kamu hesap verebilirliği ve şeffaflığıyla ilgili kaygıları ortadan kaldırmak ve ele almak için mevzuat ve düzenlemeler, sağlık istatistikleri ve çevre sorunları gibi kamu hizmetlerini sağlamada daha etkin ve verimli bir hale getirmiştir. Bu, kamu kurumlarıyla doğrudan deneyime sahip olmayan topluluklardan fikirlerin daha fazla dâhil edilmesine yol açmıştır. Kamusal alanda yer alanlar sosyal medyayı halkın çalışmalarını ve mevcut hizmetlerini daha iyi anlamalarını sağlamanın bir yolu olarak kullanabilir.²⁷

Maliyetten Tasarruf Sağlama

Geleneksel medyaya bakıldığında yatırım yapmak için oldukça yüksek tutarlar gerekirken sosyal medyada bu rakam oldukça düşüktür ve hatta facebook, twitter gibi sosyal ağlara üye olmanın hiçbir maliyeti yoktur.²⁸ Ayrıca bu sayede vatandaşlar ilişkilerin geliştirilmesi daha ucuz ve kolay olmaktadır. Bu da belediyelere büyük maliyet avantajı sağlamaktadır.

Kampanya Oluşturma

Geçtiğimiz yıllarda hükümetler ve politikacılar, sosyal medyayı vatandaşlar arasında politik farkındalık oluşturmanın bir yolu olarak kullanmaya başladılar. Birçok ülkede sosyal medyada üzerinden kampanya yürütmektedirler. Örneğin son üç ABD cumhurbaşkanlığı seçimleri, özellikle kamuoyunun bilgilendirmesine odaklanan büyük ölçüde sosyal medyaya dayanıyordu.

Şeffaflık ve Hesap verebilirlik

Verimlilik, kolaylık, hesap verebilirlik, şeffaflık, vatandaş katılımı ve gelişmiş güven ve demokrasi, sosyal medya kullanımının devletteki önemli faydaları arasındadır.²⁹ Vatandaşlar, sosyal medyayı toplumdaki sorunları iletmek ve rapor etmek için kul-

25 Martha Dorris, "Service Transformation in Government: Better Intergovernmental Collaboration Will Be Needed to Satisfy the Citizens of the Future", *The Public Manager*, 2008, s.27.

26 Missy Graham ve Elizabeth Avery, "Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level", *Public Relations Journal*, 7/4 (2013), s.11.

27 Maeve Duggan ve Aaron Smith, "The Political Environment on Social Media", *Pew Reserch Center*, erişim 10 Nisan, 2019, <https://www.pewinternet.org/2016/10/25/the-political-environment-on-social-media/>, s.3.

28 Çetin Kılıç, *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2015, s.58.

29 Cory Cromer, "Understanding Web 2.0's Influences on Public E-services: A Protection Motivation Perspective", *Innovation: Management, Policy & Practice*, 12/2 (2010), s.198.

lanırlar. Dolayısıyla belediyeler tarafından kullanılan sosyal medya, şeffaflık ve vatandaş iletişimini artırabilir ve yeni hizmetler sağlamada avantaj yaratabilir. Daha fazla vatandaş katılımına dayanan yeni yönetim tarzlarının, belediyelerin bakış açılarını ve tutumlarını değiştireceği ve kamu güvenini geliştireceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya belediyeye vatandaşların bilgi ve fikirlerini politika yapma sürecine yenilikçi yollarla entegre etme ve böylece sosyal medya aracılığıyla bilgi alışverişi yoluyla şeffaflığı artırma fırsatı sunmaktadır³⁰. Çünkü şeffaf belediyeler, vatandaşlar ile etkili bir diyalog oluşturmak için gerekli olan güveni yaratır ve bu da daha fazla vatandaş katılımını ve katılımını teşvik eder.

Vatandaşların Etkin Olarak Yönetim Katılımını Sağlama; E-Demokrasi

Temsili demokrasi, sürekli olarak demokrasi kavramıyla özdeşleştirilmiştir. Temsilin özü, siyasi partilerin ofisinde rekabet ettiği düzenli, özgür ve adil seçimlerin kutlanmasında yatmaktadır. Sistemin meşruluğu, taraflara ve seçimlere dayanmaktadır. Kamu yönetiminde iletişim, halkla ilişkiler kurmak ve kamuya yönelik endişeleri ele alan politika değişikliklerini uygulamak için kritik öneme sahiptir. Bir sosyal medya varlığını sürdürmek, kamu sektöründeki insanlarla iletişim kurmak için gerekli ve yenilikçi bir yoldur. Bu açık ve iki yönlü iletişim eğilimi, hükümetin başkalarının koştugu bir şey olmadığı daha bilinçli ve katılımcı bir topluma götürür.³¹ Sosyal medyada daha aktif olan belediyelerin yüksek düzeyde içerik barındıran sosyal medya profillerine sahip olma olasılığı daha yüksektir. Diğer bir deyişle, etkileşimli ve dolayısıyla çift yönlü katılım düzeylerini paydaşlarıyla paylaşma ihtiyacının daha fazla farkındadırlar.³²

Kamu yöneticilerinin sosyal ağları, halkın katılımını ve halkın kamusal meselelere geniş katılımını arttırmaktadır. İnsanlar daha iyi bilgilendirilmekte ve politika sorunlarının ayrıntıları üzerinde güncel tutulmakta, toplumu daha fazla harekete geçmeye teşvik etmekte ve devlet dairelerini sorumlu tutmaktadırlar. Yerel yönetimler, sorunlar konusunda suç duyurusunda bulunma, politikaya yorum yapma veya değişiklik dilekçeleri için resmi çevrimiçi kanallar sağlamaktadırlar.

Sosyal medya uygulamaları aracılığıyla, hükümetler kamuoyu ile geleneksel medyaya göre daha verimli iletişim kurabilir, zaman ve para da dâhil olmak üzere kaynakları tasarruf edebilirler.³³ Sosyal medya, halkın mahalle meseleleri hakkında kamu çalışanlarını bilgilendirebileceği ve etkileşimde bulunabileceği yeni bir kontrol ve denge sağlamaktadır. Politikacılar, vatandaşlar arasındaki tartışmaları da başararak, daha fazla vatandaşın kendilerini ilgilendiren konularda konuşmalarını ve sorunların çözümü için öneriler sunmalarını imkân vermektedir.

Belediyenin Performansını Arttırma

Hükümet kurumları sosyal medyayı bir halkın sosyal yardım aracı olarak kullanır-

30 Ines Mergel, *A Framework for Interpreting Social Media...*, s.331.

31 Duggan ve Smith, *The Political Environment...*, s.3.

32 Rosario vd., *Using Social Media to Enhance Citizen...*, s.22.

33 Joanne Kuzma, "Asian Government Usage of Web 2.0 Social Media", *European Journal ePractice*, 2010, s.8.

lar. Bu iletişim vatandaşları, kendilerini ilgilendiren konular ve olaylar hakkında halka açık projelere, çevresel kaygılara, beklenmedik doğal afetler için hazırlıklara veya hastalık salgınları da dâhil olmak üzere halk sağlığını ilgilendiren konularda yapılan toplantılara davet ederler. Bu iletişim için sosyal medyanın kullanılması belediyelere daha fazla vatandaşa hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Bu geliştirilmiş iletişim, halkı bu olayların nasıl ele alınacağı konusunda bilgilendirir ve işbirliği ve koordinasyonu kolaylaştırır. Ağa bağlı halka açık veriler, halkı sık sık trafik sıkışıklığı konusunda bilgilendirir ve büyük şehirlerde işe gidip gelmeleri kolaylaştırır.

Vatandaş ile Yakın İlişkiler Kurma

Sosyal medya halkın isteklerini yansıtır, çünkü insanlar kendi istek ve arzularını kendi arkadaş çevrelerinde özgürce ifade ederler. Sosyal medyanın bu kadar geniş bir erişime sahip olması, belediye yönetiminin geniş kitlelere hızlı, kolay ve düzenli bir şekilde ulaşabilmesinin en önemli yoludur. Bileşenleri tutarlı bir mesajla sağlayarak ve katılımı davet ederek iletişim dalgaları her zaman açık olacaktır. Vatandaşlar, belediyenin yaşadıkları şehri daha iyi ve daha güvenli bir yer haline getirmek için çalıştığının bilincinde olmak ister. Bu yüzden vatandaşların sosyal paylaşım ağlarına yorum yapmaları ve bu alanda aktif rol almaları için vatandaşlar teşvik edilmelidir.³⁴

Kamu kurumları için en önemli önceliklerden biri, vatandaşların mevcut yerel olaylar hakkında bilgilendirilmelerini sağlamaktır. Sosyal medyada, devlet kurumları zamana duyarlı bilgileri kitlelere gerçek zamanlı olarak paylaşabilir. Ayrıca, toplulukları artık temsilcilerine bir iletişim e-postası göndermemeli ve yanıt için 48 saat beklemek zorunda değildirler. En son bilgileri bulmak için yerel yönetimler sosyal medya hesabına bakabilir ve hatta doğrudan hesaba sorular sorabilirler.

Sorunların hızlı ve Ekin Bir Şekilde Belirlenmesi

Sosyal medya, daha katılımcı bir topluma ulaşmak için bir fırsat sağlasa da, hükümet ve toplum arasındaki etkileşimi teşvik ederek sosyal ağların hala mesajları iletmek için kullanıldığını göstermiştir.³⁵ Yerel yönetimler, hedef kitleleri bulmak ve ulaşmak için sosyal propaganda stratejilerini uygulayabilir ve önemli olaylar hakkında bilgi paylaşabilirler. Daha açık söylemek gerekirse, belediyeler için sosyal medya, eğitimlerini sürdürme ve toplumla ilişki kurma çabalarına odaklanma fırsatı sunarken, yol kapatma veya inşaat dâhil olmak üzere önemli konularda gerçek zamanlı bilgi ve duyuru sağlayabilirler.

Sorunların Belirlenmesinde İşbirliğinin Geliştirilmesi

Sosyal medyanın popülerliği arttıkça, hükümetlerin vatandaşları meşgul etmek için bir iletişim aracı olarak sosyal medyaya verdikleri önem sırayla yükselmeli ve vatandaşlarla aktif diyalogu bir öncelik olarak yansıtmalıdır.³⁶ Buna ek olarak, sosyal medya belediyelerdeki üst düzey yöneticilerin, insanların neler olup bittiğini anlaması için eşsiz bir fırsat sunmaktadır. Belediye başkanları sosyal medyada, insanların sah-

34 Rosario vd., *Using Social Media to Enhance Citizen*, s.21.

35 Ines Mergel, *A Framework for Interpreting Social Media*, s.338.

36 Jennifer Golbeck vd., *Twitter Use by the U.S. Congress*, s.1614.

nelerin arkasına bakmalarını ve kendi adlarına yapılan kararlarla daha fazla bağlantı kurmalarını sağlamaktadır.

Krizlerin Çabuk ve Etkili Çözümü

Son yıllarda sosyal medya kullanımındaki olağanüstü artış göz önüne alındığında, belediyelerin bu teknolojiyi krizler sırasında kamuoyuyla iletişim kurmak için nasıl kullandıkları ve kriz iletişim planlarına nasıl dâhil edildikleri de önemlidir. Bu konuda yapılan araştırmalar, yerel yönetimlerin kriz sırasında sosyal medyayı kullanmasının önemli bir denetimi sağladığı ifade edilmektedir. Kriz iletişimi için yerel yönetimlerin güncel sosyal medya uygulamalarının niteliğinin araştırılması, mevcut uygulamanın nasıl geliştirilebileceği konusundaki tartışmaya odaklanmaktadır.³⁷ Belediyeler sosyal medya araçlarıyla, sosyal verilerdeki ani artışlara dayanan gerçek zamanlı uyarılar oluşturarak herhangi bir krizin üstesinden gelebilir. Bir konu hakkında alışılmadık miktarda bilgi, gelecekteki bir krize işaret edebilir. Potansiyel krizleri tanımlamak için kullanılan bir teknik ortalama bir veri eşiği tanımlamaktır. Bu durum bir veri artışının aşılması durumunda, ekip tarafından uyarılacaktır.

Sosyal medyanın bağımsızlığı ya da demokrasiye katkıları konusunda çeşitli görüşler bulunmakla birlikte, yeni medyanın özellikle kriz dönemlerinde önemli roller oynadığı yadsınamaz bir gerçektir.³⁸ Diğer yandan kriz dönemlerinde ve toplumsal gerginlik dönemlerinde insanların olup bitenlere ilişkin olarak bilgiye çok daha fazla gereksinim duydukları bir gerçektir.³⁹ Kriz sırasında seçilecek birçok kriz müdahale stratejisine ek olarak, iletişim pratisyenleri ayrıca hangi sosyal medya araçlarının uygun olduğuna ve ne sıklıkta güncellemeler yayınlamaları gerektiğine karar vermektedir. Bu seçenekler arasında Facebook ve Google Plus gibi sosyal paylaşım siteleri, Twitter gibi mikroblog siteleri, Pinterest ve Instagram gibi fotoğraf paylaşım siteleri ve YouTube ve Vimeo gibi video paylaşım siteleri bulunuyor. Bazen bir kriz sırasında iletişim kurmak için bunların hepsini kullanmak uygun olabilir ve diğer zamanlarda bir veya ikiye odaklanmak daha mantıklı olacaktır.⁴⁰ Giderek artan organizasyonlar, sosyal medyayı kriz müdahale stratejilerine dâhil etmekte ve çeşitli sosyal medya araçlarının hedef kitleye ulaşma becerisine büyük önem vermektedir. Yerel yönetimler genellikle bir krizin ön saflarında yer alırlar, bu nedenle yerel yönetimlerin belirli kriz durumlarına ve onların kullandıkları belirli sosyal medya araçlarına karşılık olarak sosyal medyayı ne ölçüde kullandıkları, bu değerlendirmenin özel bir önemi vardır. Yapılan araştırmalar kriz sırasında, Twitter, Facebook ve YouTube'un doğal afetler ve büyük kazalar hakkında iletişim kurmak için sıklıkla kullanıldığını göstermektedir.

Sosyal medyanın açık, diyalojik doğası, hükümetlerin tarihsel olarak deneyimlediği yurttaş iletişimindeki engellerin birçoğunu ortadan kaldırmaktadır ve kurucularla iletişim daha sık, açık ve hedeflenmiş olabilir. Bu faydalar, belediyelerin kriz dönem-

37 Melissa W. Graham, Elizabeth J. Avery ve Sejin Park, "The Role of Social Media in Local Government Crisis Communications", *Public Relations Review*, 2015, s.389.

38 Lale Dünder, "Yeni Medya ve Siyasal Katılım: 15 Temmuz Örneği", *Akademik Bakış*, 11/22 (2018), s. 105.

39 Çetin Kılıç, *Gündem Belirleme Kuramı...*, s.5.

40 Graham, Elizabeth ve Park, *The Role of Social Media...*, s.389.

lerinde vatandaşlarla iletişim kurmalarına potansiyel ve fırsatlar sunmaktadır.⁴¹ Belediyelerin sosyal medyayı stratejik olarak kullanabilmelerinin bir başka yolu da, kriz yönetimi planlarına dâhil etmektir. Hava durumu, terörizm, büyük kazaların hepsi yerel yönetimler ile vatandaş arasında etkili iletişim gerektirir. Çünkü vatandaşlar etrafta ne olup bittiğini en kısa zamanda ve doğru şekilde öğrenmek isterler. Sosyal medya, vatandaşlarla kitlesel ölçekte hızlı bir şekilde iletişim kurmanın en iyi yoludur. Sosyal medya, haber kaynaklarını, vatandaş yanıtlarını, soruları ve söylentileri izlemek için de kullanılabilir.

Sosyal medya, afet müdahalesi için önemli bir teknolojidir. Temel olarak konuşma ve etkileşim yoluyla bilginin açık bir şekilde değişimini sağlayan araçlardır.⁴² Çok az veya hiç uyarı olmaksızın meydana gelen şiddetli hava durumları veya acil durumlar için, sosyal medya, önemli bilgileri kısa bir süre içerisinde etkilenen bölgelere iletmenin etkili bir yolu olabilir.

Muazzam sosyal medyaya hükümetler vatandaşlarla iletişim kurmalarına rağmen, yerel yönetimlerin kriz iletişimi çabaları için sosyal medyayı ne ölçüde kullandıklarına dair çok az araştırma bulunmaktadır. Yerel yönetimler azalan bütçelerle ve gergin zamanla ve günlük operasyonların yönetimi için bile daha az insani ve mali kaynaklarla karşı karşıya kaldıkça, sosyal medyanın kriz yönetimindeki verimliliği nasıl en üst düzeye çıkarabileceğini ortaya koymak zorunludur.⁴³

E-devlet Hizmetlerini Etkin Yürütme

Günümüzde e-devlet hizmetleri günlük hayatın kaçınılmaz bir parçası haline gelmiştir. E-Devlet, devlet faaliyetlerini desteklemek ve iyileştirmek için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasını ifade eder. İnternet, aynı zamanda cep telefonu, uydu iletişimi ve coğrafi bilgi sistemleri gibi BİT uygulamaları da bu tür “*dijital*” yönetişimin temel araçlarıdır. Bu konuda yerel yönetimler etkin bir rol alabilirler. Yerel yönetimler yürüttükleri hizmetleri e-devlet üzerinden de vatandaşları bilgilendirebilirler.

Sosyal Medya Yoluyla Vatandaş Katılımını Değerlendirme

Yerel yönetimlerde vatandaşların sosyal medya yoluyla yönetime katılmaları son yıllarda artış göstermektedir. Siyasal katılımı tanımlama çabasına girişenlerin üzerinde ortaklaştıkları bir nokta, katılımın yalnızca oy vermekle sınırlı tutulmaması gerekliliğidir. Oy vermenin yanı sıra, bir siyasi grup ya da kampanyaya bağışta bulunmak, siyasi bir grup ya da kampanya için çalışmak, siyasi toplantılara katılmak, imza vermek, gösterilere katılmak, siyasi ifadelerde bulunmak ve benzeri eylemler de siyasi katılım olarak değerlendirilmektedir.⁴⁴ Sosyal medya aracılığıyla vatandaşların yönetime katılımı, farklı ölçütler kullanılarak, farklı amaçlarla ve farklı kuramsal çerçeveler altında analiz edilmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalarda sosyal medya kulla-

41 Graham, Elizabeth ve Park, *The Role of Social Media...*, s.389.

42 Dave Yates ve Scott Paquette, “Emergency Knowledge Management and Social Media Technologies: A Case Study of the 2010 Haitian Earthquake”, *International Journal of Information Management*, 31/1 (2011), s.8.

43 Graham, Elizabeth ve Park, *The Role of Social Media...*, s.389.

44 Lale Dünder, *Yeni Medya ve Siyasal Katılım...*, s.106.

nımı ile vatandaş katılımı arasındaki ilişki hakkında sağlam sonuçlar çıkarılmıştır.⁴⁵

Birçok ülkede yerel yönetimler tarafından sosyal medya kullanımının, özellikle de vatandaşın katılımı ile ilgili olarak değerlendirilebileceği üç ana tedbir belirlemiştir: şeffaflık, katılım ve işbirliği. Bunlar arasında işbirliği, vatandaşlar ve devlet kurumları tarafından sağlanan içerik arasındaki aktif etkileşimlerde büyük başarı sağlanmıştır.

Sosyal medya diğer birçok alanda olduğu gibi siyasi alanda önemli bir rol oynamaktadır. Bu araçlar siyasi partiler ve siyasetçiler tarafından insanları siyasi katılıma yönlendirmek için kullanılıyorlar. Sosyal medyanın kullanımı, belediyelerin vatandaşların bilgisine, anlayışına ve görüşlerine erişmesine ve böylelikle hükümet süreçlerini daha etkili ve verimli hale getirmesinde izim vermektedir. Sosyal medyada yayınlanan yorumların içeriği analiz edilerek, belediyeler vatandaşların görüşlerini belirleyebilir ve tahmin edebilir. Bu sayede belediyeler, vatandaşların belirli bir konular hakkında ne hissettiklerini bilebilir ve buna göre hareket edebilirler. Ancak, yapılan çalışmalar belediyelerin web sitelerinin aslında çok az tepki ürettiğini ve bu duyarlılık eksikliğinin itibarlarına zarar verdiğini göstermiştir. Sosyal ağlarda yerel yönetimlerin varlığı, çoğu zaman, modernleşme ve internet yoluyla katılımı isteyen bir toplumun ihtiyaçlarına cevap vermenin bir simgesi olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda Mergel, yerel yönetimlerin sosyal medya kullanımının bir interaktif katılım biçimini temsil ettiğini iddia etmiştir.⁴⁶ Bu düşünceler, yerel yönetimlerinin birçoğunun, vatandaşlarla etkileşimde bulunacak en az bir sosyal medya biçimi kullanmasını açıklamaktadır. Ancak Facebook ya da Twitter'ın varlığı kendi içinde bir son olmamalıdır. Bu anlamda yerel yönetimler kendi stratejilerini tanımlamalı ve hükümetin ve vatandaşların güven kazanması ve güçlendirmesi için iki yönlü iletişimi kolaylaştırmalıdır.

Sonuç

Son yıllarda belediyeler vatandaşlarla etkileşim kurmak ve hizmetlerini anlatmak için sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Sosyal medya, genel olarak ve iş dünyasında bu türden baskın bir iletişim ve etkileşim biçimi haline geldiğine göre, belediyeler, bu araçların, kişisel ve şeffaf hizmetlerin beklendiği gibi, vatandaşlara sunulmalıdır. Belediyeler, bu iletişim ve etkileşim kanallarının kullanımından, kamu hizmeti sunumunun etkinliğini (hem genel olarak hem de acil durumlarda karşılaştıklarında) iyileştirmek, bilgi, veri oluşturmak ve geri kazanmaya yardımcı olacak güvene dayalı ilişkiler kurmak için onları kullanmaktadırlar. Bu çerçevede sosyal medya kullanımının belediyelerin hizmetlerini iyileştirmesi ve kamu kaynaklarının daha verimli kullanılmasına katkıda bulunması muhtemeldir.

Yerel yönetimler düzeyinde sosyal medya kullanımının kabul edilmesi ve üretilmesi, en iyi uygulamaların yanı sıra bir takım potansiyel zorluklar hakkında bilgi ve anlayış gerektirmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar, sosyal medya uygulamalarını za-

45 Marko M. Skoric vd., "Social Media and Citizen Engagement: A Meta-Analytic Review", *New Media & Society*, 18/9 (2016), s.1820.

46 Mergel, *A Framework for Interpreting Social Media...*, ss. 330-331.

ten tesis etmiş olan çeşitli belediyelere sosyal medya kullanımının bilgi ve anlayışına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, yerel yönetimleri etkileyen siyasi ve sosyal konulara katılacak farklı kanallar sunulduğunda, sosyal medya kullanımı yoluyla vatandaş katılımının önemli ölçüde geliştirildiği de görülmektedir. Spesifik olarak, hangi sosyal medya formunun en yüksek katılım seviyesiyle ilişkili olduğunu ve vatandaşları bir sosyal ağı veya başka bir ülkeyi tercih etmelerini engelleyen nedenler hakkında bir anlayışa ihtiyaç vardır. Yerel yönetimler ve özellikle sosyal medya yöneticileri, sosyal medya aracılığıyla vatandaş katılımını teşvik etmek için stratejiler geliştirmelidirler. Dahası, bir sosyal medya varlığı sadece stratejik bir fırsat değil diğer tarafların bilgi ve etkileşimi sağlama konusunda yerel yönetimleri desteklemelerini sağlamak için de zorunludur.

Kaynakça

- Aziz, Aysel. *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 2003.
- Baruah, Trisha Dowerah. "Effectiveness of Social Media As A Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study". *International Journal of Scientific and Research Publications*. 2/5 (2012): 1-10.
- Bayraktutan, Günseli. Mutlu Binark, Tuğrul Çomu, Burak Doğu, Gözde İslamoğlu, ve Aslı Telli Aydemir. "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı". *BİLİG*, 68/Kış (2014): 59-96.
- Bonsón, Enrique. Sonia Royo. Melinda Ratkai. "Facebook Practices in Western European Municipalities: an Empirical Analysis of Activity and Citizens' Engagement". *Administration and Society*. 49/3 (2017): 320-347.
- Cromer, Cory. "Understanding Web 2.0's Influences on Public E-services: A Protection Motivation Perspective". *Innovation: Management, Policy & Practice*. 12/2 (2010): 192-205.
- Dorris, Martha. "Service Transformation in Government: Better Intergovernmental Collaboration Will Be Needed to Satisfy the Citizens of the Future". *The Public Manager*. 36/4 (2007).
- Dündar, Lale. "Yeni Medya ve Siyasal Katılım: 15 Temmuz Örneği". *Akademik Bakış*. 11/22 (2018):101-115
- Eren, Veysel. Abdullah Aydın. "Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler". *KMÜ Sosyal ve Ekonomi k Araştırmalar Dergisi*. 16/I, (2014): 197-205.
- Freeman, Julie. *Digital Civic Participation in Australian Local Governments: Everyday Practices and Opportunities for Engagement*. Social Media and Local Governments. Ed., Mehmet Zahid Sobacı. Public Administration and Information Technology, vol 15. Springer, Cham (2016): 195-218.
- Golbeck, Jennifer, Justin M. Grimes ve Anthony Rogers. "Twitter Use by the U.S. Congress". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 61/8 (2010): 1612-1621.

- Graham, Melissa W., Elizabeth J. Avery, ve Sejin Park. "The Role of Social Media in Local Government Crisis Communications". *Public Relations Review*. 41/3 (2015): 386-394.
- Graham, Missy ve Avery, Elizabeth. "Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level". *Public Relations Journal*. 7/4 (2013): 1-21.
- Haro-de-Rosario, Arturo, Alejandro Sáez-Martín, ve María del Carmen Caba-Pérez. "Using Social Media to Enhance Citizen Engagement with Local Government: Twitter or Facebook?". *New Media & Society* 20/1 (2018): 29-49.
- Kalaycıoğlu, Ersin. *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma -Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları. 1983.
- Kaygısız, Ummuhan, ve Sema Sarı. "Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımı: Burdur Belediyesi ve Burdur İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma". *International Journal of Social Sciences and Education Research*. 1/2 (2015): 309-317.
- Khan, Gohar Feroz. "Social Media for Government". *Springer Nature Singapore*. 2017.
- Kılıç, Çetin. "Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi. 2015.
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi. "Sosyal Medya ve Dijital varlıkları en iyi kullanan Kocaeli Büyükşehir Belediyesi". Erişim: 13 Nisan, 2019. <https://kocaeli.bel.tr/tr/main/news/haberler/3/sosyal-medya-ve-dijital-varliklari-en-iyi-kul/26167>.
- Kuzma, Joanne. "Asian Government Usage of Web 2.0 Social Media". *European Journal ePractice*. 9/March (2010): 1-13.
- Leocadia, Diaz Romero. "The Use of Social Media by Local Governments: Benefits, Challenges, and Recent Experiences". Susheel Chhabra (Editör), *Handbook of Research on Civic Engagement and Social Change in Contemporary Society* içinde. India: Periyar Management and Computer College, (2018), 294-310.
- Maeve Duggan ve Aaron Smith. "The Political Environment on Social Media". *Pew Reserch Center*. Erişim: 10 Nisan, 2019, <https://www.pewinternet.org/2016/10/25/the-political-environment-on-social-media/>, s. 3.
- Mainka, Agnes, Sarah Hartmann, Wolfgang G. Stock ve Isabella Peters. "Government and Social Media: A Case Study of 31 Informational World Cities". *47th Hawaii International Conference on System Sciences* (2014): 1715-1724.
- Mayfield, Antony. "What Is Social Media". *iCrossing*. Son güncelleme, 1 Ağustos, 2008.
- Mergel, Ines. "A Framework for Interpreting Social Media Interactions in the Public Sector". *Government Information Quarterly*. 30/4 (2013): 327-334.
- Raina, Roshan Lal, Iftikhar Alam, ve Faizia Siddiqui. "Facebook Losing to WhatsApp: The Changing Social Networking Patterns in India". Susheel Chhabra (Editör), *Handbook of Research on Civic Engagement and Social Change in Contemporary Society* içinde. India: Periyar Management and Computer College. (2018), 328-346.

- Skoric, Marko M., Qinfeng Zhu, Debbie Goh ve Natalie Pang. "Social Media and Citizen Engagement: A Meta-Analytic Review". *New Media & Society*. 18/9 (2016): 1817-1839.
- Tarhan, Ahmet. "Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 35/Güz (2012): 79-101.
- Yates, Dave ve Scott Paquette. "Emergency Knowledge Management and Social Media Technologies: A Case Study of the 2010 Haitian Earthquake". *International Journal of Information Management*. 31/1 (2011): 6-13.
- Zima, Elizabeth. "Report: Effective Government Outreach Requires Social Media". *Government Technology*. Erişim, 26 Şubat, 2018. <https://www.govtech.com/social/Report-Effective-Government-Outreach-Requires-Social-Media.html>.

Social Media, Local Governments and Participatory Management: New Strategies for Local Governments in Information Era

ALİ YEŞİLDAL

Abstract: *Social media is becoming an important channel of online interactive participation and local governments have the opportunity to increase citizens' participation in political and social relations. Local governments around the world use the Internet and related Information and Communication Technologies (ICT) to meet the demands of citizens for access to more information, institutional transparency, participatory decision-making and access to public services. Therefore, information and communication technologies play an important role in providing participatory management understanding in local governments. Today, in many countries, local governments are effectively using social media tools. In this study, it describes how social media can improve cultural, political, economic and social commitment when used correctly. In addition, managers represent important communication tools to emphasize the principles of openness, transparency and encourage civic engagement. Today, local governments have started social media strategies in many countries of the world.*

Keywords: *Social media, Local administrations, Participatory management.*