



**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**



YÜKSEK LİSANS TEZİ

**E-BELEDİYE FAALİYETLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ ETKİLERİNİN E-YÖNETİŞİM
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

Mehmet BÜTÜN

Enformatik Anabilim Dalı

Enformatik Programı

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Zümrüt ECEVİT SATI

Haziran 2016

İSTANBUL

Bu çalışma 10/06/2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Enformatik Anabilim Dalı Enformatik programında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

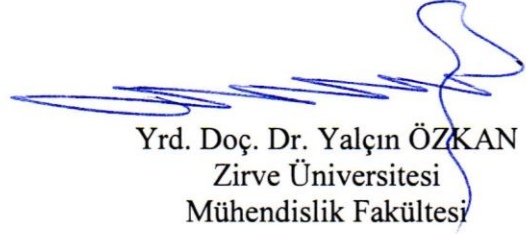
Tez Jürisi:



Yrd. Doç. Dr. Zümrüt ECEVİT SATI (Danışman)
İstanbul Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi



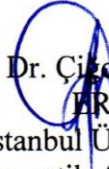
Prof. Dr. Seyiğ GÜLSEÇEN
İstanbul Üniversitesi
Enformatik Anabilim Dalı



Yrd. Doç. Dr. Yalçın ÖZKAN
Zirve Üniversitesi
Mühendislik Fakültesi



Yrd. Doç. Dr. Zerrin AYVAZ REİS
İstanbul Üniversitesi
Hasan Ali YÜCEL Eğitim Fakültesi



Yrd. Doç. Dr. Cengiz SELÇUKCAN
EROL
İstanbul Üniversitesi
Enformatik Anabilim Dalı

ÖNSÖZ

Tez konumun belirlenmesinde desteğini esirgemeyen ve her zaman yol gösterici olan Sayın Prof. Dr. Sevinç GÜLSEÇEN'e, tez çalışması süresince her yönden destek olan ve motivasyonumu süreç boyunca üst seviyede tutan Sayın Yrd. Doç. Dr. Zümrüt ECEVİT SATI'ya en içten dileklerle teşekkür ederim.

Tezde kullanılan ölçeğin geliştirilmesi sürecinde ve güvenilirlik – geçerlilik çalışmalarında, değerli yönlendirmelerini ve tavsiyelerini esirgemeyen, kıymetli hocalarım; İstanbul Üniversitesinden Sayın Yrd. Doç. Dr. Bilal ŞİNİK'e, Hacettepe Üniversitesinden Sayın Prof. Dr. Mete YILDIZ'a, Pamukkale Üniversitesinden Sayın Doç. Dr. Naci KARKIN'a, Ortadoğu Teknik Üniversitesinden Sayın Yrd. Doç. Dr. Nilay YAVUZ'a ve Uludağ Üniversitesinden Sayın Doç. Dr. Zahid SOBACI'ya değerli zamanlarını ayırdıkları için minnet ve şükranlarımı sunuyorum.

Gazi Üniversitesinden Sayın Eda KAYA'ya ve Sayın Esra ÖZKAN AKSU'ya değerli yardımları için teşekkür ediyorum.

Tez çalışmalarının başarılı bir şekilde ilerlemesi için her açıdan beni destekleyen ve en ideal çalışma şartlarında çalışmalarına devam etmemi sağlayan eşim Ebru ÖZKAN BÜTÜN'e ve değerli katkıları için İbrahim Ethem ÖZKAN'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Haziran 2016

Mehmet BÜTÜN

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER	i
ŞEKİL LİSTESİ.....	v
TABLO LİSTESİ	vii
SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ	vii
ÖZET	xii
SUMMARY	xiii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. ÇALIŞMANIN AMACI.....	3
1.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ.....	6
1.3. ÇALIŞMANIN KISITLARI VE SINIRLILIKLARI.....	7
2. GENEL KISIMLAR	9
2.1. E-YÖNETİŞİM	9
2.1.1. Yönetişimin Kavramsal Çerçevesi ve Tarihsel Gelişimi	9
2.1.2. Yönetişim İlkeleri.....	18
2.1.2.1. Şeffaflık – Açıklık İlkesi	19
2.1.2.2. Hesap Verebilirlik İlkesi.....	23
2.1.2.3. Katılım İlkesi	27
2.1.2.4. Hukukun Üstünlüğü İlkesi	32
2.1.2.5. Eşitlik İlkesi	33
2.1.2.6. Tutarlılık İlkesi	34
2.1.2.7. Etkinlik – Verimlilik İlkesi.....	35
2.1.2.8. Cevap Verebilirlik İlkesi.....	36
2.1.2.9. Stratejik Vizyon İlkesi.....	37
2.1.3. Yönetişim ve Demokrasi	38
2.1.4. Yönetişim ve Yolsuzlukların Önlenmesi	39
2.1.5. Yönetişim ve Ekonomik Kalkınma	40
2.1.6. Yönetişim Kavramına Eleştirel Yaklaşımlar.....	42
2.1.7. Yeni Bir Yönetişim Boyutu Olarak E-Yönetişim	44
2.2. E-DEVLET	48
2.2.1. Demokrasi ve Vatandaş Anlayışında Yaşanan Değişimler	48

2.2.2. Kavram Olarak E-Devlet.....	51
2.2.3. E-Devletin Amaçları ve Beklenen Yararlar	55
2.2.4. E-Devlet: Eleştiriler ve Sorunlar	59
2.2.5. E-Devlet Kapısı	64
2.3. E-BELEDİYE.....	67
2.3.1. E-Belediyecilik ve Hizmet Sunumlarının Değişimi	73
2.3.2. E-Belediye Faaliyetlerinin Hukuki Yönü.....	75
2.3.3. E-Belediye Hizmeti Sunulan Platformlar	77
2.3.4. E-Belediye Sistemlerinde Fırsatlar ve Sınırlılıklar	80
2.4. SOSYAL MEDYA.....	84
2.4.1. Web'in Gelişimi	85
2.4.1.1. Web Öncesi.....	87
2.4.1.2. Web 1.0.....	88
2.4.1.3. Web 2.0.....	90
2.4.1.4. Web 3.0.....	92
2.4.2. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi.....	93
2.4.3. Sosyal Medya İle Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar.....	97
2.4.4. Sosyal Medya Kullanım Oranları.....	100
2.4.5. Sosyal Medyanın Toplumsal Olaylar Üzerindeki Gücü.....	104
2.4.6. Sosyal Medya Araçları	106
2.4.6.1. Sosyal Ağlar	109
2.4.6.2. Mikrobloglar	114
2.4.6.3. Bloglar.....	118
2.4.6.4. Wikiler.....	119
2.4.6.5. Forumlar	122
2.4.6.6. Medya Paylaşım Platformları	122
2.4.6.7. Sanal Dünyalar	127
2.4.7. Sosyal Medyaya Yönelik Eleştirel Yaklaşımlar.....	130
2.5. E-BELEDİYE FAALİYETLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI	134
3. MALZEME VE YÖNTEM	137
3.1. ÇALIŞMANIN MODELİ	137
3.2. ÇALIŞMANIN UYGULANACAĞI ÖRNEKLEMİN SEÇİLMESİ	138
3.3. ÇALIŞMADA KULLANILACAK ÖLÇEĞİN GELİŞTİRİLMESİ	141
3.3.1. Ölçeğin Ön Test Aşamasından Geçirilmesi	144

3.3.2. Ölçeğin Güvenirlik Analizi	146
3.3.3. Maddelerin Ayırt Edicilik Geçerliliği	148
3.4. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ.....	148
4. BULGULAR	150
4.1. ÖRNEKLEMİN DEMOGRAFİK DAĞILIMI	150
4.2. BETİMLEYİCİ İSTATİSTİKLER	151
4.3. BELEDİYENİN NİTELİKLERİ ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR	167
4.4. ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR.....	170
4.5. HESAP VEREBİLİRLİK ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR	173
4.6. KATILIM ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR.....	177
4.7. GENEL BULGULAR	183
4.8. AÇIK UÇLU MADDELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	189
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	194
KAYNAKLAR	201
EKLER.....	229
EK-1: Çalışmada Kullanılan Ölçek	229
EK-2: Ölçek Maddelerinin Madde Ayırt Edicilikleri.....	234
ÖZGEÇMİŞ.....	236

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 2.1: Yönetişim temel özellikleri ve başlıca unsurları (Aktan, 2002b).	9
Şekil 2.2: Hesap verebilirlik işleyişi (Samsun, 2003).	19
Şekil 2.3: Hesap verebilirlik döngüsü (Colter, 2012).	21
Şekil 2.4: Katılım ile değişim (Gaventa ve Valderrama, 1999).	26
Şekil 2.5: Katılımcı seçim metodları (Fung, 2006).	26
Şekil 2.6: E-demokrasiye yönlendiren nedenler.	44
Şekil 2.7: Kamu yönetiminde BİT ile yaşanan dönüşüm.	46
Şekil 2.8: Devlet ve E-devlet modeli (TBD, 2001).	50
Şekil 2.9: Türkiye’de yerel yönetim birimleri (Şat, 2012).	63
Şekil 2.10: E-hizmet kalitesi kavramsal modeli (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012).	67
Şekil 2.11: Web’in değişimi (Hayes, 2006).	81
Şekil 2.12: CERN’de ilk internet sitesinin üzerinde yer aldığı ilk sunucu NeXT.	84
Şekil 2.13: Sosyal medya ile geleneksel kontrol kurallarının değişimi (Lincoln, 2009).	93
Şekil 2.14: ABD’de Facebook kullanıcılarının yaşa göre dağılımı (comScore, 2010).	96
Şekil 2.15: ABD’de Facebook ve Twitter kullanıcılarının yaşa göre dağılımı (comScore, 2011).	96
Şekil 2.16: Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı (Yıldız, 2012).	97
Şekil 2.17: Mobil Kullanıcı Sayısı ve Kullanılan Teknolojiler (BTK, 2015).	98
Şekil 2.18: Hanelerin İnternet Erişimi ve Kullanım Oranları (TÜİK, 2015).	98
Şekil 2.19: Dünya Nüfusunun İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanımı (Kemp, 2016).	99
Şekil 2.20: Sosyal medya kanalları ve grupları (Crowther, 2012).	103
Şekil 2.21: Sosyal medya deniz yıldızı modeli (Evans, 2008).	103
Şekil 2.22: Facebook aylık aktif kullanıcı sayısı (Statista, 2016a).	105
Şekil 2.23: Umumi paylaşım yapan Google+ kullanıcıları (Stone Temple Consulting, 2015).	108
Şekil 2.24: Twitter üzerindeki mikroblog sayısı (Statista, 2016b).	111

Şekil 2.25: Twitter Trend In Topics (Twitter, 2016).	112
Şekil 2.26: Wikipedia üzerinde bir ziyaretçi güncellemesi (Wikipedia, 2016a).	115
Şekil 2.27: Wikipedia Türkiye’de gerçekleşen wiki güncellemeleri (Wikimedia, 2015).....	116
Şekil 2.28: Flickr’a aylık yüklenen fotoğraf sayısı (Michel, 2016).....	121
Şekil 2.29: Second Life üzerindeki sanal öğrenme ortamı (Can ve Şimşek, 2015).	124
Şekil 2.30: Gençlerin sosyal medyada paylaştığı bilgiler (Madden ve diğ., 2013).	127
Şekil 2.31: Gençlerin sosyal medya kullanımında ebeveyn kontrolü (Madden ve diğ., 2013).	128
Şekil 3.1: E-Yönetişimin hayata geçirilmesi sürecinde ideal roller.	137
Şekil 4.1: Belediyenin şeffaflık çalışmaları için sosyal medyayı kullanması.....	160

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 2.1: Yönetişim ve YKY (Peters ve Pierre, 1998; Frederickson ve Smith, 2003).	6
Tablo 2.2: Bürokratik model, YKY ve iyi yönetim (Czaputowicz, 2007).	7
Tablo 2.3: Geleneksel yönetim ve yönetim (Coşkun, 2007 akt. Gümüş, 2009).	10
Tablo 2.4: Ağ yönetimi ile geçmiş yönetim formlarının karşılaştırılması (Wilson, 2015).	11
Tablo 2.5: Yönetimden demokratik yönetime (Toksöz, 2008).	12
Tablo 2.6: 2004-2014 Bilgi Edinme İstatistikleri (TBMM, 2015).	17
Tablo 2.7: Şeffaflığın firma performansına etkisi (Bijalwan ve Madan, 2013).	18
Tablo 2.8: Katılımı etkileyen temel gelişmeler ve itici güçler (Brodie ve diğ., 2009).	24
Tablo 2.9: Siyasal hayata katılım biçimleri (Milbrath ve Goel, 1965 akt. Yıldız, 2014).	25
Tablo 2.10: Yönetişim ve e-yönetişim uygulamaları arasındaki farklılıklar.	40
Tablo 2.11: Niçin e-yönetişim (Heeks, 2001).	42
Tablo 2.12: Geleneksel devlet ve e-devlet (Uçkan, 2003a akt. Satmaz, 2014).	49
Tablo 2.13: E-Devlet: amaçlar, faktörler, beklenen yararlar (Kankaya, 2010).	53
Tablo 2.14: E-Devletin başlıca avantajları (Kayalı ve Yereli, 2002 akt. Demirel, 2006).	53
Tablo 2.15: Evden internet erişimi olmayan hane oranı ve nedenleri (TÜİK, 2015).	56
Tablo 2.16: E-belediyenin işlevleri (Polat, 2006).	76
Tablo 2.17: E-belediye uygulamalarında yaşanan zorluklar (Mousavi ve diğ., 2007).	79
Tablo 2.18: Web 1.0'daki platformların Web 2.0 dönüşümleri (O'Reilly, 2005).	85
Tablo 2.19: Web 2.0 teknolojileri (Zyl, 2009).	86
Tablo 2.20: Sosyal medya ve geleneksel medyanın farklılıkları (Kızılarıslan, 2012; Özutku ve diğ., 2014).	93
Tablo 2.21: Sosyal medya ve geleneksel medyanın kavramsal ayrımları (Hausmann, 2012).	94
Tablo 2.22: Facebook sosyal medya kimliği (Fb.com, 2016).	105
Tablo 2.23: Myspace sosyal medya kimliği (Myspace.com, 2016).	106
Tablo 2.24: LinkedIn sosyal medya kimliği (LinkedIn, 2016).	107

Tablo 2.25: Google+ sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2015c).	107
Tablo 2.26: Foursquare sosyal medya kimliği (Foursquare, 2016).....	109
Tablo 2.27: Twitter sosyal medya kimliği (Twitter, 2016a).	110
Tablo 2.28: Tumblr sosyal medya kimliği (Tumblr, 2016a).....	112
Tablo 2.29: Youtube sosyal medya kimliği (Youtube, 2016b).	119
Tablo 2.30: Dailymotion sosyal medya kimliği (Dailymotion, 2016).	120
Tablo 2.31: Instagram sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2016i).....	120
Tablo 2.32: Flickr sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2016e).....	121
Tablo 2.33: SoundCloud sosyal medya kimliği (SoundCloud, 2016).....	122
Tablo 2.34: Second Life sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2015d).....	123
Tablo 2.35: Web 2.0 ve sosyal medyanın belediyelerde kullanımı (Bonsón ve diğ., 2012).	130
Tablo 2.36: Türkiye’deki büyükşehir belediyelerinin sosyal ağ kullanımları.....	131
Tablo 3.1: Seçilen örneklemin avantajları ve kısıtları.....	140
Tablo 3.2: Seçilen ölçek kapsamının avantajları ve kısıtları.....	142
Tablo 3.3: Ön test aşamasında tespit edilen sorunlar ve ilgili düzenlemeler.	145
Tablo 3.4: Kullanılacak ölçeklerin normallik testi sonuçları.	146
Tablo 3.5: Kullanılacak ölçeklerin iç güvenirlik testi sonuçları.	147
Tablo 4.1: Örneklemin illere göre demografik dağılımı.	150
Tablo 4.2: Sosyal medya araçlarının kullanım oranları.	152
Tablo 4.3: Belediyeye erişim tercihleri.	153
Tablo 4.4: Sosyal medyaya erişim yöntemleri.	154
Tablo 4.5: Akıllı telefon kullanımı.....	155
Tablo 4.6: Belediyeye ait mobil uygulama kullanımı.	155
Tablo 4.7: Belediyenin sahip olması beklenen nitelikler ölçeği betimleyici istatistikler.....	156
Tablo 4.8: Belediyenin bilgi edinme hakkı konusunda tutumu.	157
Tablo 4.9: Belediyenin şeffaf olmasının yolsuzluklar üzerinde etkisi.	158
Tablo 4.10: Şeffaflık ölçeği betimleyici istatistikler.	158
Tablo 4.11: Belediyenin hesap verebilir olması gerekliliği.	161

Tablo 4.12: Belediyeler kimlere karşı hesap verebilir olmalı?	161
Tablo 4.13: Belediyenin hesap verebilirliğinin demokratik olması üzerinde etkisi.	162
Tablo 4.14: Hesap verebilirlik ölçeği betimleyici istatistikler.	163
Tablo 4.15: Belediyenin karar süreçlerine katılımı sağlaması gerekliliği.	164
Tablo 4.16: Katılım ölçeği betimleyici istatistikler.....	165
Tablo 4.17: Belediyeler karar süreçlerine kimlerin katılımını sağlamalı?	166
Tablo 4.18: Belediyelerin ölçeklerden aldığı puanlar.	166
Tablo 4.19: Cinsiyete göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.....	167
Tablo 4.20: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.	168
Tablo 4.21: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.	169
Tablo 4.22: Belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.	170
Tablo 4.23: Cinsiyete göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları...	171
Tablo 4.24: Yaşanılan şehre göre şeffaflık ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.	171
Tablo 4.25: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	172
Tablo 4.26: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	173
Tablo 4.27: Cinsiyete göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.....	174
Tablo 4.28: Yaşanılan şehre göre hesap verebilirlik ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.	174
Tablo 4.29: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	175
Tablo 4.30: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.....	176
Tablo 4.31: Belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	177
Tablo 4.32: Cinsiyete göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	178
Tablo 4.33: Yaşanılan şehre göre katılım ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.	179

Tablo 4.34: Yaşanılan şehre göre katılım ölçeği puanları arasında hangi şehirler arasında farklılaşma olduğunu belirlemek üzere uygulanan Post-Hoc LSD testi sonuçları.	179
Tablo 4.35: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	180
Tablo 4.36: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	181
Tablo 4.37: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.	181
Tablo 4.38: Belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	182
Tablo 4.39: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	183
Tablo 4.40: Belediyeye erişimde web sitesi üzerinden erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	184
Tablo 4.41: Belediyeye erişimde sosyal medya üzerinden erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	185
Tablo 4.42: Belediyeye ait mobil uygulama kullanımının yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	185
Tablo 4.43: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişim tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	186
Tablo 4.44: Belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişim tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.	187
Tablo 4.45: Şeffaflık ölçeği puanı ve hesap verebilirlik ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.	187
Tablo 4.46: Şeffaflık ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.	188
Tablo 4.47: Hesap verebilirlik ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.	188

SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ

Simgeler

Açıklama

%	: Yüzde
G. Arası	: Gruplar arası ilişki
G. İçi	: Grup içi ilişki
H ₀	: Sıfır Hipotezi
H ₁	: Karşıt Hipotez
N	: Örneklem Sayısı
p	: Anlamlılık düzeyi
R	: Korelasyon
S _d	: Serbestlik derecesi
SH _x	: Aritmetik ortalamanın standart sapması
SS	: Standart sapma
S.O.	: Sıralar Ortalaması
S.T.	: Sıralar Toplamı
X	: Aritmetik ortalama
X _i – X _j	: Karşılaştırılan ilk gruba son grubun farkı

Kısaltmalar

Açıklama

BEDK	: Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu
BİT	: Bilgi ve iletişim teknolojileri
BTK	: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
COPPA	: Children's Online Privacy Protection Act
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
IMF	: International Monetary Fund
MİGM	: Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
TASAM	: Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi
TBD	: Türkiye Bilişim Derneği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TUENA	: Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UNDP	: United Nations Development Programme
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

E-BELEDİYE FAALİYETLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ETKİLERİNİN E-YÖNETİŞİM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Mehmet BÜTÜN

İstanbul Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Enformatik Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Zümrüt ECEVİT SATI

Bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle, sanal platformlar iletişim ve etkileşim konularında eşsiz fırsatlar sunmaya başlamıştır. Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle şekillenmeye başlayan sosyal medya araçları, bilgi iletişiminin ve karşılıklı etkileşimin yoğun olarak gerçekleştirildiği platformlara dönüşmüştür. Sosyal medya araçları; yerel, ulusal hatta küresel ölçekte gündemin oluşturulduğu ve takip edildiği, farklı görüşlerin yansıtıldığı platformlar haline gelmiştir. Kamusal alan için etkin fırsatlar sunan sosyal medya araçları, kamu yönetimi alanına, vatandaş katılımının sağlandığı ve geliştirilen kamu hizmetlerinin hayata geçirildiği platformlar olarak giriş yapmaya başlamıştır. Kamu kurumlarının sosyal medya kullanımlarının artması ile birlikte bu platformlar üzerinden yönetim ilkelerini hayata geçirme fırsatı doğmuş ve sosyal medya devlet – vatandaş etkileşimine yeni bir boyut kazandırmıştır. Yerel yönetimler sosyal medya üzerinden vatandaşlara kamu hizmetlerini ulaştırma ve vatandaşlar ile etkin iletişim kurma gayreti içerisinde. Bu gelişmeler belediyelerin sosyal medya kullanımlarında; karar süreçlerine vatandaş katılımını sağlama, şeffaflığı ve hesap verebilirliği artırma gibi konularda gerçekleştirdiği faaliyetlerin incelenme gereksinimini artırmıştır. Bu bağlamda yönetim ilkelerinin hayata geçirilmesi açısından belediyelerin sosyal medya kullanımlarının sunduğu fırsatların ele alınarak irdelenmesi bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu doğrultuda İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde, vatandaşların büyükşehir belediyesini şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri açısından değerlendirebileceği bir ölçek geliştirilerek belirlenen örnekleme uygulanmış ve elde edilen betimsel istatistikler yorumlanarak istatistiksel analizlerle tespit edilen bulgular değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda e-belediye faaliyetlerinde sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim üzerinde olumlu etkileri tespit edilmiştir. Sosyal medya üzerinden belediyeye erişim sağlayan vatandaşların şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri açısından belediyesini daha yeterli bulduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu sosyal medya kullanıcısı olmasına rağmen, belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimi tercih etme oranının düşük olduğu görülmüş ve belediyelerin sosyal medya kullanımlarının mobil uygulamalar ile desteklenmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Haziran 2016, 236 sayfa.

Anahtar kelimeler: E-Belediye, E-Yönetişim, E-Devlet, Sosyal Medya, Şeffaflık, Hesap Verebilirlik, Katılım.

SUMMARY

M. SC. THESIS

ANALYSING EFFECTS OF THE USAGE OF SOCIAL MEDIA IN E-MUNICIPALITY ACTIVITIES IN THE CONTEXT OF E-GOVERNANCE

Mehmet BÜTÜN

İstanbul University

Institute of Graduate Studies in Science and Engineering

Department of Informatics

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Zümrüt Ecevit SATI

With the development of information technologies, virtual platforms has started to offer golden opportunities in communication and interaction. Social media platforms, which are shaped with the development of Web 2.0 technologies, are turned into platforms where there is a lot of communication of information and interaction. Social media tools, have been transformed into platforms where agenda is formed and followed on local, national and even global scales, and where different opinions are reflected. Social media platforms which provide active opportunities for public space, have started to enter into public administration domain as platforms to accomplish improved public service and engagement. With the increase of public enterprises' social social media utilization, via these platforms governance principles have been actualized and social media citizen government interaction has had a new dimension. Local governments are trying to convey public services to citizens and trying to communicate with the citizens via social media. These improvements have increased the need to investigate the utilization of social media in e-municipality activities in such areas as the citizen participation in decision-making process, the increase of transparency and accountability. The opportunities provided by the municipalities' utilization of social media should be scrutinized in terms of the accomplishment of governance principles. Accordingly, in this study, a scale in which citizens can evaluate the metropolitan municipalities in terms of transparency, accountability and participation principles has been developed. Thus, the sampling has been implemented in İstanbul, Ankara and İzmir. The obtained descriptive statistics have been interpreted and the identified findings have been evaluated by statistical analysis. In the accordance with the acquired findings, the positive effects of social media utilization on e-governance in terms of e-municipality have been identified. It has been concluded that citizens having access to the municipalities via social media find their municipalities more efficient in terms of transparency, accountability and participation principles. Although the vast majority of the participants use social media, it has been observed that in municipality access the ratio of access preference via social media is low. In addition, it has been determined that the social media utilization of municipalities should be supported by mobile applications.

June 2016, 236 pages.

Keywords: E-Municipality, E-Governance, E-Government, Social Media, Transparency, Accountability, Participation.

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT)'nde yaşanan gelişmeler ile birlikte bilginin toplanması, aktarılması, işlenmesi, değerlendirilmesi ve iletişim açısından önemli fırsatlar doğmaktadır. İnternet ağları vasıtasıyla saniyeler içerisinde dünyanın herhangi bir bölgesinden diğer bir bölgesine metin, fotoğraf, video ya da herhangi bir dosya gönderilip alınabilmektedir.

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bu platformlar üzerinden iletişim ve etkileşim olanaklarını arttırmıştır. Özellikle Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle, tek yönlü bilgi aktarımı yapılan web sitelerinden, çok yönlü bilgi alışverişine olanak sağlayan platformlara geçilmeye başlanmış ve sosyal medya kavramı şekillenmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin etkin olarak kullanıldığı sosyal medya platformları, bireylerin sanal dünya üzerinden kendi kişisel alanlarını ve çevrelerini oluşturmalarına fırsat tanımıştır.

Sosyal ağların gelişmesiyle sosyal medya araçları; yerel, ulusal hatta küresel ölçekte gündemin oluşturulduğu ve takip edildiği, ortak toplumsal tepkilerin dile getirildiği, farklı görüşlerin yansıtıldığı platformlar haline gelmiştir. Dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşanan bir olaya ait bilgi, fotoğraf, video veya belge, sosyal medya platformları aracılığıyla, dakikalar içerisinde dünyaya yayılabilmekte ve çeşitli bölgelerden geri dönüt alınabilmektedir. Mobil teknolojilerin gelişmesi ve kullanım oranlarının artması ile birlikte sosyal medya platformları, kullanıcıların birkaç saniye içerisinde erişebilecekleri platformlara dönüşmüşlerdir.

Sosyal medya aracılığıyla saniyeler içerisinde milyonlarca kişiye erişebilme, bilgi aktarabilme ve hızlı geri dönüt alabilme fırsatı kamusal alanda da etkin çözümler sunmaktadır. Elektronik platformlar üzerinden vatandaşlara kamu hizmetlerini ulaştırma ve etkin iletişim kurma olanakları ile dikkat çeken e-devlet uygulamalarının, sosyal medya faaliyetleriyle desteklenmesi ihtiyacı doğmuştur.

Sosyal medya platformları, e-devlet uygulamaları ile 7 gün 24 saat sunulan hizmetlerin yanı sıra, özellikle vatandaşlarla nitelikli iletişim ve etkileşim kurma konusunda önemli

fırsatlar sunmaktadır. Sosyal medya kamu kurumlarına; gerek doğrudan gerek elektronik platformlar üzerinden sunulan hizmetlerin değerlendirilmesi, farklı görüş ve önerilerin dikkate alınması, vatandaşların karar süreçlerine aktif katılımının sağlanması ve yönetimde şeffaflığın sağlanması gibi konularda etkin çözümler geliştirme şansı tanımaktadır. Aynı anda milyonlarca vatandaş ile iletişim kurma, hızlı geri dönüt alma ve etkileşim gibi olanakların oluşmasıyla sosyal medya platformları, e-devlet faaliyetleri kapsamında kullanılmaya başlanmıştır.

E-devlet faaliyetlerinde sosyal medya kullanımı ile yönetim ve ilkelerinin hayata geçirilmesi şansı artmıştır. Özellikle şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri ile ilgili sosyal medya platformlarının sunduğu olanaklar ile birlikte e-yönetişimin sağlanması fırsatı doğmuştur.

E-devlet uygulamalarının önemli bir parçası olan e-belediye faaliyetlerinde; özellikle yönetimde şeffaflığı sağlama, vatandaşların karar süreçlerine etkin katılımını sağlama ve hesap verebilirliği artırma hususlarında yerel ölçekte etkin çözümler sunan sosyal medya araçları belediyeler tarafından etkin bir şekilde kullanılan platformlar haline gelmiştir.

Birçok yerel yönetimin vatandaş ile iletişim ve etkileşim kurmada kullanmayı tercih ettiği sosyal medya platformlarının kullanımında yönetim ilkelerinin ne ölçüde hayata geçirildiği irdelenmesi gereken bir konudur.

E-belediye faaliyetlerinde sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim bağlamında ele alınması gerekmektedir. Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının vatandaş – belediye etkileşimine kazandırdığı yeni boyutun ve yönetim ilkelerinin hayata geçirilmesi hususunda sunduğu fırsatların ele alınarak irdelenmesi bir ihtiyaç haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımıyla yeniden şekillenen vatandaş – belediye etkileşiminde yaşanan değişimler ele alınmalıdır. Bu değişimler ile birlikte oluşan fırsatlar ve problemlerin doğru yansıtılması açısından konunun irdelenmesi önemlidir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen tez çalışması kapsamında; belediyelerin e-belediye faaliyetleri kapsamında sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim üzerinde etkileri ele alınarak sosyal medya kullanımının belediye – vatandaş etkileşimine kazandırdığı yeni boyut incelenmiştir.

Çalışma kapsamında öncelikle yönetim kavramı ve yönetim ilkeleri ele alınarak; yönetimin demokrasi, ekonomik kalkınma ve yolsuzlukların azaltılması ile ilişkisi irdelenmektedir. Ardından e-devlet ve e-belediye kavramları ele alınarak; bu kavramlar çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetlerin avantajları ve sınırlılıkları incelenmekte, vatandaş ve demokrasi anlayışında yaşanan değişimlere değinilmektedir. Sosyal medya kavramsal olarak incelenmekte, geleneksel medya ile farklılıkları, kullanım oranları ele alınmaktadır. Sosyal medya araçlarına mercek tutularak sosyal medyaya yönelik eleştirel yaklaşımlara değinilmektedir.

Çalışmanın amacı, kapsamı, sınırlılıkları ve modeli malzeme ve yöntem bölümünde ele alınarak, bu bölümde çalışmanın uygulanacağı örneklemin belirlenmesi ve çalışmada kullanılacak ölçeğin geliştirilme süreci ile ilgili bilgi verilmektedir.

Betimsel istatistikler, istatistiksel analizlerle elde edilen sonuçlar ve açık uçlu maddeler ile toplanan veriler değerlendirilerek bulgular bölümünde ele alınmakta ve çalışmanın çıkarımları tartışma ve sonuç bölümünde paylaşılmaktadır.

1.1. ÇALIŞMANIN AMACI

BİT'lerin gelişmesi; bilginin toplanması, işlenmesi, depolanması ve iletişimi açısından hızlı ve etkin yöntemler sunmuştur. Devletler için hizmetlerin BİT'ler aracılığıyla sunulması fırsatı doğmuş ve BİT'lerde yaşanan gelişmeler, bir takım kamu hizmetlerinin elektronik ortama taşınması sonucunu doğurmuş ve e-devlet kavramı ortaya çıkmıştır. Hızlı ve 7/24 iletişim ve hizmet imkânlarını sunan e-devlet uygulamaları birçok yönden avantajları ve dezavantajları da beraberinde getirmiştir. Vatandaşların bilgi almak için bürokratik yolları izlemek zorunda kalması, herhangi bir şikâyetini iletmek için bizzat devlet kurumlarına giderek dilekçe vermek zorunda kalması gibi klasik hantal iletişim yöntemleri e-devlet uygulamalarına yönelimi hızlandırmıştır. Günümüzde, tüm ulusal hükümetler, neredeyse tüm yerel yönetimler resmi web siteleri aracılığıyla, 7 gün 24 saat, elektronik ortamda bilgi ve hizmetler sunuyorlar (Norris ve Reddick, 2013).

E-devlet uygulamaları her ne kadar birçok vatandaşın hızlı bir şekilde ve 7/24 hizmet alabileceği platformlar olsa da, son zamanlarda, hemen hemen her hanede en az bir bireyle doğrudan iletişim kurabilme fırsatını sunan sosyal medya uygulamaları, bu

hizmetlerin sunumunda önemli bir rol üstlenmeye başlamıştır. Sosyal medya sosyal ağlar (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube vs), Wiki alanları ve bloglar gibi karşılıklı etkileşime ve bilgi paylaşımına fırsat veren platformlardan oluşur. Aynı anda milyonlarca vatandaşla iletişim kurma şansı, bu uygulamaların getirilerinin sadece hızlı ve etkili iletişimden ibaret olmadığını göstermektedir.

Sosyal medya teknolojilerinin, yönetimlerin hesap verebilirlik açısından şeffaflık ve vatandaşlarla hızlı ve etkili iletişim sağlaması yönüyle yönetişime katkısı dikkate değerdir. E-devlet uygulamalarıyla sunulan hizmetlerin bir kısmının sosyal medya üzerinden sunulabilmesi olanağı ve özellikle geri dönütlerin hızlı bir biçimde alınabilmesi fırsatı, sosyal medyanın etkin bir biçimde devlet organları tarafından kullanılmaya başlamasını sağlamıştır.

Birçok e-devlet uygulaması ile vatandaşlara hizmet sunan belediyeler de diğer devlet organları gibi sosyal medya platformlarının getirilerinden faydalanmaya başlamıştır. Belediyeler hizmetlerini sosyal medya platformları üzerinde sunarken, genellikle belirli bir çerçeveye dâhil olmaksızın birçok sosyal ağ üzerinden vatandaşlara hızlı bir şekilde ulaşmaya çalışmıştır. Buna karşın sosyal medya platformları hızlı geri dönüt ve karşılıklı iletişim fırsatları gibi avantajlarıyla belediyelere e-yönetişim kavramı çerçevesinde hizmetlerini vatandaşlara sunma olanağı tanımaktadır.

BİT’lerde yaşanan gelişmeler ile birlikte şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, cevap verebilirlik, etkinlik, eşitlik, hukukun üstünlüğü gibi ilkeleriyle göze çarpan iyi yönetişimin sanal platformlar üzerinde de hayata geçirilmesi fırsatı doğmuş ve bu çerçevede e-yönetişim kavramı şekillenmiştir. E-yönetişim özü itibarıyla, ağlar arası iletişimi sağlayan bir ağ yönetişimi olup yatay bir koordinasyon yapısıyla ilgili tüm tarafların ağ tipi örgütlenmeler içinde devlet yönetimine katılımını öngören, yerel bilgi ağlarını kullanan yönetim modelidir (Demirel, 2010).

Belediyeler sosyal medya kullanımlarında, özellikle “şeffaflık (açıklık), katılım ve hesap verebilirlik” ilkeleri ile ilgili bu platformların sunduğu fırsatları iyi değerlendirme şansına sahiptir.

Belediyelerin e-devlet faaliyetleri çerçevesinde sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaya başlamaları ve kullanımları esnasında;

- Bazı bilgileri sosyal medya aracılığıyla paydaşlarla paylaşmaları,
- Sosyal medya platformları üzerinden vatandaşların tepki ve isteklerini takip ederek dikkate almaya başlamaları,
- Vatandaşların sosyal medya aracılığıyla hızlı bir şekilde belediyeye erişim olanağının doğması,
- Belediyelere sosyal medya aracılığıyla soru sorulabilmesi ve hızlı yanıt alınabilme olanağı,
- Bazı sosyal medya platformlarının anket, beğeni, oylanan yorumlar gibi yönleriyle vatandaş katılımının sağlanmasına olanak sağlaması,

sosyal medya platformlarının belediyelerin e-yönetişim ilkelerini gerçekleştirmesi ve hayata geçirmesi için önemli imkânlar sunduğunu göstermiştir.

Yapılan literatür taramasında ulusal ve uluslararası yayınlar taranmış ve belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim bağlamında ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın kapsamı ile ilgili olarak literatürde yer alan ve benzer konulara mercek tutan bazı çalışmaları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Golbeck ve diğ. (2010) tarafından yapılan ve Birleşik Devletler Kongre üyelerinin Twitter kullanımlarının irdelendiği çalışmada, sosyal medyanın vatandaşlarla iletişimin arttırılmasında ve şeffaflığı sağlamada önemli etkileri olduğu tespit edilmiştir.
- Bertot ve diğ. (2012) tarafından yapılan ve yönetimlerin sosyal medya kullanımının sorunlarının, zorluklarının ve önerilerin irdelendiği çalışmada sosyal medyanın; şeffaflığın – açıklığın sağlanmasında yardımcı, halkı bilgilendirme konusunda teşvik edici, hizmetlerin ve kaynakların halk neredeyse oraya uzanmasını sağlayıcı ve katılımcı demokrasiye ortam hazırlayıcı olduğu saptanmıştır.
- Graham ve diğ. (2015) tarafından yapılan ve yerel yönetimlerin kriz durumlarında sosyal medya kullanımlarının ele alındığı çalışmada, sosyal medyanın katılımı ve hesap verebilirliği sağlamada, özellikle etkili iletişimin ve etkileşimin kurulmasında yerel yönetimler açısından önemli faydaları olduğu belirtilmiştir.

Sosyal medya platformlarının yeni yeni gelişip yayılıyor olması ve belediyelerin sosyal medya kullanımlarının “son birkaç yıl” ile sınırlı kalması; “sosyal medya – e-devlet”

“sosyal medya - yönetim” ve “sosyal medya - belediye” gibi kavramların ortak mercek altına alındığı çalışmalara literatürde az rastlanmasını açıklamaktadır.

Bu tez çalışmasında;

- Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının şeffaflığı sağlamada ne ölçüde etkisi olduğuna,
- Belediyelerin sosyal medya kullanımlarında, karar süreçlerine “paydaşların katılımını ne ölçüde sağlayabildiği”ne,
- Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının “daha hesap verebilir bir yerel yönetim” olmalarına ne ölçüde katkı sağladığına,
- Özetle belediyelerde e-yönetişimin gerçekleştirilmesi sürecinde sosyal medya kullanımlarının yönetim ilkelerinin hayata geçirilmesine ne ölçüde katkıda bulunduğu,

mercek tutulması hedeflenmiştir. Çalışma, belediyelerin sosyal medya kullanımlarını e-yönetişim ilkeleri çerçevesinde ele alarak; sosyal medya faaliyetlerinde belediyelerin birçok çalışmada yönetişimin en önemli ilkeleri arasında gösterilen (Stamati ve diğ., 2015; Turgut, 2010; Harrison ve Sayogo, 2014; Bertot ve diğ., 2012; Stojanovska ve diğ., 2014; Özer, 2006) “şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım” ilkelerinin gereksinimlerini ne ölçüde sağladığı ve bu ilkelerin prensiplerine ne ölçüde bağlı kaldığını tespit etmeyi amaç edinmiştir.

1.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Çalışmada, son yıllarda kullanım oranı artan, sosyal medya platformları üzerinde yürütülen e-belediye faaliyetlerinin e-yönetişim üzerine etkisinin irdelenmesi hedeflenmektedir.

Türkiye’de bulunan 30 Büyükşehir Belediyesinin 29’unun en az bir sosyal ağ hesabını resmi siteleri üzerinde paylaşması, belediyelerin sosyal medya üzerinde var olma gayreti ve sosyal platformları kullanma çabası içerisinde olduklarını göstermektedir.

Yerel yönetimlerin vatandaşla etkileşiminde önemli fırsatlar sunan sosyal medya platformlarının avantajlarının iyi kullanılması ve sosyal medya kullanımıyla ilgili oluşan

sorunların en aza indirgenmesi açısından, belediyelerin sosyal medya kullanımı irdelenmesi gereken bir konudur.

Belediyelerin sosyal medya kullanımında özellikle yönetim ilkelerini hayata geçirerek daha şeffaf, daha hesap verebilir, daha katılımcı, daha demokratik, daha cevap verebilir bir yönetim yapısını bu platformlar üzerinde inşa etme olanağı önemli bir fırsattır.

Türkiye nüfusunun %30,4'ünün yani yaklaşık üçte birinin yaşadığı İstanbul, Ankara ve İzmir illerinin büyükşehir belediyelerinde uygulanan çalışma, belediyelerin sosyal medya kullanımlarında söz konusu fırsatı ne ölçüde avantaja çevirdiğini ve e-yönetişim ilkelerini ne ölçüde hayata geçirdiğini tespit etmeyi amaçlamıştır.

Yapılan çalışma ile Türkiye'deki belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim bağlamında etkilerinin ortaya çıkarılması umulmaktadır. Çalışmanın belediyelerin sosyal medya kullanımlarında; şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım gibi ilkelerin dikkate alınması hususunda farkındalık oluşturacağı düşünülmektedir.

1.3. ÇALIŞMANIN KISITLARI VE SINIRLILIKLARI

Uygulanan çalışmanın en önemli sınırlılıkları örneklem seçiminin doğasından kaynaklanan sınırlılıklar ve geliştirilen ölçeğin kapsam geçerliliği ile ilgili kısıtlardır. Bu kısıtları ve sınırlılıkları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Çalışma kapsamında her ne kadar Türkiye nüfusunun %30.4'ünün yaşadığı İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri (TÜİK, 2016) ele alınmış olsa da çalışma örneklemin nüfusun tamamını veya daha büyük bir bölümünü içermiyor oluşu bir sınırlılıktır.
- Çalışmanın uygulanacağı bölgelerin seçiminde sosyal medyayı etkin kullanmaları ve erişilebilirlik olmaları yönüyle büyükşehir belediyeleri seçilmiştir. Ele alınan belediyelerin üçünün de büyükşehir belediyesi olması, çalışmanın nüfusu az olan illerin belediyelerini ve ilçe belediyelerini temsili açısından bir örneklem sınırlılığıdır.
- Çalışma kapsamında yönetim ilkelerinin tamamını içerecek bir ölçeğin gereğinden fazla uzun olacağı ve tüm ilkelerin sosyal medya ile doğrudan ilişkisi bulunmamasından dolayı sadece “şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri”

ele alınmıştır. Bu üç ilkeyi içeren ölçeğin yönetim kavramını açıklama gücü açısından, söz konusu ölçeğin kapsam genişliği önemli bir sınırlılıktır.

- Çalışma uygulanırken örneklem sosyal medyaya ve yönetim kavramına aşina olmaları ve erişilebilirlik yönünden üniversite öğrencilerinden seçilmiştir. Bölgede yaşayan bireyler arasından sadece öğrencilerin örneklem olarak seçilmesi, seçilen örneklemin bölge halkını temsili açısından bir örneklem kısıtıdır.

Çalışmanın yapılacağı örneklem seçiminde ölçeğin uygulanacağı bireylerin çeşitli niteliklere sahip olması ön koşulu ve değerlendirilecek belediyelerin sosyal medyayı etkin olarak kullanması gerekliliği ve erişilebilirlik gibi kısıtlarla karşı karşıya kalırsa da örneklemin seçiminde hassas davranılmış, ülke nüfusunun yaklaşık üçte birini temsil edecek şekilde örneklem geniş tutulmuştur.

2. GENEL KISIMLAR

Bu bölümde; çalışmanın temel boyutlarını oluşturan kavramlar ve ilgili alan yazın taramaları ele alınacaktır.

2.1. E-YÖNETİŞİM

Günümüzde yönetim terimi, kamu yönetimini, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını içine alan karmaşık bir sistemi ve bunların kendi aralarındaki ilişkiler ağını ve karşılıklı etkileşimlerini ifade etmek için kullanılmaktadır (Özer, 2006). Yönetişim sözcüğü “kelime adlandırması yönüyle” geleneksel olarak “government” “yönetim/idare” sözcüğünden türetilmekle birlikte “felsefesi yönüyle”, yönetenlerin tek başına merkezde karar alması ve uygulaması eylemlerine odaklı geleneksel anlamından çok uzaktır (Toprak, 2010). Yönetişim yaklaşımından hareketle yapılan analizlerde; özellikle hükümet – toplum etkileşimi üzerinde yoğunlaşmakta; bu bağlamda devlet ile devlet dışı alan arasında işbirliğinin, kamu sektörü ile özel sektör arasında ilişkiler geliştirilmesinin, çok kutuplu karar alma mekanizmalarının yaygınlaştırılmasının önemi belirtilmektedir (Yüksel, 2000).

E-yönetişim, teknolojinin insan hayatına girmesiyle birlikte, günümüzün popüler kamu yönetimi yaklaşımı olan yönetişimin elektronik araçların kullanılarak sanal platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmesiyle ortaya çıkan bir kavramdır. E-yönetişim; yönetim-vatandaş, yönetim-sivil toplum kuruluşları, yönetim-iş dünyası gibi ilişkilerde, yönetimin kendi faaliyetlerinde ve hizmet sunumlarında elektronik araçların yönetim ilkeleri çerçevesinde kullanılmasıdır. E-yönetişim kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için yönetişim kavramının kavramsal çerçevesinin ve tarihsel gelişiminin iyi bilinmesi gerekmektedir.

2.1.1. Yönetişimin Kavramsal Çerçevesi ve Tarihsel Gelişimi

Değişim dünya genelinde her alanda ve büyük bir hızla yaşanmaya devam ederken, kamu yönetimi anlayışında da hızlı bir değişim yaşandığını söyleyebiliriz. On üçüncü yüzyılda “gouvernance” ismiyle kullanılan yönetişim yönetme sanatı anlamını taşıyordu. 14. yüzyılda “governance” olarak İngilizceye geçen kavram, son yıllarda tüm dünyanın

dikkatini çeken bir akım olarak günümüzün en popüler kamu yönetimi akımı olarak gösterilebilir.

Yönetişim kavram olarak “yönetim” kelimesiyle eş anlamlı olarak kullanılmakla birlikte bu kavramdan daha kapsamlıdır. Yönetişim, “yönetim” kavramından farklı olarak merkezi yönetimin diğer aktörlerle eşit olduğu bir yönetim anlayışını öngörmektedir. Latince de yönetmek ve karar vermek anlamlarına gelen “*guberne*” kelimesinden türetilen yönetişim, hedefe ulaşmada ortaya konulan birlikteliği ifade etmektedir (Ergün, 2006).

Yönetişim kavramının iyi anlaşılabilmesi için çağdaş yönetim yaklaşımlarının iyi bilinmesi gerekir. 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar toplumun problemlerinde siyasi iktidarlar çözümün arandığı tek yer olarak kabul edilmiş ve geleneksel kamu yönetimi anlayışı benimsenmiştir.

Sanayi toplumlarının oluşması, şehirleşme oranlarının ve dünya nüfusunun artması, ekonomik dengelerin daha fazla önem kazanması yönetim sistemlerini de etkilemiştir. Geleneksel yönetim anlayışının taşıdığı “toplumun baskıcı bir şekilde yönetilmesi” yerini çağdaş yönetim yaklaşımları ile “daha demokratik ve katılımcı bir sistem ile devletin yönetilmesi”ne bırakmaya başlamıştır.

1970’li yılların birçok devlet için ekonomik darboğazlarla geçmesi devletlerin yönetim sistemlerinde değişikliklere gitmesine zemin hazırlamıştır. 1980’li yıllar serbest piyasa ekonomisinin ve yönetimin sunduğu hizmet kalitesinin tartışılmasının görülmeye başlandığı yıllar olmuştur. Yerel aktörlerin yönetimlerde daha aktif rol almasının önünü açan, bürokratik yapıların minimum seviyelere çekilmesini öngören ve kamu işletmeciliğini kamu yönetimine dâhil eden bir yönetim anlayışı benimsenmeye başlanmıştır.

Fiyat tabanlı, bürokratik olmayan, piyasa orijinli ve müşteri tercihli kamu hizmetlerinden oluşan yapı, kurulması gereken en ideal sistem olarak görülmekte, kamu hizmetleri koşullarının, müşterilerin umduğu verimlilik kriterine uygun olarak etkin yapılarla ve becerikli yöneticilerce sunulması, kamu yönetimine yaklaşımlarda, yeni bir tema olarak ortaya çıkmaktadır (Özer, 2005).

1990'lı yıllardan bu yana sosyal ve siyasal kuramın önemli tartışma konularından biri haline gelen yönetişimin, kullanım alanının işletme yönetiminden başlayarak, iktisat, siyaset ve kamu yönetimi alanlarına uzanması ve yerel, ulusal ve uluslararası yönetimlere kadar giderek genişlemesi kavramın tek bir anlamından söz edilmesini güçleştirmektedir (Güzelsarı, 2003).

Son dönemlerin popüler kamu yönetimi akımı olan Yeni Kamu Yönetimi (YKY) ile birlikte yönetişim de kabul gören kamu yönetimi akımlarından biri olarak görülmeye başlamıştır. Geleneksel bürokratik paradigmaya bir alternatif olarak doğan KYK, bürokratik devletten çok; hedef ve müşteri odaklı, girişimci, serbest piyasaya dayalı, daha küçük bir devlet anlayışını öne süren, yerinden yönetimi ön plana çıkaran ve özelleştirmeyi tavsiye eden bir kamu yönetimi yaklaşımıdır.

Yönetişim ve KYK her ne kadar birbirine yakın ve ortak paydası olan kavramlar olsa da, yönetişim ve KYK'nin teorik olarak farklılıkları vardır. Peters ve Pierre (1998) ile Frederickson ve Smith (2003) çalışmalarında yönetişimin bazı özellikleri ile KYK'den farklı ve yeni bir yaklaşım olduğunu savunmuşlardır (Tablo 2.1).

Tablo 2.1: Yönetişim ve KYK (Peters ve Pierre, 1998; Frederickson ve Smith, 2003).

Yönetişim	YKY
➤ Süreçlerle ilgilidir	➤ Sonuçlarla ilgilidir
➤ Organizasyonlar arası ilişkilerle ilgilidir	➤ Organizasyonun iç kısmıyla ilgilidir
➤ Kaynaklarının siyasal denetim altında kullanımıyla ilgilidir	➤ Kamu sektörünü özel sektöre dönüştürme ile ilgilidir
➤ Kamu sektörünün yeniden düzenlenmesini amacıyla ilgili değildir	➤ Kamu sektörünü yeniden düzenlemesi temel ideolojisidir
➤ Kamusal politikaların nasıl oluşturulduğu ve nasıl yürütüldüğü ile ilgilidir	➤ Verimlilik ve müşteri memnuniyetiyle ilgilidir
➤ Yönetim ile toplum arasındaki ilişki süreçleri ile ilgilidir	➤ Sistemin nasıl olduğu ya da nasıl olması gerektiği ile ilgilidir
➤ Kamu hizmetlerinde görevlilerin sorumlulukları ve yönetişim kapasiteleriyle ilgilidir	➤ Klasik kamu yönetimi yerine yeni kamu yönetimi modelleri arar

Czaputowicz (2007), bürokratik model, YKY ve iyi yönetişimi; yönetim metodu, normatif dayanak¹, yönetim biçimi ilişki karakteri, faaliyet hedefi, faaliyet oryantasyonu ve devlet örgütlenmesi olmak üzere 7 farklı kriterde ele alarak Tablo 2.2’de aralarındaki temel farklılıklara dikkat çekmiştir. Çalışmasında hiyerarşik ve tek merkezli yönetimin sorunlara çözüm olarak piyasa, değişim ve rekabet gibi kavramları kapsayan YKY’nin ortaya çıktığını belirten Czaputowicz; ortaklık, eşitlik ve bağımsızlık, ihtiyaca göre düzenleme gibi kavramları kapsayan yönetişim kavramının ortaya çıkış sürecinin YKY sürecini izlediğini ifade etmiştir.

Tablo 2.2: Bürokratik model, YKY ve iyi yönetişim (Czaputowicz, 2007).

Kriter	Bürokratik Model	YKY	İyi Yönetişim
<i>Yönetim Metodu</i>	Hiyerarşi	Piyasa, Eşitlik	Örümcek Ağı
<i>Normatif Dayanak</i>	İdari Hukuk	Sözleşmeler	Kongreler
<i>Yönetim Biçimi</i>	Bürokratik Yönetim	Yönetisel	Ortaklık & Danışma
<i>İlişki Karakteri</i>	Egemenlik ve Bağlılık	Rekabet ve İşbirliği	Eşitlik ve Bağımsızlık
<i>Faaliyet Hedefi</i>	Sağlamlaştırma	Değişim Uyandırma	Sosyal Güven İnşası
<i>Faaliyet Oryantasyonu</i>	Prosedürler	Sonuçlar	İhtiyaçlar
<i>Devlet Örgütlenmesi</i>	Tek Merkezli	Özerk	Sivil Toplum

Günümüzde önceden belirlenen bir ortak amacı gerçekleştirmek için, tek özneli, merkezi, hiyerarşik bir iş bölümü içinde, araçsal rasyonelliği ön plâna alarak, yapan, üreten, bunun için kaynakları ve yetkileri kendilerinde toplayan yönetimden, önceden belirlenen bir yöne doğru değil, insan haklarına dayalı performans ölçütlerini gerçekleştirecek, çok aktörlü, yerel, ağsal ilişkiler içinde iletişimsel bir rasyonellik anlayışı içinde, kendisi yapmaktan çok toplumdaki aktörleri yapabilir kılan, yönlendiren, kaynakların yönlendirilmesini kolaylaştıran yönetişim anlayışına geçilmektedir (Özer, 2006).

Yönetişim kavramı Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından 2007 yılında ele alınmıştır. UNDP (2007)’ye göre yönetişim “yönetim sürecinde iktidarın nasıl kullanıldığını, kararların nasıl alındığını, vatandaşların veya diğer ilgili kişi ve

¹ Normatif kelimesi kurallarla, yasalarla ilgili olan, kural, yasa koyan (TDK, 2016) anlamlarına karşılık gelmektedir. Normatif dayanak ise “yasal dayanak” veya “hukuki dayanak” anlamlarını ifade etmektedir.

kuruluşların söz haklarını nasıl kullandıklarını belirleyen kurumlar, prosedürler ve gelenekler arasındaki etkileşimleri kapsayan bir bütünlük sergiler.”

Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE)’nün Kamu Yönetimi Sözlüğü yönetişimi, “bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili tüm aktörlerin ortak çabalarıyla elde edilen sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzen” olarak ifade etmektedir. Yönetişimi daha iyi yönetmek için yönetim sisteminin yeniden yapılandırılması olarak tanımlayan Stoker (1998), yönetişimin beş önemli özelliğine dikkat çekmiştir:

1. Yönetişim, hükümetin de ötesinde bir takım kurumları ve aktörleri işaret eder,
2. Yönetişim, sosyal ve ekonomik sorunlarla mücadelede bulanık sınırları ve sorumlulukları tanımlar,
3. Yönetişim, kolektif eylemlerde yer alan kurumlar arası ilişkilerin bağlılık gücünü tanımlar,
4. Yönetişim, kendini yöneten özerk aktörler arası ağla ilişkilidir,
5. Yönetişim, hükümetin komuta veya otoritesini kullanmasına dayanmayan işlerin yürütülebilme kapasitesini kabul etmekte, hükümeti yeni araç ve tekniklerin kullanılmasında rehber ve yönlendirici olarak görmektedir.

Yönetişim kavramı karşılıklı iletişim ve etkileşimlerin öne çıktığı bir ilişkiler bütünüdür ifade etmektedir, bu çerçevede; şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, etkililik gibi ilkelerin varlığı yönetim kavramını yönetişim kavramına dönüştürmektedir ve yönetişimin iyi yönetim haline gelmesi ise bu ilkelerin iyi uygulanıyor olmasına bağlıdır (Maliye Bakanlığı, 2016). Bu yönüyle yönetişim kavramı ve iyi yönetim kavramı birbirinden farklı kavramlar değildir. Yönetişim genel itibariyle alınacak karardan etkilenecek tüm kurum ve bireylerin karar alma süreçlerine katılmasını ve birlikte hareket etmesini öngören bir kamu yönetimi yaklaşımıdır, iyi yönetişim ise bu birlikteliğin iyi yönde oluşunu ifade eden bir kavramdır.

Yönetişim kavramında, toplumsal sorumluluklar üstlenecek yeni aktörlerin (kişi, topluluk veya kurum) ortaya çıkması, bunların yeni katılımcı mekanizmalarla, mevcut biçimsel aktörlerle (merkezi hükümet, yerel yönetim ve aygıtları) birlikte ülkelerin ve kentlerin geleceğinde söz sahibi olacak yeni bir “ortaklık” kurlmaları istemi vardır (Göymen, 2010).

Aktan (2002a) yönetişimin temel özelliklerini ve başlıca unsurları; yönetimde açıklık, hukukun üstünlüğü, toplumu güçlendirme, yönetim ahlakı, toplam kalite, yerinden

yönetim, denetim, kurallar ve sınırlamalar, dijital devrime uyum, etkin sivil toplum ve katılım, hesap verme sorumluluğu ve rekabete – piyasa mekanizmalarına işlerlik kazandırma olarak ele almış ve Şekil 2.1’deki gibi şematize etmiştir.



Şekil 2.1: Yönetişim temel özellikleri ve başlıca unsurları (Aktan, 2002a).

İngilizce “Good Governance”in karşılığı olarak ilk kez Habitat II Konferansının hazırlık çalışmaları sırasında Türkçemize kazandırılan iyi yönetim kavramı (Toksöz, 2008) ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamaların ilki Dünya Bankası tarafından yapılmıştır. Dünya Bankası’nın 1989 Dünya Gelişme Raporu’nun giriş bölümünde “özel sektördeki girişimler ve piyasa mekanizmaları önemlidir, fakat bunların iyi yönetim ile birlikte ilerlemesi gerekir” ifadesiyle iyi yönetim kavramı ilk kez literatüre girmiştir (Dünya Bankası, 1989). Dünya Bankası (1994) iyi yönetişimi “açık ve öngörülebilir bir karar sürecinin olduğu, eylem ve işlemlere karşı sorumlu bir hükümetin ve profesyonel bir yönetimin bulunduğu, sivil toplumun kamusal sürece aktif bir şekilde katıldığı ve hukukun üstünlüğünün geçerli olduğu bir düzen” olarak tanımlamaktadır. Kavram olarak iyi yönetim vatandaşı yönetilen olarak değil temel karar alıcı ve karar süreçlerine katılan ve yön veren olarak kabul ediyor. Avrupa Komisyonu (2001)’nce hazırlanan Beyaz Kitapta yönetim yetkilerin AB seviyesinde yürütülme şekline etki eden kurallar, süreçler ve davranışlar olarak tanımlanmakta ve yönetişimin “açıklık, katılımcılık, hesap verebilirlik, etkililik ve tutarlılık” olmak üzere beş ilkeden oluştuğu ifade etmektedir.

İyi yönetim; devlet yönetiminde temsil, katılım ve denetimin, etkin bir sivil toplumun, hukukun üstünlüğünün, yerinden yönetimin, yönetimde açıklık ve hesap verme sorumluluğunun, kalite ve ahlakın, kurallar ve sınırlamaların, rekabet ve piyasa ekonomisi ile uyumlu alternatif hizmet sunum yöntemlerinin ve nihayet dünyada gerçekleşen dijital devrime (yeni temel teknolojilerdeki gelişmelere) uyumun mevcut olduğu bir siyasal ve ekonomik düzeni ifade etmektedir (Aktan, 2002b).

Schmidt (2002) tarafından, geleneksel liberal demokrasi sadece vatandaşın katılımsızlığını ve yabancılaştırılmasını getiren ve demokrasiyi içten tahrip eden, zayıf bir demokrasi olarak görülmektedir. Yönetişim mevcut demokrasinin demokratikleştirilmesi için kullanılabilecek etkin bir araç olarak görülmektedir. Herkesin kendisini ilgilendiren konularla ilgili sorunların çözüm süreçlerine katıldığı bir demokratik yönetim modeli öneren yönetim, bu demokratikleştirme potansiyelini taşımaktadır.

Coşkun (2007 akt. Gümüş, 2009) geleneksel yönetim ve yönetim kavramlarının farklı yönlerini ele almış ve bu kavramları Tablo 2.3'teki gibi karşılaştırmıştır.

Tablo 2.3: Geleneksel yönetim ve yönetim (Coşkun, 2007 akt. Gümüş, 2009).

Geleneksel Yönetim	Yönetişim
Dikey örgütlenme	Yatay örgütlenme
Merkezlilik	Yerindelik
Otoriter	Demokratik
Hesap sorucu	Hesap verici
Gizlilik	Açıklık - Şeffaflık
Güvensizliğe dayalı ilişki	Güvene dayalı ilişki
Yönetim kurulu hâkimiyeti	Paydaş hâkimiyeti
Hukukilik	Hukukilik ve meşruluk

Dur (2011), Dünya Bankası Raporu (1994)'ndan yola çıkarak yönetim için gerekli olan devlet anlayışını ve gerekli yapıları şu şekilde sıralamıştır:

- ✓ **Optimal Devlet:** Kamu harcamalarının en düşük maliyetle yapıldığı etki ve verimli bir devlet yapısı,

- ✓ **Rekabetçi Devlet:** Tarafsız bir devlet anlayışı ile rekabetçi bir ekonomik yapının oluşturulduğu, yasal çerçevelerin özel çıkarları gözetmeksizin rekabetçi yapıyı koruyacak şekilde düzenlendiği bir devlet yapısı,
- ✓ **Hukuk Devleti:** Piyasa için mülkiyet haklarının güvenliğinin sağlandığı, bilgilerin kamuoyuyla paylaşıldığı hukuki açıdan şeffaf ve belirsizliklerin ortadan kaldırıldığı bir devlet yapısı,
- ✓ **Sivil Toplum Kuruluşlarının Varlığı:** Devlet tarafından uygulanan reformların sürekli kılınabilmesi sürecinde, kamu hizmetlerinin müşterisi olan vatandaşın temsilcisi olan “Sivil Toplum Kuruluşları”nın varlığı,
- ✓ **Adem-i Merkeziyetçi Yapı:** Özellikle yerel düzeyde kalkınmaya ilişkin karar süreçlerinde vatandaşın aktif katılımının sağlandığı bir yönetim anlayışı.

Ağ yönetişimi keskin hatlarla birbirinden ayrılmış toplumsal ağların karşılıklı iletişim ve etkileşim ortamları içerisinde kamu siyasalarını oluşturma sürecidir (Üstüner, 2003). Wilson (2015) çalışmasında ağ yönetişimi ile geçmiş yönetim formlarını Tablo 2.4’teki gibi kıyaslamıştır.

Tablo 2.4: Ağ yönetişimi ile geçmiş yönetim formlarının karşılaştırılması (Wilson, 2015).

Geçmiş Yönetim Formları	Ağ yönetişimi
Aktörler arasında eşit olmayan, müzakere edilemeyen ve hiyerarşik ilişki	Aktörler arasında eşit, yatay / birbirine bağlı ortaklık
Piyasalar üzerine inşa (Örneğin YKY) veya devlet tabanlı hiyerarşi	Birkaç yönetim stratejisinin kombini (kamu-özel ortaklıkları, epistem ve güven, diyalog ve danışma komiteleri, kurumlar arası bağlantılar)
Hesap verebilirlik mekanizmaları siyasal-yönetimsel bölünmeye dayanır ve hiyerarşi üzerine inşa edilir	Aktörler bağımsız temsilciler değiller, düğüm olarak mevcutlar ve birbirine bağlılar
Departman kategorilerinde güven ve bakanlık denetimi	Kaynak alışverişi üzerine inşa edilmiş ve hiyerarşik olmayan ilişki bağları ile bağlılık
Süreç tabanlı yönetim formlarında değişim ile ilgili problemleri iyileştirme gözden kaçırılır.	Tepeden tırnağa gözden kaçırma olmaksızın değişim/süreç temelli yönetim
Pekişik temsilci-yönetici, devlet-toplum, politikacı-yönetici ayrımı	Temsilci-yönetici ayrımı, devlet-toplum ayrımı ve politikacı-yönetici ayrımını sıfırlar

Toksöz (2008), yönetişim kavramı altında kamu yönetiminin daha ucuz, kaliteli, etkin bir hizmet anlayışını ve katılımcı, hesap veren ve saydam bir yönetim anlayışını

barındırmakta olduğunu belirterek, Tablo 2.5'te demokrasinin gelişiminin iyi yönetişimden sonraki basamağını demokratik yönetişim olarak göstermiştir. Toksöz (2008) demokratik yönetişimin yönetişimdeki; katılım kavramının yerine uzlaşma ve bilgi paylaşımını, yetki saydamlığı yerine yetki paylaşımını, çatışmalarda görüşme yerine dönüştürmeyi ve uygulamada halka açık sistem yerine halk tarafından tasarlanmış sistemi işaret ettiğini belirtmiştir.

Tablo 2.5: Yönetimden demokratik yönetişime (Toksöz, 2008).



Demokrasinin Gelişimi	Doğrudan Demokrasi (Atina Demokrasisi)	Temsili Demokrasi	İyi Yönetişim	Demokratik Yönetişim
Yetkinin Dayanağı	Toprak → Halk	Seçim	Katılım	Uzlaşma
Hak	Doğrudan	Oylama	Katılım	İletişim / Bilgi Paylaşımı
Yetki	Halkın	Seçilmiş Temsilcilerin (Tam Yetki)	Saydam	Paylaşılmış
Birey	Etkin (Tam Anlamıyla)	Edilgin	Etkin (Kurumlar Aracılığıyla)	Etkin (Müzakere Yoluyla)
Çatışma	Çözülür	Sürdürülür	Görüşülür	Dönüştürülür
Sorun Tanımı	Vatandaşa	Vatandaşın Dışında	Ortak	
Karar Alma	Basit Çoğunluk	Seçilmiş Münhasır	Çıkar Grupları Tarafından Etkilenerek	Anlaşma, Rızı Etme, Oybirliği Sağlama Yoluyla
Temsil	Bireysel	Siyasi Gruplar	Paydaşlar	
Bilgi Paylaşımı	Yeterli	Sınırlı	Gelişmiş	Tam
Katılım	Doğal	Çevresel	Kapsayıcı	Dönüştürücü / Uzlaştırıcı
İletişim	Açık	Tek Yönlü	İyileştirilmiş Tek Yönlü	Çok Yönlü
Uygulama	Halk Tarafından	Kurumlar Tarafından	Kurumlar Tarafından (Sistem Halka Açık)	Kurumlar Tarafından (Sistem Halk Tarafından Tasarlanmış)

Yönetişim, merkeziyetçiliğin, hiyerarşinin, bürokratik yönetime dayanan ve gizliliğin hâkim olduğu klasik yönetim anlayışına karşı durarak; yeni yönetim anlayışı içerisinde

açık yönetimi, saydamlığı, hesap verilebilirliği, halkın halkla birlikte yönetimini savunan anlayışı anlatmak için kullanılan bir kavramdır (Koçak, 2010).

2.1.2. Yönetişim İlkeleri

Yönetişim kavramı çatısı altında ele alınan yönetim ilkeleri, literatürde farklı şekillerde mercek altına alınmıştır. Örneğin yönetim kavramı Avrupa Birliği tarafından Beyaz Kitap'ta ele alınmış ve iyi yönetişimin ilkeleri; şeffaflık, hesap verebilirlik, katılım, etkinlik ve tutarlılık olmak üzere beş temel ilke olarak sıralanmıştır. Bazı kaynaklar farklı yönetim ilkelerini yönetim kavramı çerçevesinde ele alsa da, birçok kaynak Beyaz Kitap'ta geçen bu beş ilkeyi yönetim ilkeleri arasında göstermiştir.

OECD (2001a) yönetim ilkelerini hesap verebilirlik, şeffaflık, etkinlik ve verimlilik, cevap verebilirlik, stratejik vizyon ve hukukun üstünlüğü olarak ele almıştır.

UNDP (1997 akt. Graham ve diğ., 2003) yönetim ilkelerini katılım, fikir birliği yönelimi, stratejik vizyon, cevap verebilirlik, etkinlik ve verimlilik, hesap verebilirlik, şeffaflık, eşitlik ve hukukun üstünlüğü olarak ele almıştır.

Birleşmiş Milletler (2016a) iyi yönetişimin etkin, verimli ve kalıcı bir şekilde eşitliği, katılımı, çoğulculuğu, şeffaflığı, hesap verebilirliği ve hukukun üstünlüğünü teşvik ettiğini belirtmiştir.

Karabacak (2003) iyi yönetişimin temel ilkelerini, katılımcılık, hesap verebilirlik, şeffaflık, eşitlik, etkililik ve verimlilik, cevap verilebilirlik, uzun dönemli vizyon oluşturma ve hukukun üstünlüğü olarak sıralamıştır.

Parigi ve diğ. (2004) iyi yönetişimin katılım, hukukun üstünlüğü, şeffaflık, cevap verebilirlik, eşitlik ve kapsayıcılık, etkinlik, verimlilik, hesap verebilirlik, stratejik vizyon ve fikir birliği yönelimi gibi önemli ilkeleri olduğunu belirtmiştir.

Toksöz (2008) yönetişimin temel ilkeleri, tutarlılık (öngörülebilirlik), sorumluluk, hesap verebilirlik, adillik, saydamlık, katılımcılık, etkinlik, hukuka bağlılık, yerindenlik ve ölçülülük olarak sıralanabileceğini ifade etmiştir.

Gümüş (2009) yönetim modelinde, şeffaflık, katılımcılık, cevap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, etkinlik, stratejik planlama ve eşitlikçilik gibi unsurlar birer ilke olarak benimsendiğini belirtmiştir.

Yönetim kavramı ile ilgili yapılan farklı araştırmalarda birbirine yakın ve birbirini tamamlayan birçok ilke yönetim kavramı çatısı altında incelenmiştir. Bu çalışmada araştırmalarda en çok mercek altına alınan ilkelerden olan; şeffaflık, hesap verebilirlik, katılım, eşitlik, tutarlılık, hukukun üstünlüğü, etkinlik – verimlilik, cevap verebilirlik ve stratejik vizyon ilkeleri ele alınacaktır.

2.1.2.1. Şeffaflık – Açıklık İlkesi

İyi yönetimin bir ilkesi olarak şeffaflık; devletlerin ekonomik, politik ve sosyal konularda aldıkları kararlara, özel sektörde faaliyet gösteren kuruluşların mali durumlarına, uluslararası kuruluşların faaliyetlerine ilişkin zamanında, anlaşılır, ilgili, nitelikli, güvenilir bilgiye bireyler tarafından erişilebilmesini ifade etmektedir (Kuzey, 2003). Şeffaflık iletişim kanallarını açar ve kaynaklardan elde edilen gelirler üzerinden inceleme yapmaya olanak sağlar (Corrigan, 2014).

Şeffaflıkla birlikte bu zamanın ruhunu yansıtan kavramlar “güven”, “sorumluluk”, “hesap verme” ve “katılımcılık” kavramlarıyken, şeffaflığın dışladığı kavram ise “kontrol” kavramıdır (Aksoy, 2013).

Şeffaflık; düzenlemeler yapma ve değiştirmeye ilişkin standartlaştırılmış süreçleri, danışmayı, anlaşılır bir dili; yayımlamayı, yasalar halinde toplamayı ve kolayca bulmaya ve anlamaya yönelik diğer kural koyma yöntemlerini, tahmin edilebilir ve uygun başvuru ve yürütme süreçlerini içeren geniş bir dizi uygulamayı ifade etmektedir (OECD, 2002 akt. Yıldırım, 2006).

Şeffaflığın dışarıdan izlenmeyi kolaylaştırarak adam kayırmaları ve yolsuzlukları azalttığı düşünülmektedir, bununla birlikte içeriden gizli anlaşmalar yapılmasını kolaylaştırma gibi bir ters etkisi olmasından da endişe duyulmaktadır (Zitzewitz, 2014).

Kolstad ve Wigg (2008), şeffaflığın yolsuzluklar üzerinde etkilerini inceledikleri çalışmalarında, şeffaflığın; yolsuzlukların azaltılmasında gerekli olduğunu fakat sadece belirli koşullar altında yolsuzlukları etkileyebileceğini, dürüstlük ve güven normlarını

korumaya yardımcı olacağını ve fırsatçı rant anlayışına karşı işbirliğini kolaylaştırabileceğini tespit etmiştir.

Şeffaflığın en önemli göstergesi açık bir yönetimin oluşturulması yani “yönetimde açıklığın” sağlanmasıdır (Kuzey, 2003; Bertot ve diğ., 2010). Açık bir yönetimin oluşturulmasında ise “nitelikli şeffaflık” sağlanması önemli bir detaydır. Nitelikli bir şeffaflık ise, kamu ile paylaşılacak veya paylaşılmayacak bilgilerin iyi analiz edilip, bilgilendirmenin ve bilgiye erişimin nitelikli sağlanmasıyla gerçekleştirilebilir.

Kamu ile paylaşılacak veya paylaşılmayacak bilgi seçimi de nitelikli bir şeffaflık için önem arz etmektedir. Örneğin, belediyenin bir kültür parkı projesinin planlanması ve kararların alınması süreci halka açık olmalı, halk kendi kültür parkıyla ilgili tüm karar süreçlerini takip edebilmeli ve fikir beyan edebilmelidir. Ancak, devletin askeri gücü ve stratejileri ile ilgili tüm bilgilerin halkla paylaşılması güvenlik açısından tehlikelidir. Nitelikli şeffaflık çerçevesinde, kamu ile paylaşılacak bilgilerin iyi belirlenmesi hususu önem taşımaktadır.

Şeffaflık yasama organının çalışmalarında dikkate alması gereken önemli bir ilkedir. Çünkü şeffaflık tüm mevzuatın ve kararların açık, anlaşılır ve net olmasını öngörür. Vatandaş bir kanun maddesini veya yönetmeliği okuduğunda ilgili hükmün ne ile ilgili olduğunu ve nasıl bir çerçeve çizdiğini açıkça anlayabilmelidir. Kanun boşluklarının ve farklı yorumlamalara açık maddelerin bulunduğu bir mevzuat şeffaf olmayan bir hukuk sisteminin oluşmasına zemin hazırlayacaktır.

Kamu yönetiminde şeffaflık; yasalarla güvence altına alınan ve belirlenen kanuni yollar ile kamunun mevcut yönetimi sıkı bir gözlem altında tutmasıyla arttırılabilir (Akyüz, 2006). Şeffaflığın gerçekleşmesi için yönetim işlemlerinin halka açık olması, kamu kesiminin saydamlığının sağlanması, kurumların çalışmalarına katılımın ve yönetimde kullanılan dilin anlaşılır olması gerekir (Selimoğlu, 2010).

Şeffaflığın tam anlamıyla sağlanabilmesi için yönetim sistemi ve tüm çıktılarının şeffaflık çerçevesinde dikkatle ele alınması gerekmektedir. Belki de bu nedenle ekonomik gücü ve istikrarı uzun bir geçmişe sahip en gelişmiş ülkelerde bile şeffaflığı sağlamak zor bir durumdur (Solberg, 2010).

Şeffaflık uygulamalarına Türkiye için gösterilebilecek en güzel örneklerden biri “mal bildirimini” uygulamasıdır. 3628 Sayılı Mal Bildirimi Kanunu ile kamu kurum ve kuruluşlarının çalışanları mal bildiriminde bulunmak zorundadır. Bu kanun doğru uygulandığında özellikle rüşvet ve yolsuzluk istenmeyen durumların yaşanmasını engelleyecek önemli bir şeffaflık uygulamasıdır.

Çağdaş anlamda bilgi edinme hakkının ülkelerin hukuk metinlerine girmesi, II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan yönetimin şeffaflaşması ya da yönetimde açıklık ilkesinin bütün dünyada yaygınlaşması ile mümkün olmuştur (Kılınç 2009 akt. BEDK, 2015).

İlk kez İsveç’te anayasal bir hak olarak uygulanan bilgi edinme hakkı, İsveç’te “Basın Özgürlüğü Kanunu” olarak anayasada “Tüm İsveç vatandaşlarının resmi belgelere serbest erişim hakkı vardır” ifadesiyle yer almaktadır.

2003 yılında kabul edilip, 2004 yılında yürürlüğe giren “Bilgi Edinme Hakkı Kanunu (BEHK)” Türkiye’de şeffaflık ile ilgili en önemli gelişme olarak nitelenebilir. 9 Ekim 2003’te TBMM’de kabul edilen BEHK, 24 Ekim 2003 tarih ve 25269 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır ancak yürürlüğe 24 Nisan 2004’te girmiştir.

“Uygulama Yönetmeliği” olarak nitelenen “Bilgi Edinme Hakkı Kanununun Uygulanmasına İlişkin Esas ve Usuller Hakkında Yönetmelik” ise 27 Nisan 2004 tarih ve 25445 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Her yılın sonunda tüm resmi kurumlarca TBMM’ye sunulan raporların derlenmesiyle yayımlanan “Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu Raporları”na genel olarak bakıldığında, özellikle son yıllarda hem “yapılan başvuru sayısı”nda, hem de “olumlu yanıtlanan başvuru yüzdesi”nde önemli artışlar göze çarpmaktadır. Bununla birlikte “reddedilen başvuru yüzdesi”nde ise ciddi bir düşüş gözlemlenmektedir. Buna karşın son yıllara bakıldığında “her yıl yaklaşık 100.000 başvurunun reddedilmesi” ise bilgi edinme hakkı ve şeffaflık açısından dikkate alınması gereken bir konudur.

Şeffaflığın sadece bilgi ve belgelere ulaşma hakkı olarak yorumlanması yanlış bir yaklaşımdır. Şeffaflık aynı zamanda kamu ile ilgili karar süreçlerine, komisyonlara ve toplantılara vatandaşların dinleyici olarak katılmasını, ayrıca önemli kararlarda halkın görüşüne başvurulmasını öngörür.

Tablo 2.6’da yer alan verilere göre (TBMM, 2015), 2004 yılında 395.557 bilgi edinme başvurusu alınıp, bu başvuruların 347.959’una (%87.9) olumlu cevap verilirken, 2014 yılında 3.298.465 bilgi edinme başvurusu alınıp, 3.118.864’üne (%94.5) olumlu cevap verilmiştir.

Tablo 2.6: 2004-2014 Bilgi Edinme İstatistikleri (TBMM, 2015).

	Olumlu Yanıtlanan Başvurular		Kısmen Olumlu Yanıtlanan Başvurular		Reddedilen Başvurular		Toplam Başvuru
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı
2004	347.959	%87.9	13.648	%3.4	20.474	%5.2	395.557
2005	542.364	%86.5	21.712	%3.5	54.234	%8.6	626.789
2006	746.999	%86.4	38.092	%4.4	69.199	%8.0	864.616
2007	751.089	%79.9	108.530	%11.5	70.378	%7.5	939.920
2008	1.099.133	%86.1	51.730	%4.7	81.466	%7.4	1.099.133
2009	947.637	%86.8	53.300	%4.9	84.723	%7.8	1.091.589
2010	1.098.870	%81.2	75.925	%5.6	89.749	%6.6	1.353.620
2011	1.244.995	%87.5	86.507	%6.0	87.500	%6.1	1.423.636
2012	1.924.603	%92.0	79.014	%3.8	82.814	%4.0	2.092.463
2013	2.583.506	%92.8	101.814	%3.7	94.298	%3.4	2.784.444
2014	3.118.864	%94.6	71.964	%2.2	99.166	%3.0	3.298.465

Bilgiye erişim konusunda birçok ülke yasal düzenleme geliştirmiş durumdadır: Ancak bilgi bu yasalar olmadan da erişilebilir olmalıdır, çünkü şeffaflık; belli bir tutum değişikliği, idare olarak yaptıklarınızı paylaşma, faaliyetlerinizi gösterme ve tartışmaya açık halde tutma yönünde bir gönüllülüğü gerektirmektedir (Ruige ve diğ., 2014).

Bijalwan ve Madan (2013) Hindistan şirketlerinde yaptıkları çalışmalarında şeffaflığın kurumsal yönetim çatısı altında firmaların performanslarında önemli bir etkisi olduğunu tespit etmiş olup, literatürde yer alan çalışmaları “Şeffaflık ve hissedar haklarının firma performansı üzerinde pozitif ve önemli bir etkiye sahip olduğunu belirten” ve “Şeffaflık ve hissedar haklarının firma performansı üzerinde etkisi olmadığını belirten” çalışmalar olarak Tablo 2.7’deki gibi iki gruba ayırmışlardır.

Tablo 2.7: Şeffaflığın firma performansına etkisi (Bijalwan ve Madan, 2013).

Etkenler	Koşul	Önceki Çalışmalar
Şeffaflık, Hissedar Hakları ve Firma Performansı	Şeffaflık ve hissedar hakları firma performansı üzerinde pozitif ve önemli bir etkiye sahiptir	Shelton ve General (1999); Levine ve diğ. (2000); Bushman ve Smith (2001); Ball (2001); Gupta ve diğ. (2003); Aksu ve Köseadağ (2006); Hassan ve diğ. (2008); Hermalin ve Weisbach (2012); Barros ve diğ. (2013)
	Şeffaflık ve hissedar haklarının firma performansı üzerinde etkisi yoktur.	Chen ve diğ. (2009); Archarya ve diğ. (2012)

Şeffaflık ilkesi diğer yönetim ilkelerinin hemen hemen hepsiyle sıkı bir ilişki içerisinde olmasının yanı sıra, literatürde ekonomi, yönetim, sağlık ve eğitim gibi alanlarda etkileri incelenen önemli bir kavramdır. Bilgiye erişimi açık, ücretsiz ve kolay kılan yönetim, kamuya erişimi kolaylaştırması yönüyle, hesap verebilirliği arttırmaktadır (Golbeck ve diğ., 2010). Birçok yönetim ilkesi için (hesap verebilirlik, stratejik vizyon, tutarlılık, hukukun üstünlüğü) ön koşul olarak kabul edilebilecek olan şeffaflık; katılım ve eşitlik kavramlarıyla da yakından ilişkilidir (Kösekahya, 2003; Kuzey, 2003).

2.1.2.2. Hesap Verebilirlik İlkesi

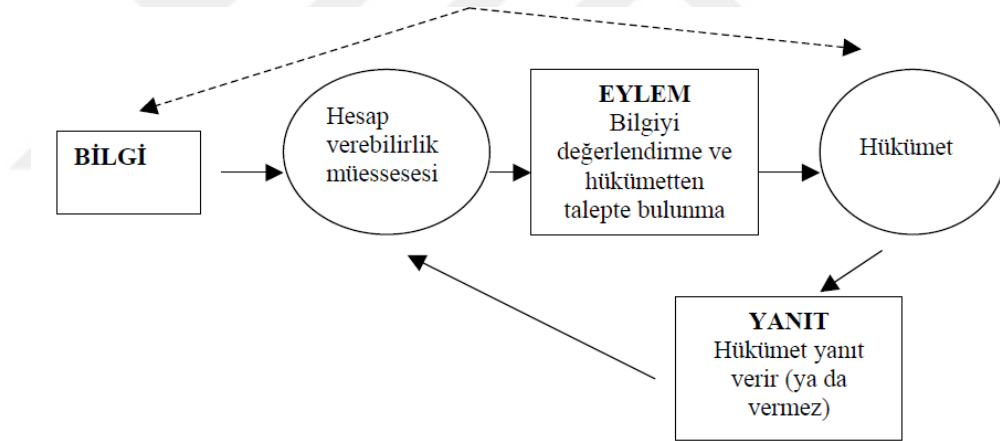
Modern yönetim sistemlerinde anahtar bir kavram olan hesap verilebilirliğin özünde bir kişi, kurum ya da yönetimin, herhangi bir eylem veya kararından dolayı belirli bir otoriteye karşı sorumlu tutulması vardır. Denetim, sorumluluk ve şeffaflık kavramlarıyla yakından ilişkili olan (Eryılmaz ve Biricikoğlu, 2011) hesap verebilirlik, demokratik yönetimlerin en önemli göstergelerinden biri ve olmazsa olmazıdır (Demirkıran ve diğ., 2011; Akyüz, 2006). Hesap verebilirlik, yönetenler ve yönetilenler arasındaki ilişkileri düzenleyen bir ilkedir ve kamu görevlilerini hesap verebilir kılma hesap verebilirliğin demokratik bir başarısıdır (Olsen, 2015).

Diğer bir bakış açısıyla hesap verebilirlik, kendilerine yetki verilen ve kaynak tahsis edilenlerin üzerinde anlaşmaya varılmış beklentiler ışığında, sonuçlara ulaşmak bakımından değerlendirilmeye tabi tutulmasıdır (Gül, 2008). Yani hesap verilebilirliğin

netliği bir bakıma hedeflerin ve performans beklentilerinin açık olması, rol ve sorumlulukların iyi belirlenmiş olmasına bağlıdır.

Kamu kurumları veya yetkililerin, kamu kaynaklarını ve yetkilerini nasıl kullandıklarıyla ilgili kamuya hesap vermesi konusunda, sezgisel bir anlaşma sağlaması yönünden, hesap verebilirlik tartışmasız olarak önemli bir kavramlardan biridir (Curtin ve diğ., 2014).

Modern yönetim sistemlerinde yönetimin, gerek aldığı kararlar, yönettiği süreçler ve eylemler ile ilgili; gerekse kamu sermayesinin iyi yönetimi ile ilgili kamuya karşı hesap verebilir olması gerekmektedir. Hesap verebilirlik, hükümetin vatandaşlarının ihtiyaçlarına bağlı kalmasını sağlar (Corrigan, 2014). Bu yönüyle hesap verebilirlik yönetsel süreçlerde hedeflerin iyi belirlenmesinin, yönetimin karar süreçlerinin sorgulanacağıının bilincinde olmasının ve sorumluluklarının farkında olmasının iyi bir garantörüdür.



Şekil 2.2: Hesap verebilirliğin işleyişi (Samsun, 2003).

Samsun (2003), hesap verebilirlik döngüsünün hesap verebilirlik müessesesi ve hükümet arasındaki işleyişini Şekil 2.2'deki gibi şematize etmiştir. Hesap verebilirlik döngüsünde hesap verebilirlik müessesesi bilgiyi değerlendirerek hükümetten talepte bulunurken, hükümet konu ile ilgili yanıt ya da bilgi vererek döngüyü tamamlamaktadır (Samsun, 2003).

Hesap verebilirlik ilkesi yönetim sistemi içerisinde lideri doğrudan ilgilendirir. Liderin sorumluluk almadığı ve karar ve eylemlerini açıklama konusunda istekli olmadığı bir

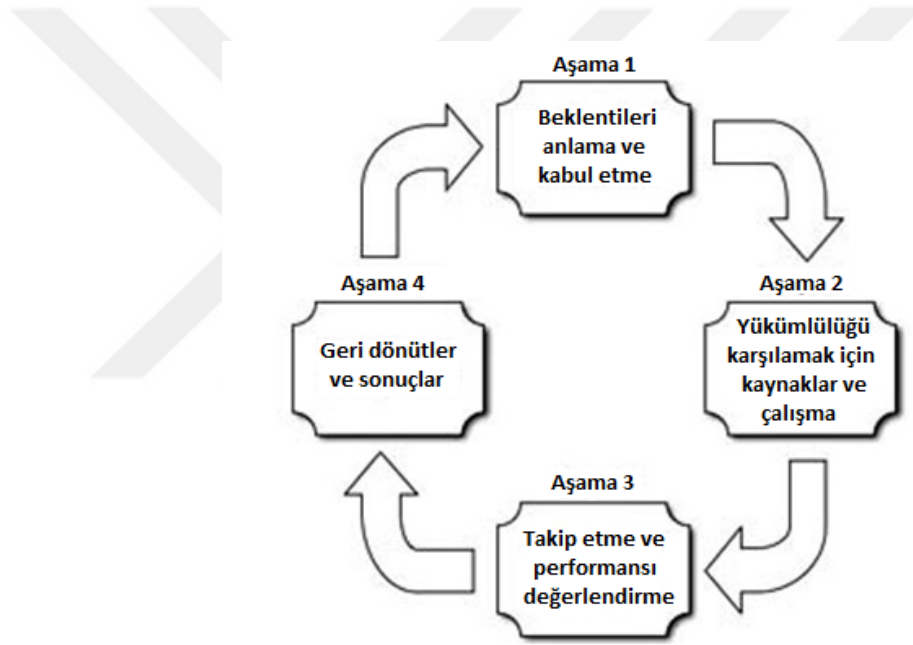
yönetim sisteminde hesap verebilirlikten bahsedilmesi güçtür. Wood ve Winston (2005), liderin hesap verebilirliğini üç boyutuyla ele almıştır:

- Liderin organizasyonun refahına hizmet etmek için sorumlulukları istekli olarak kabul etmesi,
- Liderin eylemlerinde ve tepkilerinde kamuya bağlı olması,
- Liderin inançlarını (düşüncelerini), yükümlülüklerini, kararlarını ve eylemlerini açıklama konusunda cevap verebilir olması.

İslam (2015) hesap verebilirlik türlerini Goetz ve Gaventa (2001) ve Goetz ve Jenkins (2005)'ten derleyerek şu şekilde sıralamıştır:

- ✓ **Yukarı yönlü hesap verebilirlik:** Alt makamların üst makamlarına hesap verebilirliği olarak tanımlanan bu kavrama, yerel yönetimlerin ülke yönetimine karşı hesap verebilirliği örnek olarak gösterilebilir.
- ✓ **Aşağı yönlü hesap verebilirlik:** Üst makamların alt makamlara karşı hesap verebilirliği olarak tanımlanan bu kavrama, maliye bakanlığının belediyelere karşı hesap verebilirliği örnek olarak verilebilir.
- ✓ **Dikey hesap verebilirlik:** Seçim süreçleriyle resmen veya kitle iletişim araçlarıyla ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla dolaylı olarak vatandaşların aktif olmasını öngören hesap verebilirlik türüdür. Dikey hesap verebilirlik için en yaygın mekanizma olarak seçimler gösterilebilir.
- ✓ **Yatay hesap verebilirlik:** Hükümet tarafından gözetim, kontrol ve dengelerin sağlanması için, devletin diğer kurumlarının suiistimallerinin denetlenmesini öngörür. Yargı, denetçiler, yolsuzlukla mücadele komisyonları, insan hakları, sektörel düzenleyici kurumlar ve ombudsmanlar tarafından sağlanır.
- ✓ **Melez hesap verebilirlik:** Devlet kurumlarının performansının değerlendirilmesinde sivil toplumun kendisi devletin özelliklerini devralır. Vatandaş denetimleri, kamu hizmeti karneleri ve katılımcı bütçeleme gibi mekanizmalar melez (hybrid) hesap verebilirlik uygulamalarıdır.
- ✓ **Yerel hesap verebilirlik:** Tüm yerel hesap verebilirlik ilişkilerini ifade eder. Yatay hesap verebilirlik, dikey hesap verebilirlik, yukarı yönlü hesap verebilirlik, aşağı yönlü hesap verebilirlik, melez hesap verebilirlik ve sosyal hesap verebilirliği içerir.
- ✓ **Karşılıklı hesap verebilirlik:** Bu hesap verebilirlik türü sıklıkla bağışçılar ve yardım alıcılar arasındaki ilişki ile ilgili yardım etkinlikleri bağlamında kullanılır.

- ✓ **Dış yönlü hesap verebilirlik:** Dış bağışçılar ve gelişim destekçilerine karşı yerel/milli aktörlerin cevap verebilirliği olarak tanımlanabilecek olan dış yönlü hesap verebilirlik için dünya bankasından yardım alan devletlerin dünya bankasına karşı hesap verebilirliği uygun bir örnek olarak gösterilebilir.
- ✓ **Sosyal hesap verebilirlik:** Sivil toplum kuruluşlarının ve vatandaşların faaliyetlerin içinde tutmayı amaçlayan; hükümet ve medya, özel sektör gibi diğer aktörler tarafından bu eylemleri desteklendiği hesap verebilirlik türüdür. Sivil katılım, vatandaş rapor kartları, sosyal denetim ve katılımcı bütçe gibi mekanizmaları öngören sosyal hesap verebilirlikte sosyal aktörler ön plandadır.



Şekil 2.3: Hesap verebilirlik döngüsü (Colter, 2012).

Colter (2012), hesap verebilirlik sürecini yöneticinin; birinci aşamada beklentileri anlaması ve kabul etmesi, ikinci aşamada kabul ettiği beklentileri yerine getirmek için çalışması ve yeni kaynaklar sunması, üçüncü aşamada süreci takip etmesi ve performansı belirlenmesi, son aşamada ise yöneticinin geri dönüt vermesi ve anlamlı sonuçlar sağlaması şeklinde dört aşamadan oluşan bir döngü olarak tanımlamış ve Şekil 2.3'teki gibi şematize etmiştir.

Özetle, hesap verebilirlik ilkesinin işlerlik kazanması için ilk adım görev ve yetkilerin kesin çerçevesinin çizilmesi olmakla beraber; bir kontrol mekanizması sağlamak adına

bireyin de aktif olarak katılımı, devlet sırrı olmayan resmi belgelere erişimi ve bilgi özgürlüğü gibi gereksinimler de sağlanmalıdır (TASAM, 2007).

Bir yönetim ilkesi olarak hesap verebilirlik şeffaflık (açıklık) ilkesiyle yakından ilgilidir. Şeffaflık bir yönden hesap verebilirliğin bir ön koşulu olarak düşünülebilir, çünkü şeffaf olmayan bir yönetimin hesap verebilirliği tartışılmaz ve irdelenemez.

Hesap verebilirlik uygulamada kamunun katılımını gerektirir. Hesap verebilirliğin uygulamasında halk aktif bir katılımı hesap verebilirlik sürecinde sorumlulukları, eylemleri ve kararları sorgulayan otorite haline gelir. Hesap verebilirlik; sorumlulukların ve hedeflerin belirlenmesi sürecinde stratejik vizyon ve yönetimin hesap verebilir olmaya hazır ve istekli olması yönüyle cevap verebilirlik ilkeleriyle yakından ilişkilidir (Acar, 2003; Samsun, 2003; Kösekahya, 2003; Karakuş, 2010).

2.1.2.3. Katılım İlkesi

Karakteristik olarak iyi yönetim, tüm paydaşları veya büyük bir çoğunluğu etkileyen politikaların ve kurumların dizayn ve formülasyonunda, paydaşların tamamının adil katılımını gerektirir (Lam, 2002).

Daha çok “müdahil olma” veya “dâhil olma” kavramlarıyla eş anlamlı olarak kullanılan (Karkın ve Çalhan, 2011) ve TDK tarafından “katılma işi, iştirak” olarak tanımlanan katılım vatandaşın karar verme, uygulama ve denetleme süreçlerinde aktif rol almasını öngörür. Yıldız (2014), katılım kavramının evrensel bir anlam ifade etmesine rağmen, gerek literatürde gerek uygulamada ortak bir tanımının olmayışını; katılımın demokrasi ile özdeşleşmiş olmasına ve günümüzde katılımın daha çok uygulamaya yönelik olmasıyla ortaya çıkan uygulama yöntemlerinin çeşitli olmasına bağlamaktadır.

Vatandaş katılımının temelinde yatan düşünce; idarenin politika ve faaliyetlerinden doğrudan etkilenecek olanların sürece kendi uzmanlıklarını dâhil ederek, daha iyi somut ve sürdürülebilir sonuçlar ortaya konmasına katkıda bulunabilmeleridir (Ruige ve diğ., 2014).

“Doğrudan demokrasi” günümüzün üniter devlet yapılarında; “ekonomik külfet, coğrafyanın genişliği, ciddi zaman kayıpları ve sayısal bölünme” gibi engellerden dolayı uygulanması aşırı güçleşen ya da neredeyse imkânsız hale gelen demokrasi çeşididir.

Günümüzde genellikle kullanılan bir demokrasi çeşidi olan temsili demokrasi sistem olarak belirli temsilcilerin (milletvekili, bakan, başbakan, cumhurbaşkanı, başkan gibi) seçilerek ülkeyi belirli bir süre yönetmesine dayanmaktadır. İsviçre'nin Appenzell Innerrhoden ve Glarus kantonları dışında diğer tüm ülke ve bölgelerde günümüzde temsili demokrasi sistemleri kullanılmaktadır.

Temsili demokrasi sistemlerinde (Acar, 1999; Ergin, 2003);

- Halkın yetki verdiği kişi veya grubun halkı temsil gücünün düşük olması,
- Halkın yerine karar veren seçilmişlerin belirlenen süre içerisinde halkın beklentisiyle çelişen kararlar alabilmesi,
- Çoğulculuk ilkesinin gerçek anlamda sağlanamaması ve çoğunluk ilkesinin çoğulculuk ilkesinin önüne geçmesi,
- Merkezi idarenin bölgesel beklentilere cevap verememesi,

gibi sorunlar oluşması bu sistemlerin demokrasi yönünden “tüm kararların halk tarafından alındığı doğrudan demokrasi” sistemlerine göre zayıf kaldığını göstermektedir.

Katılım temel olarak, günümüz yönetim sistemlerinde “doğrudan demokrasi”yi kısmen veya farklı bir boyutta da olsa hayata geçirme şansı sunar ve temsili demokrasi sistemlerinde doğrudan demokrasi uygulamalarının hayata geçirilmesine olanak tanır. Karar alma süreçlerini de içeren katılımcı yöntemlerin yaygınlaştırılması yoluyla kurulacak “kentsel ortaklıkların” temsili demokrasiden, yer yer, doğrudan demokrasiye ve/veya katılımcı demokrasiye geçişi kolaylaştırabileceği düşünülebilir (Göymen, 2010).

Katılımcı demokrasi modelleri, vatandaş katılımını yeniden sağlamanın ve demokrasiyi canlandırmanın bir yöntemi olarak görülmektedir (Mulgan, 2005; Goodin ve Dryzek, 2006; Smith, 2009). Bu yönüyle katılım günümüz yönetim sistemlerinde bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.

Katılım ile birlikte kamu politikalarının oluşturulması sürecinde bir grup ya da sınıfın çıkarlarına hizmet edecek kararların alınmasının engellenmesinin yanı sıra toplumsal çıkarlara hizmet edecek kararların alınması fırsatı doğar. Dünya Bankası (1992)'na göre katılım, projelerin ekonomik, sosyal ve çevresel başarısı için önemli bir kavramdır. Katılım uygulamaları, karar alma süreçlerinde yönetimlere vatandaşların beklentileri ile ilgili bilgi sahibi olma fırsatı sunar. Böylece karardan etkilenecek olanların beklentilerine

göre kamu hizmeti sunumu gerçekleştirilebilir. Katılım ilkesi vatandaşların karar, uygulama ve denetleme süreçlerinde aktif olmasının öngörürken, katılım sürecinde toplumsal kararların alındığı mekanizmanın büyüklüğünün maksimum düzeyde olması hedeflenir.

Brodie ve diğ. (2009) Tablo 2.8’de katılımı etkileyen gelişmeleri ve itici etmenleri “demokrasi krizi ve yeni yönetim alanları”, “sivil toplum: geliyor mu tehdit altında mı?” ve “yurttaş eylemleri, bireysel ve kolektif örgütlenme” olmak üzere üç grupta kategorize etmişlerdir.

Tablo 2.8: Katılımı etkileyen temel gelişmeler ve itici güçler (Brodie ve diğ., 2009).

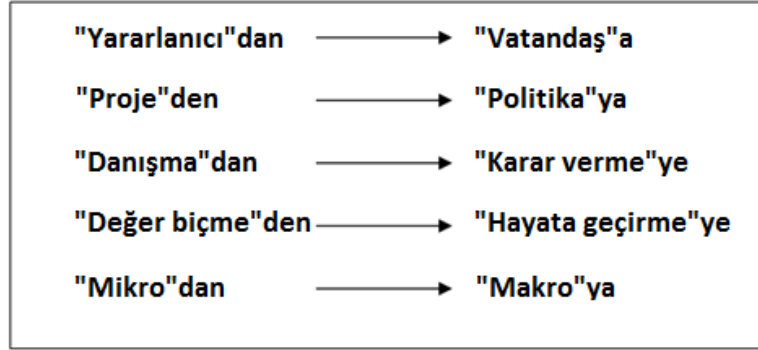
<p>Demokrasi krizi ve yeni yönetim alanları</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formel halk katılımının düşüşü. • Yurttaşları yeniden karar alma süreçlerine katmak ve uzlaşma sağlamak üzere yeni yönetim sahaları – yerelcilik ve yetkilendirme gündemleri. • Yurttaşların kamu hizmetlerinin üretimine katılımı – kişiselleştirme gündemi.
<p>Sivil toplum: Gelişiyor mu tehdit altında mı?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gönüllü ve topluluk sektörü (GTS) için yasal, hukuki ve mali çerçevenin geliştirilmesi. • GTS'nin giderek daha fazla ortaklıkta ve hizmet sunumunda yer almasından dolayı, etkinliğini yitirecek biçimde sisteme uyum sağlaması veya aşırı gerilmesi kaygıları. • Sivil toplumun devletten bağımsızlığını devam ettirmesi (örneğin kooperatifler, protesto). • Özellikle internet üzerinden olmak üzere, yeni katılım türlerinin ortaya çıkması.
<p>Yurttaş eylemleri, bireysel karar alma ve kolektif örgütlenme</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Örgütlü yaşam faal durumda, insanlar kayıtsız değiller. • Artan bireyselcilik: İnsanların katılım beklentileri değişmekte. • İnsanların farklı/çoklu kimlikleri var, kendilerini buna göre örgütüyorlar ve bir dizi "yer" ve "çıkır" topluluğuna dahiller. • Yeni teknolojilerin yurttaşların harekete geçirilmesi ve aktivizmi için kullanılması potansiyeli var. • İnsanlar kendilerini daha kendiliğinden, yapılandırılmamış ve enformel yollarla örgütüyorlar.

Katılımın sağlanabilmesi için merkezi yönetim, yerel yönetimler, meslek örgütleri, akademisyenler, parlamenterler, sendikalar ve sivil toplum kuruluşları yani toplumun her kesiminin bir ortaklık kavramı içinde olması gerekir (Göküş, 2010). Toplumun tamamının katılımının sağlanamadığı durumlarda temsil gücü yüksek katılımcı gruplarının seçilmesi önemlidir.

Tablo 2.9: Siyasal hayata katılım biçimleri (Milbrath ve Goel, 1965 akt. Yıldız, 2014).

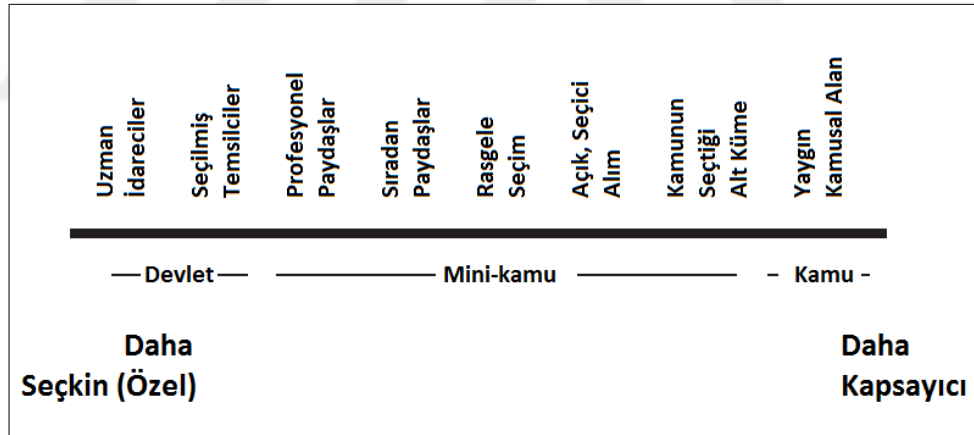
		Bireylerin Siyasal Sisteme Verdikleri		Bireylerin Siyasal Sistemden Aldıkları
		Katılım Biçimleri	Özellikler	
AKTİF	OLAĞAN DIŞI	Protestocular	- Protestolara katılma (%6) - Gerektiğinde isyan etme (%2) - Adaltsız kanunları reddetme (%16) - Devletin bilerek uyguladığı yanlış politikaları protesto (%26)	- Mevki sağlama - Haberleşme imkânları - Hizmetler - Ekonomik fırsatlar - Menfaat çatışmasının çözümü - Adalet
	OLAĞAN	Toplum Aktivistleri	- Yerel problemler için diğer gruplar ile beraber olma (%30) - Sivil toplum örgütlerine katılım (%18)	- Ulusal Semboller - Kimliğin idraki - Hükümet protestoları - Üstünlüğün idraki
		Partiler ve Kampanyalar için Çalışanlar	- Partiler ve ya adaylar için çalışanlar (%26) - Mitinglere katılım (%19) - Seçim adaylarına veya partilere para yardımında bulunma(%13)	- Bireyin sistemden kıymete değer bir beklentisi yoktur
		İletişimciler	- Politika ilgili bilgilenme (%67) - Siyasi tartışmalara katılma(%28)	- Eleştirme ve tartışma hakkı
		Yöneticiler ile İletişimde Olanlar	- Devlet ve siyasi parti yöneticileri ile görüşme (%4)	- Bireysel çıkarlar için çözüm yolları arama
PASİF	Oy Kullananlar ve Vatan Severler	- Seçimlerde oy kullanma (%63) - Ülkelerini sevmeye (%94)	- Kamu Düzeni - Güvenlik	
İLGİSİZ	En Düşük Düzeyde Pasif Olanlar	- Oy kullanmaz, aktivitelere katılmazlar (%22) - Vatanseverlik duyguları olmaz (%3-5)	- Belirsiz	

Milbrath ve Goel (1965 akt. Yıldız, 2014) uluslararası düzeyde yapılmış olan çok sayıda çalışmaya dayanarak katılım faaliyetlerinin genel olarak “aktif katılımcılar”, “pasif destekleyiciler” ve “ilgisizler” (apathetic) olmak üzere üç şekilde gerçekleştiğini ileri sürmektedirler. Milbrath ve Goel (1965 akt. Yıldız, 2014) çalışmalarının sonucunda katılım biçimlerini; protestocular, toplum aktivistleri, partiler ve kampanyalar için çalışanlar, iletişimciler, toplum yöneticileri ile iletişimde olanlar, oy kullanan vatanseverler ve en düşük seviyede pasif olanlar olmak üzere yedi farklı şekilde kategorize etmiş ve Tablo 2.9’da bu katılım biçimlerini “bireylerin sisteme verdikleri” ve “bireylerin sistemden aldıkları” başlıkları altında irdelemişlerdir.



Şekil 2.4: Katılım ile değişim (Gaventa ve Valderrama, 1999).

Gaventa ve Valderrama (1999) çalışmalarında katılımın sağlanmasıyla yararlanıcıdan vatandaşa, projeden politikaya, danışmadan karar vermeye, değer biçmeden hayata geçirmeye ve mikrodan makroya geçiş sağlandığını belirtmiş ve yaşanan bu değişimi Şekil 2.4'teki gibi göstermişlerdir.



Şekil 2.5: Katılımcı seçim metodları (Fung, 2006).

Fung (2006), “yetki ve güç”, “iletişim ve karar modu” ve “katılımcılar” üç boyutunu oluşturduğu bir demokrasi küpü modeli oluşturduğu çalışmasında katılımcılar boyutunu “katılımcı seçim metodları” olarak ele almış (Şekil 2.5) ve bu katılımcı seçim metodlarını;

- Klasik temsilci demokrasinin devlet odaklı katılım mekanizmaları
- Kamuyu ilgilendiren kararları görüşmek üzere vatandaşların toplanması olarak tasvir edilen “mini-kamu” kavramı çatısı altında toplanmış katılım mekanizmaları,

- Kitle iletişim araçları, ikincil dernekler ve gayri resmi tartışma alanlarıyla oluşturulan yaygın bir kamusal alanı kapsayan kamu katılım mekanizması, olmak üzere “devlet”, “mini-kamu”, “kamu” alt başlıkları altında sınıflandırmıştır.

2.1.2.4. Hukukun Üstünlüğü İlkesi

Yönetişimin temel ilkelerinden biri olarak kabul edilen hukukun üstünlüğü etkin ve verimli işleyen bir hukuk sistemini öngörür. Hukukun üstünlüğünün olduğu bir yönetimde devlet hukukla sınırlandırılmıştır. Yönetimin hukuk kuralları içinde kalarak; objektif bilgiye dayalı karar vermesi ve kararların hukuk yoluyla denetlenmesi hukukun üstünlüğü sayesinde gerçekleşebilir (Göküş, 2010).

Hukukun üstünlüğünün sağlandığı bir oluşumda, yürütme ve yasama organları birbirinden ayrık, yasalar genel ve tarafsızdır.

Hukukun üstünlüğünde hukuk sisteminin etkin ve verimli işlemesi kadar yasaların nitelikleri de önemlidir. Karabacak (2003)’a göre iyi yönetim çerçevesinde yasalar:

- Kapsam ve uygulama açısından genel olmalı,
- Yasal bir otorite tarafından yapılmış, kesin, açık, erişilebilir, tutarlı ve uyulabilir olmalı,
- Şeffaf süreçler yoluyla uygulanmalı, ilkeli bir muhakeme sistemine ve örgütlenmiş bir başvuru mekanizmasına sahip olmalı,
- Siyasi iradeden bağımsız bir yargı tarafından yorumlanmalı ve izlenmelidir.

Tutarlı ve çağdaş yasalara, etkin ve verimli çalışan mahkemelere ve kanunları adil ve şeffaf bir biçimde yorumlayan ve uygulayan düzenleyici kurumlara sahip bağımsız bir yargı sistemi, hukukun üstünlüğünü sağlamanın temel noktasıdır (Selimoğlu, 2010).

Toplumdaki kişi ve kurumların yargıya adil bir şekilde erişmeleri ve haklarını savunabilmeleri ile hukukun üstünlüğü ilkesi hayata geçirilebilir. Yönetişimin olmazsa olmaz ilkelerinde olan bu ilke güçlünün karşısında güçsüzü adaletle koruyarak, toplumun özgürlüğünü güvence altına almaktadır.

Hukukun üstünlüğü tamamıyla düzgün çalışan bir hukuk sistemini öngörür, öyle ki bu hukuk sisteminin;

- Yasama organı düzgün işler,
- Yasama ve yürütme organları karşısında son söz hukuka aittir,

- Yasaları açık, tutarlı, genel ve uyulabiliridir,
- Mahkemeleri tarafsız, şeffaf ve siyasi iradeden bağımsızdır,
- Mahkeme kararları denetlenebiliridir,
- Vatandaşın hakkını arayacağı mercii belirlidir,
- Çalışması ve hiyerarşisi dinamik ve etkilidir.

Liberal demokrasilerin temel ilkelerinden biri olan hukukun üstünlüğü ilkesi, kendini güvende hisseden ve sosyal eşitliğin sağladığı bir toplum, istikrarlı bir ekonomi, yolsuzlukların kontrol altına alındığı bir sistem vaat eder.

Hukukun üstünlüğü ilkesi birçok yönüyle diğer yönetim ilkeleriyle kavramsal bütünlük içerisindedir. Hukukun üstünlüğü kanun önünde eşitlik prensibi ile eşitliğe, kişilerin haklarını koruyarak adalete, adil katılıma ve şeffaflığa katkıda bulunur. Ayrıca objektif bilgiye dayalı karar vermesi açısından açıklık ilkesiyle ve yönetimin kararlarının sorgulanması açısından da hesap verebilirlik ilkesiyle örtüşmektedir.

2.1.2.5. Eşitlik İlkesi

Eşitlik ilkesi kadın veya erkek herkesin, din, dil, ırk, sınıf, kast, görüş, görünüş gibi özellikleri bakımında ayrıma tabi tutulmadan aynı fırsat eşitliğine sahip olmasını gerektirir. Etkin bir yönetim sisteminde tüm vatandaşlar mevcut haklarını korumak ve geliştirme haklarına eşit seviyede sahip olmalıdır.

Eşitlik ilkesi, bütün bireylerin insan olmak bakımından eşit siyasal değerde olmasını, bireyler arasında ayırım yapılmamasını, herkese eşit muamele edilmesini ve siyasal yönetim sürecine katılım konusunda bütün toplum üyelerinin eşit derecede hak sahibi olmasını ifade etmektedir (Karakuş, 2010).

Kamu sektörünün aldığı kararlarda toplumun her hangi bir kesimini kayırcı uygulamalar yapmaması ve vatandaşın tabi olduğu kuralların açık ve net şekilde ortaya konarak herkese aynı şekilde uygulanması vatandaşların devlete güven duymalarını sağlar (Toksöz, 2008). Eşitlik ilkesi çerçevesinde devlet kurumları insanlara eşit fırsatlar sunarak toplumsal, ekonomik ve siyasal çerçevede yer alma ve kaynaklara erişme güvencesi sağlamalı ve insanları iktisadi toplumsal yaşamın güçlü unsurları haline getirmelidir (Güler, 2003).

Kamu yönetiminin de temel ilkelerinden biri arasında yer alan eşitlik ilkesi; kanun önünde eşitlik, fırsat eşitliği, hak eşitliği, eşit katılım, toplumsal eşitlik gibi birçok alt kavramın bir araya gelmesiyle anlam kazanan ve büyük bir kapsama sahip olan bir ilkedir. Toplumsal eşitlik, yasalar önünde eşit haklar (güvenlik, oy kullanma hakkı, konuşma ve toplanma özürlüğü, mülkiyet hakkı gibi) ve toplumsal mal ve hizmetlere eşit seviyede erişmeyi içerir (Wikipedia, 2015a).

Eşitlik ilkesi yönetim çatısı altında ele alındığında, tutarlılık, hukukun üstünlüğü, hesap verebilirlik, şeffaflık, katılım gibi ilkelerin temel ideolojisinin yapı taşlarından biri olduğu görülür. Yönetimin vatandaşlar arası eşitliği sağlayamadığı bir sistemde; eşit katılım, hukuk önünde eşitlik, bölgeler arası tutarlılık, eşit bilgi edinme hakkı gibi kavramlardan söz etmek mümkün değildir.

2.1.2.6. Tutarlılık İlkesi

Tutarlılık birden fazla kararın ve eylemlerin birbirleriyle uyumlu olmasını ve çatışmamasını anlatmaktadır (DPT, 2007). Tutarlılık ilkesi, yönetim süreçlerinde gerçekleştirilen uygulamaların farklı bölgelere veya etnik gruplara göre farklılık göstermemesini ve uyum içerisinde olmasını gerektirir. Tutarlılık aynı zamanda zaman içinde uygulanan politikaların zamanın şartlarına uygun olarak tutarlı bir biçimde revize edilmesini ifade eder (Dur, 2011).

Yönetim süreçlerinde:

- Kamuda düşünce yapısı veya etnik köken yönüyle farklı grupların bulunması,
- Uygulamaların birden fazla alanda eşzamanlı olarak yönetilmesi,
- Karar süreçlerini etkileyecek farklı durumların oluşması,
- Sürecin bazı durumlarda uzun zaman dilimlerine yayılması,

tutarlılık ilkesinin hayata geçirilmesinin önemli olduğunu gösterir.

Tutarlılık, tutarlı bir yaklaşımla çalışmanın yanı sıra siyasal liderlikte ve kamuoyuna karşı açık ve şeffaf olmak konusunda bir kararlılık gerektirir (Ruike ve diğ., 2014).

Tutarlılık ilkesi uygulamaların zamanın şartlarına uygun olarak revize edilmesi yönüyle etkinlik – verimlilik ilkesiyle, tüm grup, yapı ve bölgelere uygulanan politikaların uyumu yönüyle eşitlik ilkesiyle birlikte ele alınabilir.

2.1.2.7. *Etkinlik – Verimlilik İlkesi*

Etkinlik ilkesi yönetim çerçevesinde irdelendiğinde karar organının problem çözme gücü olarak ele alınabilir. Verimlilik ise, yönetim sisteminde kamusal ürün ve hizmet anlamında en az girdi ile maksimum çıktının sağlanması olarak yorumlanabilir. Bu iki kavram farklı olarak ele alınabilse de, kavramların ikisi de temel olarak uzun dönemde vizyonu koruma, kaynakların etkili ve verimli kullanımı, toplumdan gelen geri dönüşlere hızlı ve etkili çözümler üretme kabiliyeti ile ilgilidir.

Etkin bir yönetim, küreselleşmenin ve sürdürülebilir kalkınmanın gerektirdiği değişime ayak uydurmaya yönelik, devlet, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve vatandaşın yönetimde birlikte rol almalarını öngören geniş bir perspektifi temsil etmektedir (Soylu, 2003). Bu durumda yönetimde etkinliğin ve verimliliğin sağlanması için ilgili tüm tarafların işbirliğine ihtiyaç vardır.

İyi yönetimde kamu hizmeti verilirken “kamu yararı”nın hangi ölçüde sağlandığı etkin ve verimli yönetim ile doğrudan ilgilidir. Kamu hizmetlerinin sunulmasında kullanılan kamu kaynakların her geçen gün azalması nedeniyle etkinlik kavramının önemi daha da artmaya başlamıştır (Göküş, 2010).

İyi yönetim yaklaşımında kamu yönetiminin etkili ve verimli bir sistem olarak işleyişi oldukça önemlidir. Fakat etkinlik ve verimlilik, katılımcı demokratik yapılanmanın da önüne alınmaz; hatta bazı durumlarda demokratik olmayan bir yöntemin daha etkin ve verimli olacağı bilinse bile, tercih demokratik uygulamadan yana kullanılır (Selimoğlu, 2010). Bu nedenle yönetim ilkeleri arasında yer alan etkinlik ve verimlilik özel sektördeki etkinlik ve verimlilikten farklıdır. Özel sektörde etkinlik ve verimlilik sonuca yönelik en önemli amaçlardan biri olarak ele alınabilecekken, iyi yönetimde etkinlik ve verimlilik, daha demokratik bir sisteme ulaşma yolunda kullanılan bir araç olarak nitelenebilir. Ayrıca özel sektörden farklı olarak etkinlik ve verimlilik kavramları e-yönetim çerçevesinde hem hukuki, hem siyasi, hem de ekonomik alanda ele alınabilir.

Etkin ve verimli bir yönetim anlayışı doğrudan hesap verebilirlik ve stratejik vizyon ilkeleri ile ilgilidir. Daha etkin, daha verimli bir yönetim; her zaman daha hesap verilebilir ve her zaman stratejik vizyondan kopma direnci daha yüksek bir yönetim olma şansına sahiptir. Yönetim ilkeleri incelendiğinde her bir ilkenin aslında diğer bütün ilkeler ile

birlikte ele alındığında anlamlı ve verimli olduğu görülebilir. Bu anlamda ancak tüm yönetim ilkeleri birlikte ele alındığında etkin ve verimli bir yönetim sisteminden bahsedilebilir.

2.1.2.8. Cevap Verebilirlik İlkesi

Cevap verebilirlik, basit olarak; vatandaşların, yönetimin kendisini dinlemeye hazır olduğunu ve eğer mümkünse cevap vereceğini bilmesidir (Denhardt, 2002). Cevap verebilirlik tarafların ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı olabilme ve geri dönüt sürecini daha iyi yönetebilme hususunda yönetimin çaba sarf etmesini gerektirir. Görüldüğü gibi cevap verebilirlik geri dönüt (feedback) ve ihtiyaç analizi kavramlarıyla yakından ilişkilidir (Göküş, 2010; Vigoda, 2002). Yönetim süreçlerinde, olumlu ve ya olumsuz geri dönütlere hızlı ve etkili cevap verebilme, soru ve sorunları duyarlı ve etkin bir şekilde dinleme ve süreç öncesinde nitelikli bir ihtiyaç analizi yapma, cevap verebilirlik ilkesinin vazgeçilmez unsurları arasında gösterilebilir. Cevap verebilirlik ilkesi sorunlara karşı duyarlı, sempatik, cevap vermeye çözüm üretmeye hazır ve her zaman vatandaşları dinleme konusunda istekli bir yönetim kadrosunun varlığıyla hayata geçirilebilir.

Cevap verebilirlik kavramı aynı zamanda ihtiyaca cevap verme yeterliliğini de kapsamaktadır. Hedefler ve sonuçlar göz önüne alındığında hedeflere ulaşılma oranı aynı zamanda sistemin ihtiyaca cevap verebilirlik oranıdır.

Cevap verebilirlik ilkesinin hayata geçirilmesi için gerekli olan unsur ve uygulamalar (Acar, 2003):

- Halkın ihtiyaç ve isteklerini belirleyecek mekanizmalar; örneğin anket, açık oturum, anında telefon hattı,
- Plan, program ve projelerin dizaynı ve hayata geçirilmesi süreçlerinde vatandaş katılımına izin veren mekanizmalar; örneğin müzakere niteliği taşıyan toplantılar, açık oturumlar,
- Program ve projelerin hedeflerine ve beklenen sosyal sonuçlara ulaştığını ve söz konusu hizmetlerden amaçlanan sayıda kişinin yararlandığını göstermeye yarayan bir gözetim sistemi,
- Halkın öneri, şikâyet veya benzer taleplerine adil ve hızlı şekilde cevap vermeyi sağlayacak basit prosedürler,

- Yönetimin gelen taleplere nasıl cevap vereceği hakkında halka geri bildirim sağlayacak bilgi birikimi.

Bazı kaynaklarda duyarlılık ilkesi olarak da ele alınan cevap verebilirlik ilkesi özellikle katılım ve hesap verebilirlik ilkeleriyle yakından ilişkilidir (Acar, 2003; Karakuş, 2010). Yönetim süreçlerinin başında ihtiyaç analizi yapılırken katılım ilkesiyle ortak paydada buluşan cevap verebilirlik, süreç içerisinde geri dönüşlere karşı duyarlı olma ve vatandaşta kendisinin dinleneceği hissini uyandırma konusunda hesap verebilirlik ile ortak payda da buluşuyor. Yönetim sisteminin süreç sonunda tarafların ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için, stratejik vizyon perspektifinde etkinlik ve verimlilik ilkesi çerçevesinde süreci yönetmesi gerekmektedir.

2.1.2.9. Stratejik Vizyon İlkesi

Stratejik vizyon ilkesi, tüm aktörler tarafından başarı için nelerin gerekli olduğunun paylaşıldığı geniş ve uzun vadeli perspektif olarak tanımlanır (Heylings ve Bravo, 2006). Stratejik vizyon, yönetişimin tüm paydaşlarının sosyal, kültürel ve tarihi yönden uzun dönemli ve geniş açılı bir bakış açısına sahip olmasını temel alır. Stratejik vizyon, liderlerin kalkınma ile ilgili etkin bir perspektife sahip olmasını gerektirir. Aynı zamanda kamu sürecini başlatan ve kontrol eden taraf olarak sorumluluk almalıdır. Vizyon, çalışanlar ve yöneticiler tarafından belirlenmeli, buna yönelik hedefler de ulaşılabilir olmalı ve çalışanların bu vizyona inanmaları sağlanmalıdır (Özer, 2006).

Yönetişimin, kamu yönetimi anlayışı hakkında, basit olarak, en geniş halk kesimlerinin memnun edilebileceği ve aynı zamanda sürdürülebilir olan bir alanda kamu hizmetlerini sunmak olan açık ve belirli bir misyonu olmalıdır (Selimoğlu, 2010). Yönetişim sürecinde stratejik vizyon, açık ve net olmanın yanında devamlılık arz etmelidir.

Sonuç olarak kamu yönetimlerinin dahi rekabet ortamından kendilerini uzaklaştıramadıkları, kendilerinden beklenen misyonu ifa edemedikleri ve dönüşüm geçiremedikleri taktirde zaman içerisinde yok olmaya mahkûm oldukları bir ortamda, kamu kurumlarının stratejik vizyona sahip olması, plan ve eylemlerini belirli bir stratejik plan çerçevesinde gerçekleştirmesi büyük bir öneme sahiptir (Öztoprak, 2011). Stratejik vizyonun, ciddi araştırmalara dayandırılması ve hedeflere en makul sürede ulaşılmasını öngörmesi, tarihi ve sosyokültürel yönden duyarlı olması gerekir. Stratejik bir kamu yönetimi vizyonu oluşturmak bütün tarafların kısa ve uzun vadeli ihtiyaç ve beklentilerini

ortaya çıkararak etkili katılım süreçlerinin iyi yönetilmesine bağlıdır. Özellikle sorumluluk duygusu taşıyan taraflara ihtiyaç duyan stratejik vizyon ilkesinde, tüm tarafların misyon ve vizyona sadık olması da kaçınılmaz bir gerekliliktir. İhtiyaçların belirlenmesi sürecinde özellikle yönetişimin katılım ilkesiyle iç içe olan stratejik vizyon ilkesi, diğer yönetişim ilkeleriyle de yakından (Göküş, 2010) ilişkilidir. Stratejik vizyon, hedeflere en makul zamanda ulaşılması hususunda etkinlik ilkesiyle, vizyonun açık ve anlaşılır olması yönüyle şeffaflık ilkesiyle ve tüm süreç boyunca hesap verebilirlik ilkesiyle birlikte ele alınabilir.

2.1.3. Yönetişim ve Demokrasi

Son dönemlerin en popüler kamu yönetimi yaklaşımlarından biri olarak nitelenebilecek olan yönetişimin birçok yönden çağdaş yönetim sistemlerine katkısı olduğu savunulabilir. Birçok araştırma yönetişimin daha demokratik, ekonomik yönden güçlü ve daha az yolsuzluğun olduğu bir yönetim sistemi sunduğuna işaret etmektedir (Mistry, 2012; Stoker, 1998; Kapucu ve Gündoğan, 2010; Zamahani, 2009; Gupta ve Abed, 2002; Çukurçayır ve diğ., 2012; Örselli, 2010).

Günümüz yönetim sistemlerinin en çok eleştiri aldığı demokrasi şekli olan temsili demokrasi sistemlerine özellikle katılım ilkesiyle önemli fırsatlar sunan yönetişim, aynı zamanda temsili demokrasi sistemleri içerisinde doğrudan demokrasi uygulamalarının sunulmasına da olanak sağlar.

Dünya Bankası, UNDP ve Birleşmiş Milletler gibi kuruluşlar demokrasinin kurulması ve pekiştirilmesiyle iyi yönetişimin gerçekleştirilebileceğini ve sosyo-ekonomik kalkınmanın sağlanabileceğini öngörmektedir (Reif, 2000).

Demokrasinin “sadece kararlara eşit katılım” olmadığını göz önüne alırsak, yönetişimin kamu hizmetlerinin sunumunda da demokrasiye katkı sağladığı söylenebilir. Yönetişim eşitlik ilkesiyle tüm vatandaşlara yönetimin eşit yaklaşmasını ve eşit hizmet sunmasını öngörerek daha demokratik bir yönetim sisteminin oluşmasına katkı sağlar.

Vatandaşın kararlara doğrudan katılımını öngören yönetişim, gerek karar süreçlerinde gerekse kararların uygulanması ve denetlenmesi sürecinde; vatandaşların karar verdiği, uygulamalara katıldığı ve denetlediği kısacası aktif olduğu demokratik bir sistemin

oluşmasına olanak tanır. Yönetişim ve demokrasi kavramları, aralarında sıkı ve doğru orantılı bir ilişkinin varlığından söz edilebilecek iki kavramdır. Hem yönetim kavramı hem de demokrasi kavramı birbirine katkı sağlar ve birbirinin sonucundan etkilenir.

Şeffaflık, denetime açıklık ve hesap verebilirlik, etkinlik ve verimliliği dikkate alan performans değerlendirmesi, çoklu öncelikler ve çıkarlar arasında uzlaşma odaklılık, yurttaş taleplerine duyarlılık gibi iyi yönetim ilkeleri demokratik bir yönetimde, toplumsal sorunların çözümüne ve ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesine ortam hazırlamaktadır (Kapucu ve Gündoğan, 2010).

2.1.4. Yönetişim ve Yolsuzlukların Önlenmesi

Yönetişim kavramı çerçevesinde şekillendirilen ve yönetim ilkelerinin uygulandığı bir yönetim sistemi yolsuzlukların azaltılması yönünden avantajlı olacaktır. Nitekim dünya bankası, yolsuzluğu bir yönetim sorunu olarak ele almaktadır. İyi yönetişimin sağlanması yolsuzlukların minimize edildiği bir ortamı işaret etmektedir. Kötü yönetim yolsuzluk yapanlara bu konuda zayıf hukuk uygulamaları, şeffaflığın olmaması ve etkin olmayan kurumsal kontrollerden dolayı yüksek tolerans sağlar (Zamahani, 2009 akt. Örselli, 2010).

Yönetişim ilkelerinden özellikle şeffaflık ve hesap verebilirlik yolsuzlukların önlenmesinde doğrudan etkisi olan ilkelere dir. Kamu yöneticilerinin, bir gün kamuya hesap vereceklerinin bilincinde olmaları kendilerine devredilmiş yetkilerini kötüye kullanmaktan caydırır ve psikolojik bir iç denetim sağlamış olur (Demirkıran ve diğ., 2011). Şeffaflık ise kamuoyunu izlenen politikalar ile koyulan kurallar hakkında bilgilendirerek, yönetimlerin bu politikalara uygun davranmaları için otomatik bir gözetim mekanizması oluşturarak idarelerin hesap verebilirliğini sağlayıp, yolsuzlukları azaltacaktır (Kuzey, 2003).

Hesap verebilirlik, kamusal gücün tek elde toplanarak kötüye kullanılmasının önlenmesi, kamusal kaynakların hukuka uygun ve yerinde kullanılmasının güvence altına alınması, ayrıca yönetimin vatandaşların istek ve beklentilerine uygun şekilde hareket etmesi böylece vatandaşların devlete duyduğu güvenin artırılması için her yönetimde bulunması gereken temel bir yönetim ilkesidir (Çukurçayır ve diğ., 2012).

Şeffaf bir yönetim için; görev, yetki ve sorumlulukların açık olarak tanımlanması, bilgilerin belli standartlar çerçevesinde düzenli olarak yayımlanmak suretiyle kamuya açık ve ulaşılabilir olması, kaynak dağıtım ve kullanım süreçlerinin, bütçelerin hazırlanma, uygulanma ve raporlanma adımlarının açık olması, denetim ve istatistiksel veri yayınlama sisteminin kalitesi ve açıklığı açısından, bağımsız güvencelerinin olması, gerekmektedir (Polat, 2003).

Günümüzde yolsuzlukların tamamen ortadan kaldırılması oldukça güç hatta imkânsız olarak görülse de, yönetim kavram ve ilkelerinin yolsuzluklarla mücadelede etkili olduğu kabul görmektedir. Ayrıca OECD, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler yolsuzlukları bir yönetim sorunu olarak ele almıştır (Dünya Bankası, 1997; Özer, 2006; Klitgaard, 2014; Karakaş ve Çak, 2007; Karakuş, 2010; TEPAV, 2011).

2.1.5. Yönetişim ve Ekonomik Kalkınma

Kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör kuruluşları arasında işbirliğini öngören yönetim bu yönüyle ekonomik kalkınma için önemli fırsatlar sunmaktadır. Yönetişimin kamu kuruluşları ve özel sektörün işbirliği fırsatını sunması, özellikle gelişmekte olan ülkeler için, ekonomik kalkınma yönünden değerlendirilmesi gereken bir şans olarak görülmektedir. Birleşmiş Milletlerin hazırlatmış olduğu 2008 dünya ekonomik raporunda teyit edildiği gibi iyi yönetim, hukuk devleti ilkesi ile birlikte, sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesinde anahtar konumundadır (Kapucu ve Gündoğan, 2010).

Yönetişim ilkelerinden katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, etkinlik-verimlilik ve eşitlik doğrudan ekonomik kalkınma ile ilgili ilkelerdir (Birleşmiş Milletler, 2016b; Dünya Bankası, 1997; DPT, 2007; Karakuş, 2010; Benhabib ve Przeworski, 2010; Kuzey, 2003; Kefela, 2011). Bu ilkelerin ekonomik kalkınma ile ilişkisini ele alacak olursak:

- *Katılım İlkesi ve Ekonomik Kalkınma:* Katılım ilkesi özel sektör, kamu, sivil toplum kuruluşları ve devletin karar süreçlerinde ortak karar vermesini öngörür. Piyasayı ve kamuyu doğrudan ilgilendiren kararların kamu ve farklı sektörler ile birlikte alınması avantaja dönüştürülebilecek bir uygulama olarak görülüyor (Abounoori ve Mahbobian, 2015; Kapucu & Gündoğan, 2010; Michel, 2014).

- *Şeffaflık İlkesi ve Ekonomik Kalkınma*: Şeffaflık ilkesinin ekonomik kalkınma ile ilişkisine Türkiye için verilebilecek en güzel örnek Kamuoyu Aydınlatma Platformu (KAP) gibi kuruluşların bulunduğu şeffaf bir piyasanın olduğu bir yönetim sisteminin oluşmasıdır. Devlet ekonomiyi ve piyasayı ilgilendiren hususlarda şeffaf ve açık olmasının yanında, aynı zamanda piyasada açıklık ve şeffaflığın sağlanması için KAP gibi kuruluşların bulunmasını da sağlamalıdır. Ekonomik şeffaflık, kaynak dağılımının en iyi şekilde gerçekleşmesini, etkinliğin sağlanmasını ve ekonominin büyüme potansiyelinin artmasını sağlayacaktır (Kuzey, 2003). Şeffaf ve açık bir piyasa güvenilir ve yatırım yapılabilir olması yönüyle ekonomik kalkınmaya doğrudan katkı sağlayacaktır (IMF, 1997; Birleşmiş Milletler, 2015).
- *Hukukun Üstünlüğü ve Ekonomik Kalkınma*: Hukukun üstünlüğü Hukukun üstünlüğü ilkesinin tesisi, ekonomik başarının ve gelişmenin vazgeçilmez bir önkoşuludur; hukukun üstünlüğü ilkesi sayesinde, ekonomik faaliyetlerin sonuçlarına ilişkin öngörülebilirlik sağlanmakta ve belirsizlik azaltılabilmektedir (Karakuş, 2010). Dünya Bankası (1997), Dünya Kalkınma Raporunda, hukukun üstünlüğünü gözetmenin ekonomik başarının bir ön şartı olduğunu belirtmektedir.
- *Hesap Verebilirlik ve Ekonomik Kalkınma*: Hesap verebilirlik ilkesi doğrudan tüm paydaşların karar ve faaliyetleri karşılıklı olarak denetleme yetkisi sunması yönüyle yolsuzlukların azaltılmasını ve kamu kaynaklarının daha verimli kullanılmasını sağlayarak doğrudan ekonomik kalkınmaya katkı sağlayabilir (Kösekahya, 2003; Benhabib ve Przeworski, 2010). Mali saydamlık ve hesap verebilirlik özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki kurum ve kuruluşlara güven duyulmasında etkili bir araç olduğu kadar, ekonomik istikrarın sağlanması ve sürdürülmesi açısından da son derece önem taşımaktadır (Bakkal ve Kasımoğlu, 2015).
- *Etkinlik – Verimlilik İlkesi ve Ekonomik Kalkınma*: Yönetişim ilkesi etkinlik ve verimlilik ilkesi ile yönetimin vizyonu koruma, kaynakların etkili ve verimli kullanımı, toplumdaki gelen geri dönüşlere hızlı ve etkili çözümler üretme kabiliyeti sahip olmasını öngörür (Abdellatif, 2003; Kapucu ve Gündoğan, 2010). Bu ise kaynakları ve zamanı etkin kullanan vizyonu koruyan bir yönetimin olduğu sağlam bir ekonomiyi işaret eder.

- *Eşitlik İlkesi ve Ekonomik Kalkınma*: Dünya genelinde yatırımcılar güvenilir ve adil piyasaları tercih ederler. Piyasaların güvenilirliğini tespit eden uluslararası kredi değerlendirme kuruluşlarının nihai amacı en güvenilir, sağlam ve adil piyasaları işaret etmektir. Örneğin bu şirketlerden biri olan Standart & Poor's, sadece ekonomik durum değil, seçim sistemi ve zamanları, dış politika gelişmeleri, demokrasinin işleyişi, siyasal partiler, iktidar, muhalefet ilişkileri, liderin durumu, siyasal gündemdeki riskler, koalisyonların yapısı, Merkez Bankası'nın bağımsızlık derecesi ve benzerleri gibi siyasal durumları da göz önüne almaktadır (Wikipedia, 2015b). Bu durumda eşitliğin sağlandığı, herhangi bir grup veya kesimin dezavantajlı konuma düşürülmediği piyasalar sağlam ve güvenli piyasalar olarak görülmektedir (Kuzey, 2003; Kapucu ve Gündoğan, 2010).

Yönetişim kavramı; kamu, sivil toplum, özel sektör ve devletin karar süreçlerinde işbirliğini ve ortak karar almasını öngörmektedir. Birleşmiş Milletler, UNDP ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar yönetişimin bu yönünün ekonomik kalkınma sağlayacağı öngörürken, diğer yandan yönetişimin devletin piyasaya müdahale şansını azaltarak ekonomik yönden zayıf bir devletin oluşmasına neden olabileceği (Güzelsarı, 2003) konusu üzerinde durulmaktadır. Bu konu “yönetişim kavramına yönelik eleştiriler ve sınırlılıklar” başlığı altında daha detaylı olarak incelenmektedir.

2.1.6. Yönetişim Kavramına Eleştirel Yaklaşımlar

Kamu, özel sektör ve STK gibi gönüllü sektörler arasındaki sınırların bulanıklaştığı, faaliyet ve kontrolün çoğul aktörler tarafından yapıldığı, aktörler arası karşılıklı bağımlılığın ve üzerinde uzlaşının sağlandığı ortak amaçların olduğu yönetişim süreçleri, tek bir egemen otoritenin olmadığı yönetim süreçleri olarak önerilmektedir (Rhodes, 1997). Yönetişimin sınırlılıkları ve uygulamada ortaya çıkan güçlükler işte bu noktada, yani devlet dışı aktörlerin politika süreçlerinde söz sahibi olması hususunda ortaya çıkmaktadır.

Yönetişimin “paydaşların tüm karar süreçlerine katılımı” hususu özellikle piyasayı doğrudan ilgilendiren karar süreçlerinde Neo-liberalizmin ekonomik verimsizlik sorununa ve sarsılan toplumsal meşruiyetinin yeniden kurulmasına yönelik olarak

“devlet-piyasa-toplum” ortaklığı temelinde inşa edilen yönetim, uygulamada piyasanın belirleyiciliğine olanak tanımaktadır (Güzelsarı, 2003). Piyasanın belirleyiciliğine olanak tanıyan yönetim, devletin ekonomik ve toplumsal hayata müdahale şansını yitirmesine neden olacaktır. Ekonomik süreçlere müdahale refleksini yitiren devletlerin ekonomik yönden dengeleri sağlaması ise oldukça güç olacaktır.

Özellikle piyasa kontrolünün devletin elinden çıkması ve devletin piyasalarda otoritesini küresel şirketlere bırakması yönüyle eleştirilen yönetim, kamusal alandaki egemenlik haklarını STK'lara devretmesi yönüyle de eleştiri almaktadır. Yönetim anlayışının karar mekanizmalarına STK'ları da dâhil etmesi, kamusal alanlardaki egemenlik haklarını özel birimlere devrederek ulus devletlerin siyasi süreçlere müdahale etme işlevini de sınırlandırmaktadır (Acı, 2005).

Yönetim ilkeleri, doğru uygulanmadığında teori ve pratik arasında uçurumların oluşabileceği, riskli, hayata geçirilme süreçlerinde dikkatli olunması gereken ilkelerdir. Örneğin sıkı bir hesap verebilirlik mekanizmasının sağlandığı bir ortamda devletin aldığı kararları uygulama ve hızlı netice alma performansı düşebilir. Zaman kayıpları, hatta projelerin durdurulması gibi süreçlerin maliyet yönünden de büyük kayıplara neden olması hesap verebilirlik ilkesine getirilebilecek en önemli eleştiri olarak nitelenebilir. Başka bir açıdan bakıldığında şeffaflıkta aşırı uçların zorlanması devletin gizli kalması gereken politikalarının açığa çıkmasına neden olabilir. Diğer bir yönden çoğulcu karar mekanizmalarında ortak karar alma sürelerinin uzaması sonuca doğrudan gidilmesi önünde bir engel teşkil edeceğinden katılım süreçlerinin iyi organize edilmemesi katılım ilkesinin bir diğer ilke olan etkinlik-verimlilik ilkesiyle çelişmesine neden olabilir.

Adem-i merkeziyetçi bir yapıyı öngören yönetim, her bölgenin kendini ilgilendiren kararı kendi paydaşlarının vermesi gerektiğini savunuyor. Bu konuda yönetim; çok başlı, yer yer farklılaşmaların olduğu ve zamanla tek parça olma özelliğini kaybedebilecek devletlerin oluşmasına yol açabilir. Yani yönetim sistemleri hem ekonomik yönden hem otorite yönünden güçlü üniter devletlerin sonu olabilir. Bu durum küresel şirketlerin rahatlıkla yönlendirebileceği piyasaların oluşmasına yol açabilir. Buna karşın, yine de “olumsuz ve kuşkucu bir yaklaşımla, yönetimi yalnızca küresel sermayenin kolay dolaşımını sağlayacak olan yapısal uyarlanma aracı olarak görmek yerine, geleceği yeniden kurarken, ulusal ve uluslararası olanakları bir araya getiren daha

sağlıklı bir toplumsal ve siyasal ortam sunan bir araç olarak görmenin” daha doğru bir yaklaşım olacağını savunan bilim insanları vardır (Çukurçayır, 2003 akt. Keleş, 2010).

2.1.7. Yeni Bir Yönetişim Boyutu Olarak E-Yönetişim

BİT’lerde yaşanan gelişmeler ve “kamu hizmetlerinin elektronik ortamlar aracılığıyla sunulmaya başlanması ile ortaya çıkan e-devlet kavramı kamu yönetiminde oldukça farklı ve yeni yaklaşımların oluşmasına ortam hazırlamıştır. E-oylama, e-katılım, e-vatandaş, e-yönetim, e-hizmet, e-demokrasi gibi kavramlarla birlikte yönetim kavramı da elektronik platformlarda yeniden şekillenmiş ve e-yönetişim kavramı ortaya çıkmıştır.

E-yönetişim; bilgi ve hizmet sunumunu geliştirme, karar verme süreçlerine vatandaş katılımını teşvik etme ve yönetimi daha hesap verebilir, şeffaf ve etkili kılma amaçlarıyla kamu sektörünün BİT’leri kullanmasıdır (UNESCO, 2016). Özü itibarıyla e-yönetişim, ağlar arası iletişimi sağlayan bir ağ yönetiştir ve yatay bir koordinasyon yapısıyla, ilgili tüm tarafların ağ tipi örgütlenmeler içinde devlet yönetimine katılımını öngören, bunun için yerel bilgi ağlarını kullanan bir yönetim modelidir (Demirel, 2010).

E-yönetişim, e-devlet ve yönetişimin politikalarına dayanan, onların ilkelerinin takipçisi olan, internet teknolojisinin ürünü ve bilgi çağının ortaya çıkarmış olduğu çok boyutlu, katılımcılık esasına dayalı, dinamik ve etkileşimli bir yönetim modelidir (Doğan ve Ustakara, 2013). E-yönetişim uygulamalarında BİT’lerin kullanımı tüm tarafların birbirine kolayca bağlanmasını sağlamakta, faaliyetleri ve süreçleri hızlandırmaktadır. E-yönetişim tüm paydaşlar için yönetişimi kolaylaştırmayı hedeflemektedir, dolayısıyla e-yönetişimin hedefleri iyi yönetişimin hedefleriyle benzerlik göstermektedir (DPT, 2007).

Navarra ve Cornford (2012, akt. Karkın ve Özgür, 2012)’un “yönetişel ilişkiler ve teknolojik ilişkiler ızgarası” olarak tanımladıkları e-yönetişim, sanal platformların sunduğu hızlılık, etkililik ve düşük maliyet gibi fırsatların yönetim süreçlerinde kullanılmasına olanak tanınmasıyla kısa zamanda popüler bir kavram haline gelmiştir. Birçok araştırmacı e-yönetişimin çeşitli aşamalardan geçerek, çevrimiçi platformlarda basit bilgileri yayımlamaktan, vatandaş katılımının gerçekleştirildiği nitelikli web platformlarına doğru geliştiğini düşünmektedir (Dawes, 2008; Belanger ve Hiller, 2006; Reddick, 2004; Layne ve Lee, 2001).

Tablo 2.10: Yönetişim ve e-yönetişim uygulamaları arasındaki farklılıklar.

Yönetişim	E-Yönetişim
Vatandaşların konferans, forum gibi toplantılarla katılımının sağlanması	Sosyal ağlar, forum siteleri, e-katılım platformları aracılığıyla vatandaşın talep ve tepkilerinin anlık takibi
Açık, anlaşılır ve hukuki boşlukların olmadığı mevzuat	7/24 Erişime açık, güncel ve hukuki boşlukların olmadığı e-mevzuat
Dilekçe ve bilgi edinme hakkı	E-dilekçe ve e-bilgi edinme platformları (özel platformlar ve e-mail ile bilgi edinme hakkı)
Demokrasi uygulamaları (referandum, seçim, temsilci meclisleri)	E-demokrasi platformları (e-oy, e-referandum, çevrimiçi erişime açık oturumlar)
Vatandaşın faaliyetlerin karar ve denetim aşamalarına katılımının sağlanması	Vatandaşın faaliyetlerin karar sürecine çevrimiçi katılımı ve faaliyet sürecini anlık olarak elektronik platformlardan denetleme şansı
Kitle iletişim araçları aracılığıyla bilgilerin tek yönlü aktarılması yoluyla şeffaflığın sağlanması	Elektronik platformlar (web siteleri, sosyal medya, e-mail) aracılığıyla çift yönlü bilgi alışverişi ve dönütlerin (şikâyet, memnuniyet, talep) sağlanması
İhtiyaç ve beklentiler dikkate alınarak stratejik vizyonun belirlenmesi	Elektronik platformlar aracılığıyla elde edilen veriler (talep, şikâyet) aracılığıyla stratejik vizyonun belirlenmesi
Mesai saatlerinde erişilebilir devlet kurumları	7/24 ve aynı anda birçok kişiye hizmet veren e-devlet platformları (Türkiye’de e-devlet kapısı gibi)

Yönetişim ve e-yönetişim kavramları her ne kadar teoride aynı ilkelerin çatısı altında buluşsa da, yönetim ve e-yönetişim uygulamaları arasında; katılımın sağlanma şekli, mevzuat, demokrasi uygulamaları, erişim olanakları gibi boyutlarda bazı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Söz konusu farklılıklar Tablo 2.10’da ele alınmıştır.

E-yönetişim teknik bir etkileşim yaklaşımından öte, yönetimin kendi dışında yer alan bireylere ve örgütlere dönük yaklaşım değişiminin bir ifadesidir (Karkın ve Özgür, 2012). Tıpkı e-devlet kavramında olduğu gibi e-yönetişim kavramında da “e” ön eki sadece kavramın gerçekleştiği bir platform ya da bir araç olarak düşünülebilir. Fakat yine e-devlet kavramında olduğu gibi e-yönetişim kavramında da elektronik platformlar farklı durumların oluşmasına neden olarak, yeni fırsatların ve sorunların olduğu, yeni ve farklı bir yönetim kavramının şekillenmesine neden olmuştur. Bu bağlamda düşünüldüğünde e-yönetişim teoride yönetim kavramıyla aynı prensiplere ve köklere dayanırken, uygulamada oldukça farklı bir kamu yönetimi kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Politik değişim, halkın isteklerinin politik olarak ifade edilmesi ve vatandaşların iletişim perspektiflerinden bakıldığında e-yönetişim, vatandaş ile devleti arasındaki teknoloji

odaklı ilişkidir (Marche ve McNiven, 2003). E-yönetişim vatandaş ve devlet ilişkisinin yeniden şekillendirmesi yönüyle bir dönüşüm projesi olarak ele alınabilir. E-devlet ve e-demokrasiyi birbiri içinde eritecek olan e-yönetişim projesinin bir sonu yoktur; teknoloji geliştikçe, talep ve beklentiler değıştikçe, yönetilebilirlik koşulları dönüştükçe, bu büyük proje yenilenecektir (Uçkan, 2003b).

E-yönetişim, e-devleti içermesinin yanı sıra kamu politikalarını şekillendirme, münazara ve uygulama sürecinde paydaşların çevrimiçi katılımı gibi yönetişimin kilit konularını da içerir (Pina ve diğ., 2007). Carrizales ve diğ. (2011), dijital yönetişimin (e-yönetişim); dijital devlet (kamu hizmetlerinin dijital e-devlet ortamlarında sunumu) ve dijital demokrasi (vatandaş katılımının e-demokrasi platformlarıyla sağlanması) gibi iki ana kavramı kapsadığını saptamıştır. Buna göre;

- ✓ E-devlet uygulamalarıyla sunulan hizmetlerin yönetişim ilkeleri çerçevesinde (eşitlik, cevap verebilirlik, etkinlik-verimlilik, hukukun üstünlüğü) sunulması,
- ✓ Vatandaşın BİT'ler aracılığıyla (örneğin sosyal medya) karar ve uygulama süreçlerine katılımına olanak sağlanarak tepkilerinin dikkate alınması,
- ✓ Hukukun elektronik platformlarda nitelikli olarak faal kılınması (e-mevzuat, e-dilekçe gibi),
- ✓ Stratejik vizyonun ve hedeflerin elektronik platformlarda erişime anlaşılır ve sürekli erişime açık olması,
- ✓ Kitle iletişim araçları ve tüm elektronik platformların vatandaşın bilgilendirilmesi ve bilgi edinme hakkını kullanması yönünde etkin olarak kullanılması,

sağlanarak elektronik platformlar aracılığıyla faaliyetler e-yönetişim süzgecinden geçirilerek uygulanmış ve hizmetler e-yönetişim çerçevesinde halka sunulmuş olur.

Kamu yönetiminde en büyük inovasyonlardan biri olan (Potnis, 2010) e-yönetişim kavramı birbirine bağlı beş hedef açısından ele alınabilir (Dawes, 2008):

1. Bir politika çerçevesine sahip olma,
2. Geliştirilmiş kamu hizmetleri,
3. Yüksek kalitede ve düşük maliyetli faaliyetler,
4. Demokratik süreçlere vatandaşların katılımı,
5. İdari ve kurumsal reform.

Heeks (2001), “niçin gelişim için e-yönetişim?” sorusuna yanıt olarak yönetişimin gelişime katkı sağlayan faydalarını “verimlilik kazançları” ve “etkililik kazançları” olarak kategorize etmiş ve Tablo 2.11’deki gibi ele almıştır.

Tablo 2.11: Niçin e-yönetişim (Heeks, 2001).

<i>Verimlilik</i>	<i>E-yönetişim daha ucuzdur:</i> Aynı çıktıları daha düşük maliyetle üretir.
<i>Kazançları</i>	<i>E-yönetişim fazlasını yapar:</i> Aynı maliyetle daha fazla çıktı üretir.
	<i>E-yönetişim hızlıdır:</i> Aynı çıktıları aynı maliyetle daha kısa sürede üretir.
<i>Etkililik</i>	<i>E-yönetişim daha iyi çalışır:</i> Aynı çıktıları aynı maliyetle aynı sürede ama daha yüksek kalitede üretir.
<i>Kazançları</i>	<i>E-yönetişim daha yenilikçidir:</i> Yeni çıktılar üretir.

E-yönetişim yönetim ve vatandaş arasında hem kamu hizmetlerinin sunumunun, hem de geniş kapsamlı etkileşimlerin değiştiği teknoloji aracılı süreçlerin bütünüdür (Oakley, 2002). E-yönetişim ile birlikte hizmet sunumlarının ve etkileşimlerinin değişimi, her değişimde olduğu gibi beraberinde fırsatları ve olumsuzlukları da getirmiştir. E-yönetişim, yönetim kavramı ile ele alınabilecek hemen hemen her avantaja ve dezavantaja sahip bir kavramdır. Bununla birlikte elektronik ortamların sunduğu, 7/24 erişim, bürokrasinin azaltılması, işlemlerin hızlı ve etkili olarak gerçekleştirilmesi, kırtasiyeciliğin azaltılması, kolay bilgi edinme yöntemleri (e-mail, çevrimiçi forumlar, sosyal ağlar vb.) gibi yeni fırsatlar e-yönetişim kavramının getirileri olarak sıralanabilir. Sayısal bölünme e-devlette olduğu gibi yönetişimin elektronik çerçevede ele alınmasının en önemli dezavantajı olarak nitelenebilir. Yine e-devlette olduğu gibi sayısal bölünme e-yönetişimin hem avantajı hem dezavantajıdır. Şöyle ki:

- ✓ E-yönetişim, elektronik platformlar sayesinde 7/24 erişim, çok yönlü etkileşim ve aynı anda birçok kişiye bilgi ve hizmetlerin ulaştırılabilme olanağı yönünden sayısal bölünmeyi azaltma şansına sahiptir.
- ✓ Aynı zamanda e-yönetişim, bilgisayar veya diğer elektronik cihazları etkili kullanamayanların hizmetlere erişememesi ve sadece elektronik platforma erişebilenlere hizmet ve bilgilerin ulaştırılması yönünden ise sayısal bölünmeyi artırma riskiyle karşı karşıyadır.

E-yönetişim faaliyetlerinde sayısal uçurumun oluşmaması için alınabilecek en etkili önlem eşzamanlı hizmetlerin sunulmasıdır. Bu eşzamanlı hizmetler aynı zamanda hem

farklı elektronik platformlarda (web sitesi, mobil uygulama, telefon erişimi, kiokslar vb.) hem de elektronik olmayan platformlarda (klasik hizmet sunumları, yüz yüze görüşme, dilekçe vb.) sunulmalıdır.

2.2. E-DEVLET

Son dönemlerde BİT’lerde yaşanan gelişmeler birtakım kamu hizmetlerinin elektronik ortama taşınması sonucunu doğurmuş ve e-devlet kavramı ortaya çıkmıştır. Hızlı ve sürekli iletişim imkânı sunan, hizmetlerin 7/24 halka açık olmasını sağlayan e-devlet uygulamaları birçok yönden avantajları ve dezavantajları da beraberinde getirmiştir. Bazı hizmetlerin e-devlet platformlarına taşınmasıyla devletlerin vatandaşlara hizmet sunumunda değişim yaşanmış bu değişim kurumlar arası etkileşime de yansımıştır.

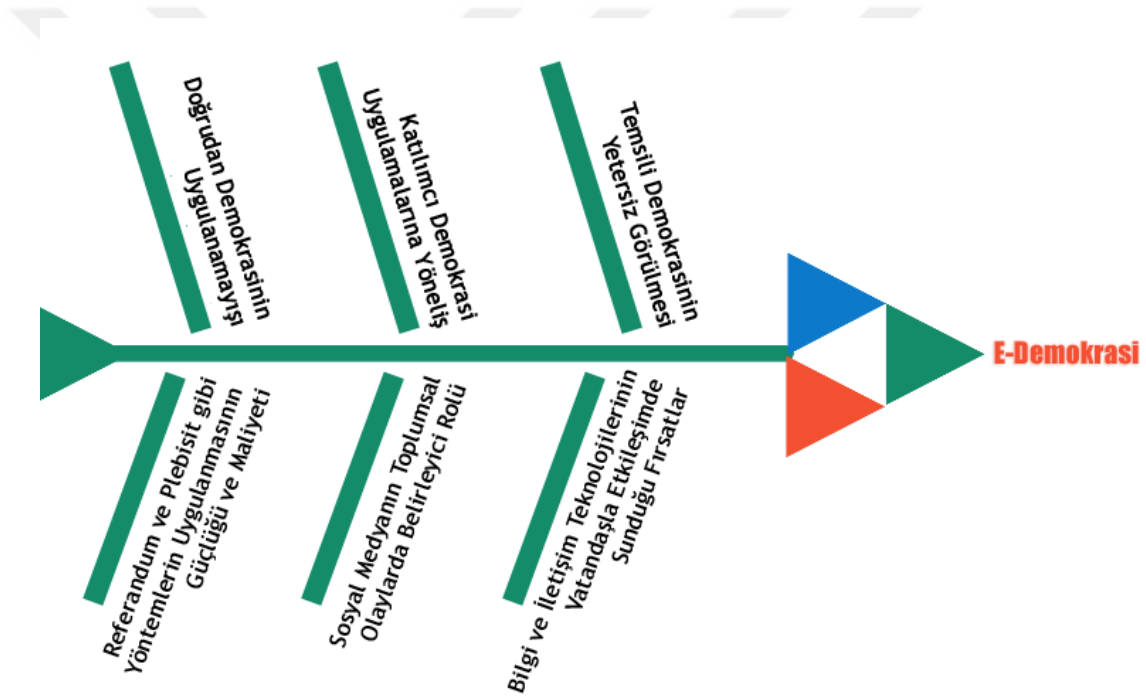
2.2.1. Demokrasi ve Vatandaş Anlayışında Yaşanan Değişimler

Her ne kadar “Klasik Yunan Demokrasisi” olarak da bilinen doğrudan demokrasinin modern toplumlarda gerçek manada uygulanması güç olsa da, temsili demokrasinin zayıf yönlerinin olması yeni bir demokrasi anlayışı arayışının önünü açmıştır.

Teorik olarak halkın kendi kendini yönetmesi, uygulamada ise halkın kendini, kendi içinden seçtiği temsilciler aracılığıyla yönetmesi biçiminde tanımlanabilecek olan (Türe, 2008) temsili demokraside seçim temel araçtır ve halk bu yolla kendi kendini yönetme konusunda yetkisini seçilmişlere devreder. Ancak, temsili demokraside vatandaşın rolü, üç dört yılda bir sandık başına gidip oy kullanarak, görevini tamamlamış bir edayla sahneden çekilmek olmamalıdır (Acar, 1999). Toplumsal karar süreçlerinde temsili demokrasinin zayıf yönlerinin ön plana çıkması alternatif demokrasi modelleri arayışına neden olmuştur. 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren fiili alanda işleyen demokrasilerin, demokrasinin gerçek anlamından uzaklaştığı yönündeki tespitler ya da kaygılar, doğrudan demokrasinin tartışmaların yeniden ilgi odağında olmasına yol açmıştır (Gökçe ve Örselli, 2012). Karar süreçlerine halkın katılımının sağlanmasının önündeki engeller BİT’lerin gelişmesiyle yavaş yavaş erimeye başlamıştır. Vatandaşlarla hızlı ve etkili iletişim fırsatlarının doğuşu, temsili demokrasi sistemlerinin içerisinde katılımcı demokrasi uygulamalarına da yer verilmesi gerekliliğini gözler önüne sermiştir.

Dolayısıyla 21. yüzyılda, demokrasi anlayışında değişim yaşanmış ve temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye doğru yol alınmıştır (Özkara, 2010).

Yeni dönemde, devletten topluma doğru akan tek yönlü, soyut ve kolektif nitelikli ilişkiler yerini BİT aracılığıyla yurttaşların tercih, beklenti ve düşüncelerinin yönetsel ya da siyasal süreçleri etkileyip yönlendirebildiği iki yönlü, somut ve bireysel nitelikli ilişkilere bırakmaktadır (Yıldırım, 2011). Genelde iletişim teknolojileri özelde ise internet, temsili demokrasinin zayıflıklarının ortadan kaldırılmasında ve hatta yeniden inşa edilmesinde önemli bir potansiyele sahip olduğu iddiasıyla ortaya çıkmaktadır (Gökçe ve Örselli, 2012).



Şekil 2.6: E-demokrasiye yönlendiren nedenler.

Doğrudan demokrasinin uygulanışının zor oluşu, katılımcı demokrasi uygulamalarının gelişmesi, temsili demokrasinin yetersiz görülmesi, referandum ve plebisit gibi doğrudan demokrasi yöntemlerinin uygulamadaki zorluğu ve maliyeti, sosyal medyanın toplumsal olaylarda belirleyici rol oynamaya başlaması ve BİT'lerin vatandaşla etkileşimde yeni fırsatlar sunması e-demokrasi platformlarının oluşması sonucunu doğurmuştur (Şekil 2.6). E-demokrasi, BİT aracılığıyla, toplumsal karar süreçlerinde aktif rolün seçilmişlerden tüm topluma yaygınlaştırılmasını öngörmektedir. İnternet ve sosyal medyanın vatandaş ve yönetim arasındaki bağı ve etkileşimi güçlendirmesi

umulmaktadır. E-demokrasi uygulamaları öncelikli olarak hükümetler, parlamento ve yurttaş arasında bağı yeniden oluşturmayı amaçlamaktadır (Delibaş ve Akgül, 2010).

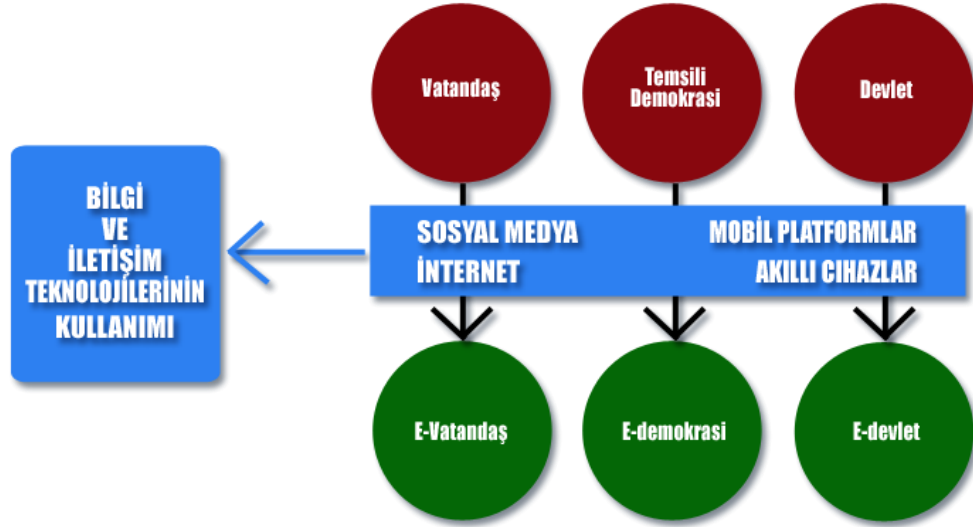
E-demokrasinin en temel hedefi olarak nitelendirilen e-oylama; vatandaşların bölgesel, yerel, ulusal ve uluslararası ölçeklerde ve farklı konularda, internete bağlı olan kamu sitelerine evlerinden ya da bu amaç için geliştirilmiş olan kiosk² tarzı terminallerden bağlanarak oy kullanılmasıdır (Maraş, 2011).

Vatandaşların yönetime e-demokrasi uygulamaları aracılığıyla katıldığı yeni bir yönetim sisteminin gelişmesi, temsili demokrasi sistemi içerisinde elektronik platformlar vasıtasıyla e-katılım, e-oy, e-geri besleme gibi katılımcı demokrasi uygulamalarının yer alamaya başlamasıyla vatandaşın ve devletin rolünde de bazı değişimler yaşanmaya başlamaktadır.

E-katılım uygulamalarının gelişmesiyle, temsili demokrasi sistemlerinde birkaç yılda bir oy kullanarak yönetime katılan vatandaş kavramı yerini e-vatandaş kavramına bırakmıştır. E-devletle etkileşime ve iletişime girme yeteneğine ve yetisine sahip birey olarak tanımlanan (Saraçbaşı, 2010) e-vatandaş, e-katılım, e-oy ve e-geri besleme mekanizmalarıyla toplumsal karar süreçlerinin tamamında etkin rol almaktadır.

Günümüzde e-vatandaş kavramının uygulamadaki karşılığı için; sosyal medya üzerinden çevreye zarar vereceği düşünülen bir gelişmeye ya da bir yöneticinin yanlış açıklamasına tepki gösterme, internet üzerinden herhangi bir görüşü destekleme ya da herhangi bir sanal sosyal topluluğa katılma, mahallesi ile ilgili yapılan e-oylamada oy kullanma gibi örnekler verilebilir.

² İngilizcede “köşk” ve “büfe” kelimelerine karşılık gelen “kiokslar”, BİT alanında; havaalanı, otobüs durağı ya da kent meydanı gibi yerlere yerleştirilmiş, genellikle dokunmatik ekrana sahip olan, bilgi edinme ve internet üzerinden interaktif işlem yapma olanağı sağlayan elektronik cihazlardır.



Şekil 2.7: Kamu yönetiminde BİT ile yaşanan dönüşüm.

Demokrasi ve vatandaş anlayışında yaşanan değişimler doğal olarak devlet kavramını şekillendirmiş ve e-devlet kavramı ortaya çıkmıştır (Şekil 2.7). Nitekim e-devlet kavramı genellikle, ‘e-yönetişim’, ‘e-yurttaş’, ‘e-demokrasi’, ‘e-oylama’ gibi bir dizi kavramla birlikte konumlanmaktadır (Uçkan, 2003).

Günümüzde bilgiyi her an ulaşılabilir ve güncel kılacak bir sistem olarak elektronik yönetim anlayışının hayata geçmesi bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Bülbül, 2013). Bu gereklilik doğrultusunda devletin vatandaşla ve kurumlarla etkileşimlerini, hizmet sunumlarını ve bilgi paylaşımını elektronik platformlara taşıması ile birlikte e-devlet kavramı şekillenmiş ve e-devlet platformları geliştirilmiştir. E-devlet kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için e-devletin; kavramsal boyutu, amaçları, hedefleri ve sorunları irdelenmelidir.

2.2.2. Kavram Olarak E-Devlet

Devlet, insanların asırlar öncesinde kendi iradelerini ve özgürlüklerini sınırlayarak bir kısım haklarını kendisine aktardığı ve insanlar için var olan yapıyı ifade etmektedir, toplumun yetki devri yaptığı bu yapı ile ilişkileri zamanla gelişmiştir (Arı, 2014). Teknolojinin gelişmesiyle ve bilgi toplumu olarak nitelenen toplumların ortaya çıkmasıyla devlet ve toplum arasındaki ilişkilerde de elektronik platformlar kullanılmaya başlamıştır. Böylece devletler vatandaşların taleplerini tespit etmek ve bu ihtiyaçlara hızlı bir şekilde cevap vermek amacıyla, hızlı iletişim ve etkileşim olanakları sunan elektronik

platformları kullanmaya başlamıştır. Devletin işleyişi ve hizmet verme anlayışının değişmesi, teknoloji çağrıştıran bir ifadeyle ‘Elektronik Devlet’ olarak tanımlanmaya başlanmıştır (Karakuş, 2011).

E-devlet ile ilgili literatürde deyim yerindeyse bir kavram bolluğu yaşanmaktadır; elektronik devlet, dijital devlet, kablolu devlet, online devlet kavramları aynı olguya işaret etmek için birbirinin yerine kullanılan kavramlar iken, e-devlet kullanımının alanı domine ettiğini ve daha yerleşik olduğunu söyleyebilmek mümkündür (Sobacı, 2012). Devletlerin yönetim anlayışının e-devleti, e-devletin devletlerin yönetim anlayışını şekillendirme gücü olduğundan karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bu etkileşim e-devlet kavramının literatürde birçok tanımının olmasının temel sebepleri arasında gösterilebilir.

McClure (2000)’ya göre Elektronik devlet; devletin teknolojiyi özellikle vatandaşlar, iş ortakları, çalışanları, diğer kuruluşlar ve devlet kurumlarıyla iletişimin sağlanması ve erişimin iyileştirilmesi için web tabanlı internet uygulamalarının kullanılmasıdır. Kamu hizmetlerinin ve bilgisinin devlet tarafından internet veya diğer elektronik teknikler kullanılarak sunulmasına, devletin vatandaşlar, işletmeler ve kamu kurumlarıyla olan her türlü etkileşiminin elektronik ortamda gerçekleşmesine e-devlet denilmektedir (Yavuz, 2012).

En basit bir terim olarak e-devlet, elektronik devlettir, yönetimde dijital teknolojinin kullanılması ve kamu hizmetlerinin baskın bir şekilde internet üzerinden sağlanmasıdır (Edmiston, 2003). Web-tabanlı yapılar ve bilgisayar aracılığıyla vatandaşlar ve devlet arasında iletişim kurulması olarak tanımlanan (Evans ve Yen, 2006) e-devlet, vatandaşlar için modernize, entegre ve kesintisiz bir hizmetin sağlanacağı yeni bir kamu hizmeti modunu oluşturma gücüne sahiptir (Silcock, 2001). Ancak e-devleti sadece teknolojik olanakların kullanımı olarak görmek yerine aynı zamanda insan kaynaklarının, iş süreçlerinin ve hizmet anlayışının değişmesini de içeren bir zihniyet değişimi olarak görmek gerekir (Polat, 2006).

Model olarak e-devlet; teknik anlamda yurttaşların “müşteri”, kamu yönetimi faaliyetlerinin de “hizmet” olarak görüldüğü “kalite/fiyat performansı” ölçütlerinin uyguladığı, en az maliyet ve emekle en kaliteli hizmetin üretilmesini hedefleyen verimlilik yönetim sistemidir (Demirel, 2006).

E-Devlet yapısında dört farklı e-devlet yaklaşımı benimsenmiştir, bunlar (TBD, 2006; Arı, 2014);

- Devletten-devlete (G2G government-to-government),
- Devletten-iş çevresine (G2B government-to-business),
- Devletten-vatandaşa (G2C government-to-citizen),
- Devletten-çalışanlara (G2E government-to-employee).

Bir strateji olarak “mobil devlet (m-devlet)”, vatandaşları, işletmeleri ve tüm devlet birimlerini de içermek üzere, e-devlete dâhil olan tüm taraflara yönelik faydaları geliştirmek için cihazların, uygulamaların, servislerin, her türlü kablosuz ve mobil teknolojinin kullanımını kapsayan uygulamadır (Kushchu ve Kuscu, 2003).

Kushchu ve Borucki (2005 akt. Güler ve Döventaş, 2009) mobil teknolojilerinin kullanımıyla farklılaşan m-devletin, e-devlete göre üstünlüklerini şöyle sıralamıştır:

- Daha uygun erişilebilirlik ve bulunabilirlik (çekme gücü),
- Hedef kullanıcıları ve sunulacak içeriği daha iyi belirleme ve kişiselleştirme (itme gücü),
- Daha büyük ve geniş kullanım alanı (ulaşım gücü).

Devletin her zaman ve her yerden erişilebilir olmasıyla “u-devlet (ubiquitous government)” yani “her yerde devlet” kavramı ortaya çıkmıştır. Kablosuz iletişim (wireless teknolojileri), özellik açısından zengin ve çok yönlü bağlantılara sahip avuç içi cihazlar, nanoteknoloji ve birlikte çalışabilirlik gibi alanlarda hızlı gelişmeleri olması bizi u-devlet’e yakın ve daha yakın hale getirmektedir (Rabaiah, 2010).

Sanal dünya, sanal yaşam ve sanal vatandaşlık kavramlarının gelişmesi elektronik devletin kullanıcılara sanal uzayda sorunlarını dile getirebileceği bir alan oluşturmasına şans tanımış ve “sanal devlet” kavramı şekillenmiştir.

Devlet hizmetlerinin dijital ortamlara taşınması ve bu yöne birçok uygulama gerçekleştirilmesiyle ile “dijital devlet” kavramı literatüre girmiştir ve oldukça popüler bir kavram haline gelmiştir. Gerçekten de, dijital devlet bir küresel fenomen ve dünya genelinde kamu görevlileri, seçmenlerine daha iyi hizmet vermek için BİT’lerden yararlanmada dijital devleti yeni bir yol olarak benimsemektedir (Marchionini ve diğerleri, 2003).

Kısaca kamu hizmetlerini geliştirmek için BİT'lerin kullanılması (Heeks, 2008) olarak tanımlanabilecek olan e-devlet, basit bir yaklaşımla hizmetlerin tüm taraflara 7 gün 24 saat bilgi teknolojileri yoluyla sunulmasıdır.

E-devlet, Türkiye Bilişim Derneğinin (TBD) yayınladığı Türkiye Bilişim Şurası e-Devlet Çalışma Grubu Raporu'nda (2002), "devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesi" şeklinde tanımlanmaktadır.

Tablo 2.12: Geleneksel devlet ve e-devlet (Uçkan, 2003a akt. Satmaz, 2014).

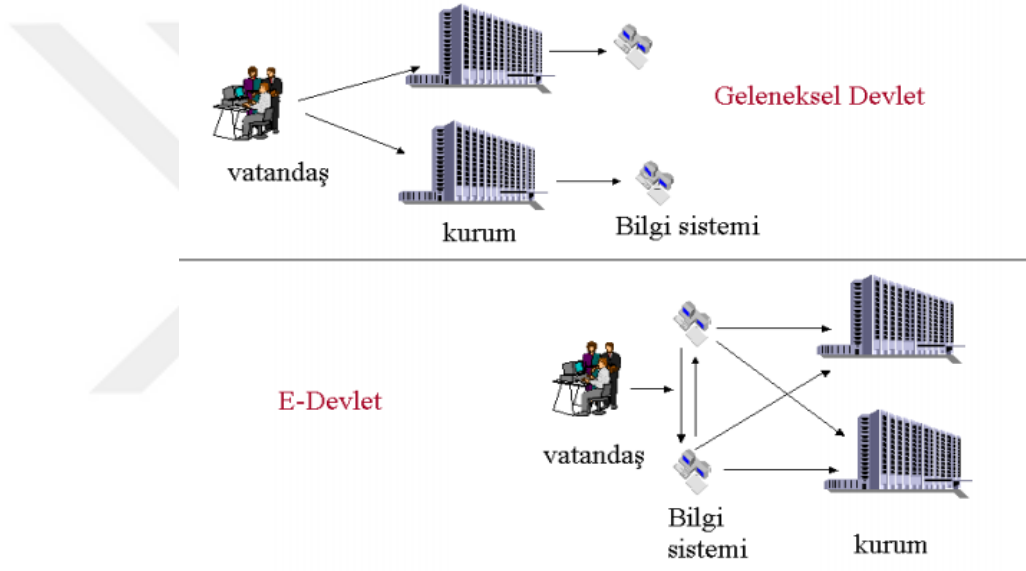
Geleneksel Devlet	E-Devlet
Pasif Yurttaş	Aktif-Müşteri-Yurttaş
Kâğıt-temelli iletişim	Elektronik İletişim
Dikey/Hiyerarşik	Yapılanma Yatay/Koordineli Ağ yapılanması
Yönetimin Veri Yüklemesi	Yurttaşın Veri Yüklemesi
Eleman Yanıtı	Otomatik Sesli Posta, Çağrı Merkezi vb.
Eleman Yardımı	Kendi Kendine Yardım/Uzman Yardımı
Eleman Temelli Denetim Mekanizması	Otomatik Veri Güncellemesiyle Denetim
Nakit Akışı/Çek	Elektronik Fon Transferi (EFT)
Tek Tıp Hizmet	Kişiselleştirilmiş/Farklılaştırılmış Hizmet
Bölümlenmiş/Kesintili Hizmet	Bütünsel/Sürekli/Farklılaştırılmış Hizmet
Yüksek İşlem Maliyetleri	Düşük işlem Maliyetleri
Verimsiz Büyüme	Verimlilik Yönetimi
Tek Yönlü İletişim	Etkileşim
Uyruk İlişkisi	Katılım İlişkisi
Kapalı Devlet	Açık Devlet

Geleneksel devlet yapılanmasına yeni bir bakış açısı getiren e-devlet kavramı hiyerarşik ve çerçeveleri belirli olan bir devlet yapılanmasından ziyade daha esnek ve efektif bir devlet yapılanmasını işaret etmektedir (Tablo 2.12). Geleneksel devletin aksine, e-devlet kullanıcıları faydalanılan hizmeti kişisel ihtiyaçlarına göre kişiselleştirebilir (Osman ve diğ., 2014).

U-devlet, dijital devlet, m-devlet, sanal devlet gibi isimlerle de ifade edilen e-devlet kavramının birçok tanımı yapılırsa da, tanımlarda genel olarak E-devletin sunulduğu

kullanıcılar (kurumlar, iş dünyası, vatandaşlar vs.) ve meydana getirdiği değişim (iletişim ve erişimin artırılması, hizmetlerin hızlı bir şekilde sunulması vs.) üzerine odaklanılmıştır.

BİT'lerin gelişimi kamu yönetimi anlayışını da etkilemektedir. Geleneksel devletin gelişmelere uyum sağlayamaması nedeniyle, gelişmiş ülkelerde kamu yönetiminin yeniden yapılandırılması çalışmalarının bir parçası haline gelen e-devlet kamu hizmetlerinin BİT'lerin kullanılması yoluyla daha hızlı, daha ucuz, daha saydam görüldüğü bir yapıyı anlatmaktadır (Karakuş, 2011).



Şekil 2.8: Devlet ve E-devlet modeli (TBD, 2001).

E-devlet kavramında “e” ön eki ön plana çıksa da, dikkat edilmesi gereken en önemli nokta hizmet sunumlarının sunum şeklinin ve niteliğinin değişimi ile birlikte yeni bir devlet modelinin şekillenmesidir (Şekil 2.8). E-devletin geliştirilmesi ve uygulanmasında amaç hizmetleri bir elektronik platforma taşımak değildir, asıl gaye devletin vatandaşa daha iyi ve hızlı hizmet vermesi için BİT'leri verimli kullanmaktır.

2.2.3. E-Devletin Amaçları ve Beklenen Yararlar

Büke (2002 akt. Satmaz, 2014) e-devletin amaçlarını hizmetlere erişilebilirlik, sürece katılım, etkinlik ve verimlilik olmak üzere üç temel amaç olarak sıralamıştır. Uygulandığı toplumların yapısal özelliklerine uyum göstermiş, etraflıca planlanmış, anlaşılabilir,

ölçülebilir ve vatandaş odaklı olması beklenen e-devlet uygulamalarının asıl amacının; iletişim kanallarını arttırarak ve nitelik kazandırarak sağlayacağı olanaklarla halkla devleti yakınlaştıran, yeni bir devlet modeli oluşturmak olduğu düşünülebilir (Şat, 2008). Bu bağlamda elektronik devletin amaçlarını detaylandırarak olursak (Zengin ve Öztaş, 2008 akt. Sansarcı, 2013);

- Şeffaflık anlayışının benimsenmesi,
- Bürokrasinin azaltılması,
- Çalışma yöntemlerinin optimize edilmesi,
- İşlemlerin hızlandırılması,
- Maliyetlerin düşürülmesi,
- Hata oranının en aza indirgenmesi,
- Hizmet kalitesinin yükseltilmesi,
- Verimliliğin arttırılması,
- Rüşvetin ortadan kaldırılması,
- Kurumların iç işleyişinin iyileştirilmesi,
- Ülkenin her bir köşesine aynı kalitede eş zamanlı servis hizmeti verilmesi,
- Verilere/bilgilere kolay, hızlı ve rahat erişimin sağlanması,

şeklinde özetlenebilir.

Kalkınma Bakanlığı (2013) BİT projeleri hazırlama kılavuzunda, e-devlet uygulamaları projelerinin yararlarını vatandaş açısından; sunulan hizmetin maliyetinde azalma (ücretli verilen hizmetler için), hizmet alanların zaman tasarrufu, hizmet alanların maliyet tasarrufu (ulaşım, konaklama vb.) şeklinde sıralamıştır. Türkiye Bilişim Şurası, e-devlet çalışma raporunda e-devlet ile amaçlananlar ise şöyle sıralanmıştır (TBD, 2002);

- Devletin şeffaflaşması,
- Devletin hızlı ve etkin bir şekilde işleyişinin sağlanması,
- Her düzeyde vatandaşın yönetime katılımının sağlanması,
- Kurumlar arası bilgi alışverişinin sağlanarak iş ve veri yinelenmesinin önlenmesi,
- Kamunun hizmet verdiği vatandaşların yaşamlarının kolaylaştırılması,
- Karar vericilerin bilgiye dayalı karar verme süreçlerinin geliştirilmesi ve hızlandırılması.

Yine aynı raporda bu hedeflerin gerçekleşmesi durumunda sağlanacak yararlar şu şekilde sıralanmıştır (TBD, 2002):

- Zamansal kazanç sağlanacaktır,
- Maliyetler düşecek ve verimlilik artacaktır,
- Memnuniyet artacaktır,
- Ekonomik gelişim desteklenecektir,
- Hayat kalitesi artacaktır,
- Bireysel katılımın artacaktır,
- Kâğıt bağımlılığı ve kullanımını azalacaktır,
- Kamu ile olan işlemler için vatandaşın talep ettiği bilgilere bir noktadan ve doğru şekilde ulaşılacaktır. Böylece insan yanlışları en aza indirilecektir,
- BİT'lerin ilk kurma maliyeti yüksek olmasına karşın zaman boyutunda toplam sahip olma maliyetinin düşmesi, verilecek olan hizmetin daha hızlı sunulması, işletme giderlerinin azalması, doğru bilgiye ulaşım vs. gibi olumluluklar hizmetin elektronik olarak sunumu için avantaj sağlayacaktır,
- E-devlet aynı zamanda hem kamu hem de vatandaş için karar almada kolaylık ve hız sağlayacaktır,
- E-devlette vatandaşın talebi ön plana çıkacaktır,
- Vatandaş ile devlet arasındaki ilişki gelişecek, güven ortamı oluşarak kuvvetlenecektir,
- Vatandaşın kamu ile işlerinde kısa sürede doğru bilgiye ulaşımı karşısında kamuya güveni artacaktır.

E-devletten beklenen yararları irdelerken dikkate alınması gereken en önemli unsurlardan biri e-devletin oluşumuna zemin hazırlayan faktörlerdir. Çünkü e-devletin oluşumuna zemin hazırlayan faktörler aynı zamanda e-devletten beklenen yararları işaret etmektedir. Örneğin küreselleşme ve bilimsel gelişmeler gibi dış dönüştürücülerin dışında, devletin artan harcamaları ve devletin hantal işleyişi şeklinde karşımıza çıkan iç dönüştürücüler, e-devlet oluşumunu hazırlayan faktörler arasında yer almaktadır (Karakuş, 2011). Bu faktör aynı zamanda e-devletten artan harcamaları azaltması ve devletin hantal işleyişine pratik çözümler üretmesi beklendiğini göstermektedir.

Kankaya (2010), e-devlet uygulamalarında hedeflenen amaçların ancak bazı faktörler dikkate alındığında gerçekleştirilebileceğini ve beklenen yararların ortaya çıkabileceğini belirtmiştir (Tablo 2.13). E-devlet faaliyetlerinde amaçlar ve hedefler ile birlikte, hedeflere ulaşıldığı takdirde genellikle ortaya çıkması beklenen faydalar da listelenmekte ve genellikle; hızlı hizmet sunumu, hayat kalitesinin artışı, maliyetlerin düşmesi katılımın ve şeffaflığın artması gibi faydaların ortaya çıkması beklenmektedir.

Tablo 2.13: E-Devlet: amaçlar, faktörler, beklenen yararlar (Kankaya, 2010).

Amaçlar	Dikkate Alınacak Faktörler	Beklenen Yararlar
<ul style="list-style-type: none"> • Kamu yönetiminde şeffaflığın sağlanması • Kamu hizmetlerinin hızlanması • Vatandaşın yönetime katılımının sağlanması • Kurumlar arası koordinasyonun sağlanması • Karar birimlerinin hızlı karar vermesinin sağlanması • Harcamalarda tasarruf sağlanması • 7 gün 24 saat kamu hizmetinin sağlanması 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilişim teknolojilerinin stratejik kullanımı • Nitelikli eleman yetiştirme • Elektronik ortamda etkili iletişim kurmak • Verimliliği, Şeffaflığı ve Kalkınmayı Sağlamak • Yeniden yapılanma • Güven ortamı sağlama 	<ul style="list-style-type: none"> • E-devletin ekonomik gelişmeye katkısı • Kamu Hizmetlerinde Verimlilik Artışı • Kamu Yönetiminde Etkinliğin Sağlanması • Kamu Yönetiminde Saydamlığın Sağlanması • Vatandaşın Katılımının Artırılması • Kamu Kurumları Arasındaki Eşgüdümün Sağlanması • Kamu Personelinin Yapısının Değişimi

Kayalı ve Yereli (2002 akt. Demirel, 2006), e-devletin avantajlarını etkileşim yönleriyle ele alarak; devlet – vatandaş, devlet – ticari kurumlar, devlet – tedarikçiler ve kamu kurumları arası etkileşimlerde e-devletin sağladığı avantajları incelemiştir (Tablo 2.14).

Tablo 2.14: E-Devletin başlıca avantajları (Kayalı ve Yereli, 2002 akt. Demirel, 2006).

Etkileşim Yönü	Etkileşim Alanları	Avantajlar
Devletten Vatandaşa	Bilgilendirme Vergi Sağlık Eğitim Kültür	Alternatif dağıtım kanallarının kullanılması Kişiselleştirilmiş, hızlı ve kolay hizmetler Açıklık Düşük işlem maliyetleri
Devletten Ticari Kurumlara	Destek programları Tavsiye ve yol gösterme Düzenlemeler Vergi	Hızlı ve etkin etkileşim Daha az bürokrasi Düşük işlem maliyetleri
Devlet ve Tedarikçiler	E-satın alma	Verimlilikte artış Düşük işlem maliyetleri
Kamu Kuruluşları	Kamu kurumları arası iletişim Merkezi ve yerel yönetimler arası iletişim	Verimlilikte artış Etkin bilgi paylaşımı Esnek çalışma ortamı

Geleneksel devlet anlayışına yeni bir perspektif kazandıran e-devlet uygulamaları; maliyetlerin düşürülmesi ve zaman kazanma yönünden ekonomiye, devlete erişim şeklinin yeniden şekillenmesi yönünden toplum yapısına ve katılımı artırma yönüyle demokrasi katkı sağlar. E-devletin dolaylı olarak sağladığı kazançlarının ise bireyin ve toplumun yaşam kalitesinin, çalışma hayatında işgücü verimliliğinin, üretimin artması, rekabet gücü, ihracat, gelirler ve ekonomide canlılığın meydana gelmesi, dolayısıyla artan vergi gelirleri olduğu anlaşılmaktadır (Şat, 2008).

2.2.4. E-Devlet: Eleştiriler ve Sorunlar

E-devlet kavramı hem teoride hem de uygulamada bazı eleştirilerin hedefinde olan bir kavramdır. Kavram teoride; hizmet sunumu ve devlet-vatandaş etkileşimine getirdiği yeni boyutla ve sayısal bölünme ile ilgili eleştirilmektedir. Bunun yanı sıra uygulamada ise teknolojinin kötüye kullanıma açık olan yönü ile ilgili; veri güvenliği, özel hayatın gizliliği, izleme teknolojilerinin kötüye kullanımı gibi konularda eleştiri alan e-devlet, ayrıca uygulamanın tasarım-geliştirme-uygulama aşamalarında çıkan ya da çıkacak sorunlarla ilgili de eleştiri yöneltelen bir kavramdır.

Bilgisayar, telefon, televizyon ve tablet gibi elektronik platformlar üzerinden hizmet veren e-devlet uygulamaları, toplumun bilişim okuryazarlığı hazır bulunuşluk seviyesi ile ilgili günümüzde dahi eleştiri almaya devam etmektedir. Toplumdaki her bir bireyin elektronik platformları kullanma konusunda eşit olmadığı gerçeği bir sayısal bölünme sorunudur. Bireylerin ve farklı kesimlerin BİT'lere erişim imkanları ve bu teknolojileri kullanım yetkinlikleri; coğrafi konum, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, işgücü durumu vb. çok sayıda değişkene bağlı olarak farklılaşmakta ve bu farklılık sayısal bölünme kavramı ile ifade edilmektedir (Aydın ve diğ., 2012).

Sayısal bölünme, BİT'lere erişimde ve birçok farklı amaç için internet kullanımında fırsatlar bakımından farklı sosyo-ekonomik seviyedeki bireylerin, hane halklarının, işletmelerin ve coğrafi bölgelerin arasındaki uçurumdur (OECD, 2001b). Literatürde dijital uçurum, dijital bölünme, sayısal uçurum, bilişim uçurumu gibi kavramlarla da ifade edilen sayısal bölünme temelde BİT'lerle her bireyin eşit düzeyde etkileşime girememesini konu alır. Sayısal bölünmeyi etkileyen faktörler ise; cinsiyet, yaş, etnik köken, yaşanan coğrafya, eğitim durumu, dil, bilişim okuryazarlığı düzeyi, internete bağlantı türü, internet erişim hızı şeklinde sıralanabilir.

E-devlet ile ilgili olumsuzlukların en çok dikkat çekenini olan dijital bölünme, dijital uçurum ya da sayısal uçurum olarak da tanımlanan, BİT'lere erişimde eşitsiz dağılımdır (Sansarcı, 2013). Bilişim ve iletişim teknolojilerine erişimde eşitsiz dağılım, e-demokrasi idealinin hayata geçirilmesinin olduğu kadar, e-devlet mekanizmalarının tam anlamıyla işlev göstermesinin de önündeki en büyük engel olarak ortaya çıkmaktadır (Uçkan, 2003b). E-devlet platformlarının en önemli sınırlılıkları arasında gösterilen sayısal bölünme, farklı bir perspektiften ele alındığında ise, e-devletin sağladığı yararlar arasında da gösterilebilir. Şöyle ki, bir yönden e-devlet uygulamaları bilişim okuryazarlık düzeyi düşük vatandaşlar için bir dezavantaj olarak göze çarparken, diğer yönden bu uygulamalar hizmetleri zamandan ve mekândan bağımsız kılarak her yerden ve istenildiği zaman erişilebilecek hale getirmesiyle sayısal bölünmeyi eriten bir avantaj olarak da ele alınabilir.

Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı (TUENA) Ana Plânı Sonuç Raporu'nda dijital uçurumun azaltılmasına yönelik öneriler şöyle sıralanmıştır (1999):

- Geleceğin haberleşme altyapısının erişimde önemli bir ölçüt olan bilgisayar sahipliği, toplumda oldukça dengesiz bir dağılım göstermektedir. Bu nedenle, geleceğin bilgi toplumunun geniş kesimleri dışlamaması için alım gücünü yükseltecek uygun sosyoekonomik politikalar geliştirilmelidir.
- Toplumumuzda üst gelir gurubunun dışında kalanların, BİT'lere daha adil ve yaygın erişim elde edebilmeleri için gerekli düzenleyici mekanizmalar oluşturulmalıdır. Bu kesimleri sadece “geniş ihtiyaç grupları” olarak tanımlamak yetersizdir. Bu bağlamda birçok ülkede görülen Evrensel Hizmet gibi uygulamalara yer verilebilir.
- Birleşmiş Milletler ve OECD gibi uluslararası kuruluşlarca geliştirilen “Evrensel Erişim” kavramı, haberleşme ile ilgili tüm yasal düzenlemelere konmalı ve ilgili kuruluşlar gerekli ve uygun yöntemlerle bu hedefin gerçekleştirilmesinden sorumlu tutulmalıdır.
- Kamuya açık haberleşme merkezleri, toplumsal dışlanışlığı engelleyecek bir başka mekanizmadır. Kamuya açık haberleşme merkezleri zaman ve hedef olarak bir plana göre yürütülmelidir.
- Altyapı üzerinde yapılacak uygulamaların kullanımının kolay olması BİT'lerin yaygınlığını olumlu yönde etkileyecektir.

- Halkın var olan teknolojileri kullanma kapasitesi ve yeteneği yüksek değildir. Bu alanda var olan teknolojilerin etkililiğinin sağlanması için bilgilendirme ve eğitim çalışmaları hem kamunun hem de özel kesimin gündeminde olmalıdır.

TUENA tarafından 1999 yılında yayımlanan raporda yer alan bazı önerilere günümüzde hala ihtiyaç duyulması sayısal uçurumun Türkiye için hala önemli bir sorun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.15: Evden internet erişimi olmayan hane oranı ve nedenleri (TÜİK, 2015).

<i>Hanelerin evden İnternet erişimi olmama nedenleri</i>	<i>Yüzdelik Dilim (%)</i>
<i>İnterneti başka yerde kullandığından (iş, okul, internet kafe, vb)</i>	14,7
<i>Hanede kimsenin İnternet kullanmasına gerek olmuyor</i>	59,5
<i>Fiyatlar yüksek olduğundan bilgisayar vb. cihaz alamıyor</i>	36,5
<i>İnternete bağlantı ücretinin yüksek olması</i>	38,5
<i>Kullanmayı yeterince bilmiyor</i>	44,7
<i>Gizlilik ya da güvenlik sebebiyle kullanılmıyor</i>	6,4
<i>Bulunulan bölgede genişbant bağlantı imkânı bulunmuyor</i>	3,5
<i>İnternet hakkında hiçbir fikri yok</i>	1,9
<i>Diğer</i>	0,8
<i>Evden İnternet erişimi olmayan hane oranı</i>	29,6

TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması (2015) verilerine bakıldığında 2015 yılı itibariyle evden internet erişimi olmayan hane oranının %29,6 olması; Türkiye’de BİT’lerin kullanımında ve dolayısıyla e-devlete erişimde sayısal uçurumun hala önemli boyutlarda olduğunu gösteriyor (Tablo 2.15). Özellikle Tablo 2.15’te evde internet erişimi olmama nedenleri arasında yer alan “kullanmayı yeterince bilmiyor”, “bulunulan bölgede geniş bant bağlantı imkanı bulunmuyor”, “internet hakkında hiçbir fikri yok”, “internet bağlantı ücretinin yüksek olması” gibi nedenler sayısal uçurumun neden oluştuğunu gösteriyor.

Özgökçeler (2012), sayısal uçurumun sosyal risk gruplarını daha fazla etkilediğine işaret ettiği çalışmada; özellikle özürülülerin, etnik azınlıkların, göçmenlerin, yaşlıların ve düşük gelir grubuna mensup bireylerin BİT’lere erişimini ve onlardan faydalanmasını sağlanmanın, ulusal ve uluslararası düzeyde ele alınması gereken önemli bir sorun olduğunu belirtmiştir. E-devlet uygulamalarında sağlanan e-hizmetlerin sosyal risk

grupları dikkate alınarak geliştirilmesi, bu platformların tasarım, geliştirme ve uygulama aşamalarında titizlikle takip edilmelidir.

Yavuz (2012), ulaşım alanındaki e-devlet uygulamalarını ele aldığı çalışmasında, bu uygulamalarda gelir düzeyi farklılıklarının teknoloji erişimine engel teşkil edebileceği ve sayısal bölünmelerin yaşanabileceği konular ile ilgili;

- Akıllı kartların satın alma ücreti ilk kez kullananlar için kaldırılması,
- İnternet hizmetinin, kablosuz ağ bağlantısı şeklinde, bazı noktalarda ücretsiz sağlanması,
- Bu teknolojilerin varlığı, nasıl çalıştıkları ve göreceli faydaları hakkında vatandaşlara broşür, video ve çalıştaylar yoluyla bilgi verilmesi,

şeklinde çözüm önerileri sunmuş ve bu önerilerin hem uygulamalara teşvik hem de beceriye yönelik eşitsizliklerin giderilmesi konusunda faydalı olabileceğini belirtmiştir.

E-devlet uygulamaları ile ilgili ortaya çıkan sorunların büyük bir bölümü bu platformların tasarım, geliştirme ve uygulanma aşamalarında yaşanan ya da yaşanması muhtemel olan olumsuzluklardan kaynaklanmaktadır. Kankaya (2010) çalışmasında e-devlet uygulamalarına geçişteki sorunları;

- Liderlerin sistemi benimseme konusundaki inisiyatifi ve genelde var olan yapıyı değiştirmeye sıcak bakmamaları sorunu,
- Kurumlar arası koordinasyon sorunları,
- Sistem çalışanlarının ve kullanıcılarının eğitimi sorunu,
- Teknolojik altyapı ve uyum sorunları,
- Talebin sağlanamaması sorunu,
- Gizlilik ve güvenlik sorunları,
- Teknolojinin gelişme hızına karşı hukuksal çerçeve oluşturma sorunu,
- Ekonomik kaynak, zaman ve personel eğitimi yönünden bütçe sorunu,

olarak sıralamıştır. Sıralanan sorunların e-devlet platformlarının teorisine yönelik eksiklikler ya da eleştiriler olmadığı açıktır. Söz konusu sorunlar daha çok e-devlet platformlarının tasarlanma, geliştirilme ve uygulama süreçlerinde yaşanan sorunlar olduğu ve bu sorunların birçoğunun sistem ya da insan kaynaklı olduğu aşikârdır.

Yıldız ve Polat (2012), e-devlet uygulamalarındaki en temel sorunun “uygulamaların kamu yönetimi reformu ve diğer siyasal-toplumsal gelişmelerle ilgisinin henüz tam anlamıyla kurulamamış olması” olduğunu belirterek, e-devlet uygulama ve araştırmalarının kapsamı ile ilgili sorunları şu şekilde sıralamıştır;

- E-devlet ve e-demokrasi kavramları arasındaki ilişkinin güçlü bir biçimde kurulamaması sorunu: E-devlet sürecinin içindeki e-demokrasi potansiyelinin ne ölçüde görülebildiği ve ölçülebildiği kuşkuludur.
- Karar alma süreçlerinin başından sonuna kadar kamu politikalarının ve uygulamalarının yerinde ve etkin olmasında geniş vatandaş katılımının önemi büyüktür. Yurttaşlara sunulan katılım kanalları, hangi gruplar tarafından kullanıldığı, hangi amaçlara hizmet ettiği, ne gibi kanalların daha çok katılım sağladığı, yerel ve merkezi seviyede katılım fırsatları ve bunlar arasındaki farklar henüz bu alandaki araştırmalara yeterince konu olmamıştır.
- Sayısal bölünme kavramı yeterince ele alınmamıştır. Merkezi hükümet ve yerel yönetimlerin sayısal bölünme karşısındaki tutumları, sosyal olarak dışlanmış gruplara ulaşmak için neler yaptığı, teknoloji okuryazarlığını arttırmak için ne gibi siyasalar geliştirdiği de yeterince incelenmemiştir.
- E-devlet ile ilgili projelerin parça parça ele alınması, yerel yönetimler ve merkezi hükümet tarafından yürütülen diğer proje bağlarının yeterince irdelenememesi önemli bir sorundur. Özellikle belediyeler için söz konusu olan bu sorun teknik olmaktan çok eşgüdüm, entegrasyon ve işbirliği önündeki engelleri ve bürokratik hantallığı içermektedir.
- Teknolojinin kamu hizmetlerini ve demokrasi anlayışını dönüştürücü potansiyeline rağmen teknolojik gelişmenin tek başına değişim getireceği beklenmemelidir. Teknolojinin nasıl şekilleneceği, içinde uyarlandığı siyasal ve örgütsel yapının kurallarına ve değerlerine de bağlıdır.
- E-devlet uygulamalarında ve ilgili araştırmalarda yurttaş boyutunun ihmal edilmesi bir diğer önemli sorundur. Kamusal bilgi ve hizmetlerin sunumunda e-devlete arz odaklı yaklaşımların hâkim olduğu görülmektedir. Yurttaşların e-devlet uygulamalarını nasıl etkilediği ve nasıl etkilendiği, hangi devlet uygulamasının daha çok kullanıldığı ve bunun sebepleri, ne tür grupların e-devlet

uygulamalarından daha çok faydalandıkları gibi sorular yeterince araştırılmamıştır.

- Yürütme erki ile ilgili e-devlet araştırmalarının çokluğuna karşın, yasama ve yargı alanlarındaki e-devlet uygulamalarının henüz alan yazınında yürütme erki düzeyinde incelenmemiş oluşu da bir diğer önemli sorundur.

Kişilik hakları ile ilgili oluşan riskler, e-devlet uygulamalarına yöneltilen eleştirilerin odağında yer alır. Bu risklerin temelinde insan faktörü yer almaktadır. E-devlet uygulamalarında yönetim birimlerinin vatandaşlara ve kurumlara hizmet sunarken kullandığı gizli bilgilerin kötü niyetli üçüncü şahısların eline geçmesinin engellenmesi sorunu vardır (Demirel, 2006). E-devlet modeline yönelen bir dönüşümün 1990'lı yıllarda giderek hızlanmaya başlamasıyla birlikte devlet birimlerinin yararlandığı bilgi teknolojileri uygulamalarının bir kısmının; gözetim/izleme teknolojilerinin kötüye kullanımı, vatandaşlara ait kişisel verilerin korunamayışı, özel hayatın gizliliği ve mahremiyet gibi bireysel hak ve özgürlükler üzerinde önemli bir tehdit oluşturduğu gözlenmektedir (Aydın, 2012).

2.2.5. E-Devlet Kapısı

“Devletin kısayolu” yoluyla yola çıkan e-devlet kapısı günümüzde birçok hizmetin tek çatı altında toplandığı en somut e-devlet uygulaması olarak hizmet vermeye devam etmektedir. 20.4.2006 tarihli ve 26145 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren, 24.3.2006 tarihli ve 2006/10316 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı kurulması, işletilmesi ve yönetilmesi görev ve sorumluluğu Başbakanlık adına Ulaştırma Bakanlığına verilen e-devlet kapısı 18 Aralık 2008 tarihinden itibaren hizmet vermeye başlamıştır.

Turkiye.gov.tr'de yer alan tanıma göre (2016), e-devlet Kapısı, tüm kamu hizmetlerine tek bir noktadan erişim imkânı sağlayan büyük bir internet sitesidir, amaç kamu hizmetlerini, vatandaşlara, işletmelere, kamu kurumlarına BİT aracılığıyla etkin ve verimli bir şekilde sunmaktır.

TBD E-Devlet Çalışma Grubu Raporu'unda e-devlet servislerinin sunulabilmesinin en etkin yolunun e-Devlet ana kapısı olduğuna işaret edilmiş ve e-devlet ana kapısı için bazı yaklaşımlar şöyle sıralanmıştır (TBD, 2002):

- Vatandaşlar, kendilerini sevgiyle karşılayan, erişimi ve kullanımı kolay, adı zorlanmadan anımsanacak tek bir ana kapıdan gereksinim duydukları bilgilere erişebilmeli; gerekli ise buradan yapılacak yönlendirmelerle ve teknik ayrıntılara girmeden e-Devlet servislerini kullanabilmelidir.
- Ana kapının mutlak surette iyi yönetilmesi gereklidir. Bunun için bir yetkili yönetici ve ana kapı yönetim ekibi görevlendirilmelidir.
- Ana kapının kurulmasına, işletilmesine ve geliştirilmesine yönelik temel standartlar belirlenmeli ve uygulanmalıdır.
- Güvenliğe önem verilmeli, ancak bu yapılırken vatandaşlar gereksiz kurallarla boğulmamalı ve bıktırılmamalıdır. Devletin güvenlik politikaları esas alınmak suretiyle benzer güvenlik prosedürleri geliştirilmeli, işlerin özelliklerine uygun güvenlik düzeyleri oluşturulabilmelidir.
- E-Devlet ana kapısının pratik ve kolay kullanılabilir olması sağlanmalıdır. Bu kapsamda tek bir merkezden yönetilerek, doğrudan erişim noktasının fiziksel yeri ve alınmak istenen hizmetin tipine bakmaksızın tüm vatandaşlara hitap eden bir yapıda hazırlanabilmelidir.
- Çağdaş devlet anlayışı ile vatandaşların gereksinim ve ilgilerine yönelik (yaşlı-geç, sosyal etkinlikler, yerel-bölgesel bilgilendirmeler, vb.) düzenlemelerin yanı sıra sektörel (sağlık, eğitim-öğretim, çalışma hayatı, adres-tel, vb.) gruplamalar ana kapı üzerinde dikkate alınabilmelidir.
- Devletin vatandaşları doğrudan ilgilendiren (kanun, kararname, basın bildirimleri, vb.) kararlarının ve diğer duyurularının, *e-Devlet* ana kapısından da yayınlanmasını sağlayacak içerikler de oluşturulmalıdır.
- E-Devlet ana kapısı yalnızca kamu kurum/kuruluşları ile sınırlı kalmamalı, buradan özel sektör bağlantıları da mümkün olabilmeli ve vatandaşlar ilgili özel sektör servislerini de kullanabilmelidir.

Mart 2016 itibariyle 26.659.748 kayıtlı kullanıcısı olan e-devlet kapısı üzerinde 219 kurumun 1416 farklı e-hizmet sunduğu devasa bir e-devlet uygulaması olan e-devlet kapısı, aynı zamanda ALO 160 ile sorunlara çözüm üretmek için çağrı merkeziyle desteklenmektedir. Nüfusun yaklaşık üçte birinin kayıtlı kullanıcısı olduğu e-devlet kapısı vatandaşların farklı e-hizmetlerden faydalandığı ve çeşitli sorgulamalar yaptığı devasa bir platforma dönüşmüştür. TÜİK (2015) verilerine bakıldığında 2014 Nisan ile

2015 Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde, internet kullanan bireylerin, kişisel amaçla kamu kurum ve kuruluşları ile iletişime geçmek veya kamu hizmetlerinden yararlanmak, kısaca e-devlet hizmetlerinden faydalanmak için interneti kullanma oranı %53,2 olmuştur.

Türkiye’de e-devlet faaliyetlerini tek bir kapıda toplamak üzere yola çıkılan proje birçok e-devlet hizmetinin toplandığı bir platform haline geldi. E-devlet kapısının yerel yönetimlerle entegrasyonun ilk adımı ise; 12 Haziran 2012 itibariyle Pendik Belediyesi’nin Türkiye.gov.tr’ye “Borç bilgileri sorgulama”, “Tahsilat bilgileri sorgulama” ve “Beyan bilgileri” olmak üzere üç hizmet ile katılımıyla gerçekleşti (Pendik.bel.tr, 2012). Mart 2016 itibariyle 48 ilde bulunan 145 adet belediyenin entegrasyonunun gerçekleştiği e-devlet kapısı üzerinde;

- Beyan Bilgileri Sorgulama
- Sicil Bilgileri Sorgulama
- Tahakkuk Bilgileri Sorgulama
- Tahsilat Bilgileri Sorgulama
- Çöp Toplama Bilgisi Sorgulama
- Etkinlik Bilgisi Sorgulama
- Nikâh Salonu Durum Sorgulama
- İmar Durum Sorgulama
- Adrese Bağlı İmar Durum Bilgisi Sorgulama
- Bilgi Edinme Başvurusu ve Sorgulaması
- Talep/Öneri Başvurusu ve Sorgulaması
- Evcil Hayvan Sahiplenme
- Evde Diş Sağlığı
- Hangi Hizmeti Nasıl Alabilirim?
- İhale Sorgulama
- Nöbetçi Eczane Sorgulama
- Arsa Rayiç Değeri Sorgulama
- Evrak Takibi
- İnşaat Maliyet Hesaplama

gibi birçok hizmet tek bir kapı üzerinden sunulabilmektedir. Belediyelerin e-devlet kapısına entegrasyonu bir anlamda da, farklı bölgelerde bulunsa dahi kurumların e-devlet faaliyetlerinde tek bir uygulama üzerinden birlikte çalışabileceğini göstermiş oldu.

2.3. E-BELEDİYE

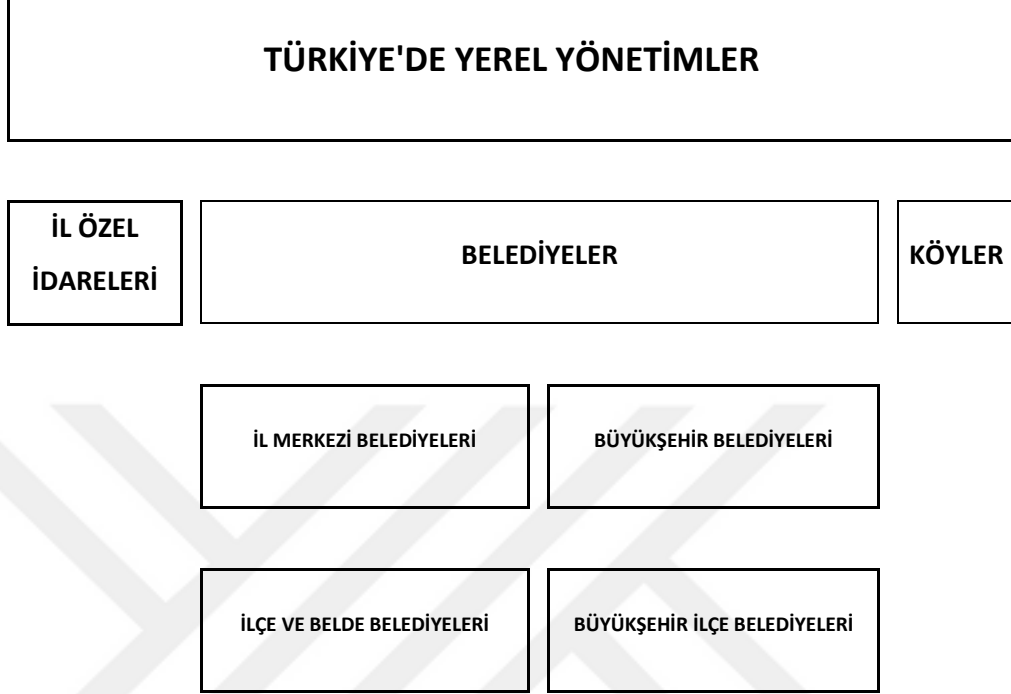
Devletlerin halka yerinden hizmet veren kurumları olan yerel yönetimler de BİT’lerde yaşanan gelişmelerden etkilenerek bazı hizmetlerini elektronik ortam üzerinden halka ulaştırma yoluna gitmiştir. Türkiye’de belediye, köy ve il özel idaresi olarak üç gruba ayrılan yerel yönetimlerde e-devlet uygulamalarının yansması e-yerel yönetim ve e-belediye gibi kavramlar çerçevesinde şekillenmiştir. Yerel yönetimler bazı hizmetlerini elektronik ortama taşımış özellikle e-belediye kavramı çerçevesinde birçok belediye hizmeti elektronik platformlardan kullanıcılara hizmet vermeye başlamıştır.

Bütüncül olarak bakıldığında e-devlet çalışmaları, e-hizmet ve e-ticaret boyutunun da bulunduğu bir süreç olduğu için, yerel yönetimlerin ürettikleri hizmet ve ürün süreçleri üzerinde de önemli etkileri bulunmaktadır (Kocaoğlu ve Emni, 2014). E-devlet uygulamalarının yerel yönetimlerde yansması e-yerel yönetim ve e-belediye kavramlarının şekillenmesine ve ilgili platformlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Yerel yönetimler, ulusal sınırlar içerisindeki değişik büyüklüklerdeki topluluklarda yaşayan insanların, ortak ve yerel nitelikteki gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulan ve hukuk düzeni içerisinde oluşturulmuş olan anayasal kuruluşlardır (İnci, 2007) ve güçlenmeye başladıkları 19. yüzyıldan beri özgürlüğün, eşitliğin, katılımcı yönetimin örnekleri olmuşlardır.

Türkiye’de yerel yönetimler 1982 Anayasası’nın 127. Maddesinde yerel yönetimler yani mahalli idareler “Mahalli idareler; il, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişileridir.” şeklinde tanımlanmıştır. Bu kanun doğrultusunda yerel yönetimler “il özel idaresi, belediye ve köy” şeklinde üç gruba ayrılmıştır (Şekil 2.9). Yine 1982 Anayasası’nın 127. Maddesinde “Mahalli idarelerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim

ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir.” ifadesiyle yerel yönetimlerin görev ve yetkilerinin çerçevesi çizilmiştir.



Şekil 2.9: Türkiye’de yerel yönetim birimleri (Şat, 2012).

Bilgi ve İletişim Teknolojilerinde yaşanan gelişim ve “e-devlet” kavramının ortaya çıkışıyla birlikte bazı hizmetlerin elektronik ortamlar üzerinden halka sunulmaya başlaması, yerel yönetimleri de hizmet sunumlarında BİT’leri etkin kullanmaya yöneltmiştir. E-yerel yönetim kavramı, e-devlet kavramından ayrı olarak ele alınmamalıdır. Aslında e-devlet için geçerli olan tüm tanımlamalar, ilkeler ve beklentiler e-devletin yerelde uzantısı olan tüm yerel yönetim kurumları için de geçerlidir (Şahin, 2007).

E-yerel yönetim uygulamalarına duyulan ihtiyaç, E-devlet uygulamalarına duyulan ihtiyaçlarla paraleldir. Nitekim devletin sunduğu hizmetlerin sunuluş yöntemine yeni bir bakış açısı kazandıran ve iletişimi kesintisiz bir boyuta taşıyan BİT yerel yönetimlerin sundukları hizmetlerin halkla buluşma şeklini ve halkla olan iletişimi de yeniden şekillenmiştir. Cook (2000)’un “Vatandaşlar E-Devletten Ne İstiyor” adlı çalışmasında “Hangi devlet hizmetinin elektronik olarak sağlanmasını istersiniz” sorusuna vatandaşlar (Cook, 2000):

✚ Ehliyet yenileme

- ✚ Seçmen Kaydı
- ✚ Eyalet park ve rezervasyon
- ✚ İnternet üzerinden oylama
- ✚ Tek noktadan alışveriş (tüm devlet hizmetleri için tek nokta)
- ✚ Doğum, Ölüm ve evlilik belgeleri alma
- ✚ Eyalet vergileri dosyalama
- ✚ Balıkçılık ve avcılık lisans işlemleri
- ✚ Ulusal Sağlık Enstitüsü, tıbbi bilgi erişimi

yanıtlarını vermiştir. Bu hizmetlerin bazılarının doğrudan bazılarının ise dolaylı olarak yerel yönetimlerle ilişkili hizmetler olduğunu görüyoruz. TÜRKSAT'ın Ekim 2011'de yaptığı, Vatandaşın yeni hizmet taleplerini değerlendirildiği kurum içi çalışmada, vatandaşın “Yerel e-hizmetler” başlığı altında “emlak vergisi, çevre temizlik vergisi gibi tüm belediyelerce tahsil edilen vergilere ait bilgilerin görülmesi ve ödenebilmesi” gibi yerel yönetimlerden çeşitli talepleri olduğu tespit edilmiştir (Medeni ve diğ., 2012). Bu araştırmalara bakıldığında vatandaşların ülke genelinde E-devlet uygulamalarına duyduğu ihtiyaç kadar E-yerel yönetim uygulamalarına da ihtiyaç duyduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde birçok yerel yönetimin yöresel tanıtım siteleri dışında BİT'leri hizmet sunumlarında kullanmıyor oluşu ve e-devletin sunduğu fırsatlardan yararlanmıyor oluşu, hala e-devletin yerel yönetimlerce tam benimsenmediğinin göstergesidir.

Belediye, e-devlete dönüşümün halka bakan yüzünü teşkil etmektedir (Şat, 2012). Belediyelerin hizmetlerinin bir kısmını elektronik ortam yoluyla sunmasıyla ortaya çıkan “e-belediyecilik” kavramı, esasında “e-devlet” kavramının yerel yönetimlerdeki bir yansıması olarak görülebilir. E-devlet proje uygulamalarının en etkin şekilde hissedildiği belediyeler, e-belediye ismi altında vatandaşa en yakın yerel yönetim olarak karşımıza çıkmaktadır (Kabakuş, 2014). Her ne kadar “e-belediye” kavramı “e-devlet” kavramı ile büyük ölçekte örtüşüyor gibi gözükse de, yerel yönetimlerin vatandaşa yerinden hizmet vermesi ve yakın olması yönüyle e-belediye sistemleri vatandaş katılımına açıklık yönünden daha avantajlıdır. E-Belediye, temel olarak BİT'lerin kullanılması yoluyla daha şeffaf, daha etkin ve verimli, vatandaşa daha yakın ve onun katılımına daha açık bir yapılanmayı ifade eder (Polat, 2006).

E-belediye, belediyenin faaliyetlerinin bilgi teknolojilerine dayalı olarak, yani elektronik ortamda yürütülmesi, belediyeden hizmet alanların zamandan ve mekândan bağımsız olarak elektronik ortamdan, bugün için internet üzerinden bu hizmetleri alabilmeleri, isteyenlerin belediyenin karar alma süreçlerine elektronik ortamdan katılabilmesi, bu yollarla da belediyelerin bilgi toplumunun paydaşı olabilmesi anlamına geliyor (Köktürk, 2002). Kısaca, e-Belediye belediyenin yaptığı tüm hizmetlerin kayıt altına alınmasında, aldığı tüm kararlarda, planlamalarda, kontrollerde, bu faaliyetlerin halkla paylaşılmasında ve kamu kuruluşları tarafından denetlenmesinde internet teknolojileri kullanılarak yapılmasıdır (Çoruh, 2009a).

Sürekli gelişen bilişim teknolojileri, yerel yönetimlerin çok yönlü hizmet verme gereksinimleri doğrultusunda yeni ufuklar açmakta ve problemlere uygun çözümler sunabilmektedir (Henden ve Henden, 2005). Yerel yönetimler vatandaşa sunduğu hizmetlerin bir kısmını hem klasik yöntemlerle hem de elektronik ortam üzerinde, bir kısmını ise artık tamamen elektronik ortam üzerinden sunmaya başlamıştır. Yerel yönetimlerin hizmet sunumlarındaki bu değişim belediye hizmetlerinin elektronik ortama taşınması anlamını taşıyan e-belediye faaliyetlerinin oluşmasına ortam hazırlamaktadır.

Edmiston (2003)'a göre: "E-devlete geçiş az veya çok tahmin edilebilir gelişim sürecini takip eder. Süreçteki ilk basamak yayın yapma eğilimidir, bugün eyalet ve yerel yönetim web siteleri bu aşamadır. Şu anda bilgi oldukça kıymetli, ama bir sonraki adım olan çevrimiçi yönetimle etkileşim olanağı, özellikle yerel düzeyde, çok daha sınırlıdır. Genel olarak ilçe ve şehirler, henüz e-devleti devletlerin sahip olduğu ölçüde benimsememiştir." Bir yerel yönetim için, e-devlet portalının bir web sitesi olarak görülmesi farkındalığın önündeki en büyük engellerdendir. Gerçek şu ki e-Devlet portalı bir web sitesinden çok daha fazlasıdır (Howard, 2001). Bir yerel yönetimin e-Devlet uygulamalarında başarıyı yakalayabilmesi için çevrimiçi hizmetlerini bir web siteden ziyade bir kurumsal e-devlet portalı şeklinde sunabilmelidir.

Belediye web portalları; vatandaşların daha iyi iletişimini sağlar ve belediye yönetişimine yönlendirir, ekonomik kalkınmayı teşvik eder, gelişmiş ve daha güvenilir şehir hizmetleri sağlamak için şehir yönetimine olanak tanımaktadır (Auffret, 2010).

E-belediye platformlarında kullanılan mobil ve web portalları; vatandaşa 7 gün 24 saat belediyelere erişim şansı ve iş saatlerini beklemek zorunda kalmadan bu platformlardan sunulan hizmetlerden faydalanma olanağı sunmaktadır. Bu erişim kolaylığı sadece vatandaşlara değil, kurumlara ve iş dünyasına da açıktır. Herhangi bir devlet kurumu veya özel bir kuruluş anlık olarak bu portallarla, güvenli kanallar aracılığı ile bilgi alışverişi yapılabilmektedir. Belediye hizmetlerinin her an vatandaşların, kurum ve kuruluşların en yakın bilgisayar veya cep telefonu kadar uzağında olması, işlemlerin güvenli ve hızlı olarak gerçekleştirilmesi gerçek anlamıyla e-belediyecilik kavramının hayata geçtiğini göstermektedir.

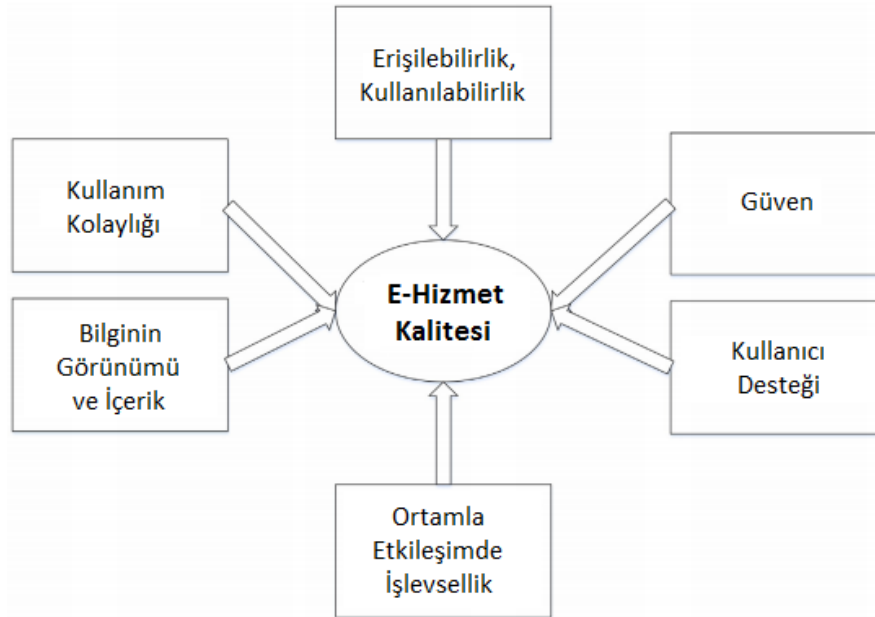
E-devlet; kamu kurumları ve yerel yönetimlerin iç işleyişinin modernleşmesini; yerel yönetimlerin vatandaşlara ve işletmelere daha fazla hizmeti, daha etkin ve verimli bir şekilde sunmasını; vatandaşların ve işletmelerin, daha fazla ekonomik katma değer yaratmak için BİT yetkinliklerinin geliştirilmesini ve bu teknolojileri benimsemelerini öngörmektedir (TÜSİAD, 2012). E-yerel yönetimin, e-devlet yapısı içindeki temel rolü “vatandaşların günlük yaşamlarını ilgilendiren eylemler hakkında bilgi almak, işlem yapmak, görüş bildirmek gibi amaçlarla e-yerel yönetimi kullandıklarında e-devlete daha çok yaklaşmalarına bir araç olmak” şeklinde ifade edilebilir (Şat, 2012).

E-yerel yönetim kavramı çerçevesinde yerel yönetimler BİT’lerin sağladığı imkânlar dâhilinde birçok hizmetini elektronik platformlar üzerinden vatandaşlara aktarma fırsatını yakalamaktadır. Günümüzde, tüm ulusal hükümetler, neredeyse tüm alt ulusal hükümetler ve herhangi bir büyüklükteki birçok yerel yönetim, resmi web siteleri aracılığıyla, günün 24 saati ve haftanın 7 günü, elektronik ortamda bilgi ve hizmetler sunmaktadır (Norris ve Reddick, 2013).

Bilgi çağının gerektirdiği kent yaşamını kolaylaştıran planlı ve programlı faaliyetlerin yürütülmesinde yerel yönetimlere; bunlar içinde özellikle de belediyelere büyük görev ve sorumluluklar düşmektedir (Şahin, 2007). Hızlı bir şekilde gelişen bilişim teknolojileri ile birlikte vatandaşın belediyelerden beklentileri artmaya ve değişime uğramaya başlamıştır. Belediyeler vatandaşın değişen beklentilerine karşın çözüm aracı olarak, değişimin kaynağı olan BİT’leri kullanmaya başlamışlardır. Bu ise e-belediye platformlarının oluşmasında en önemli faktörlerden birinin vatandaşların değişen beklentileri olduğunu göstermektedir.

E-belediye, belediyelerin kentliye daha kaliteli, hızlı ve sürekli hizmet sunması, bilgilendirmesi ve kentlinin belediyelerdeki karar sürecine katılmasını sağlaması yönüyle; sadece birkaç tuştan ibaret mekanik bir sistem değil, aynı zamanda şeffaf ve denetleyici bir yapıdır (Çakır, 2015). E-belediye platformlarının şeffaf olması ve amaca uygun hizmet verebilmesi için bazı hizmet ve kalite standartlarına uygun olarak tasarlanması ve sunulması gerekmektedir. Sá ve diğ. (2015) yerel yönetimlerin hizmet kalitesini etkileyen boyutları servis kalitesi, bilgi kalitesi, yönetim kalitesi ve teknik kalite olarak ele almıştır.

Papadomichelaki ve Mentzas (2012), e-hizmetlerin kalitesini; kullanım kolaylığı (yöngüdü³, kişiselleştirme, teknik yeterlilik), güven (gizlilik, emniyet), ortam ile etkileşimde işlevsellik (platform kullanımında kullanıcıya yardım), güvenilirlik (erişilebilirlik, kullanılabilirlik), vatandaş desteği ve bilgilerin içerik ve görünümü (etkileşimlilik) olmak üzere altı farklı boyutta ele almış ve bu kavramsal modeli Şekil 2.10'daki gibi göstermiştir.



Şekil 2.10: E-hizmet kalitesi kavramsal modeli (Papadomichelaki ve Mentzas, 2012).

³ Yöngüdü ya da İngilizce karşılığı olarak navigasyon; kullanıcıları bir web sitesi, uygulama ya da mobil platform üzerinde yönlendiren menüdür. Yöngüdümler genellikle arayüzün en erişilebilir noktalarına yerleştirilirler.

E-belediye kavramında, elektronik anlamını taşıyan “e” ön eki sadece hizmet sunumunda kullanılan araç olan teknolojiyi ifade eder. Bundan dolayı e-belediye faaliyetlerini sadece hizmetleri sanal ortama taşımak gibi bir hedefle kısıtlamak yanlış olur. E-belediye kavramı vatandaşın sürekli erişimine açık daha hızlı hizmet sunmanın yanında; daha şeffaf, daha hesap verebilir ve vatandaş katılımına daha açık bir belediyecilik anlayışını da kapsar.

E-belediyeciliği, teknolojik gelişmelerin hızla değiştirdiği dünyada, gelişen teknolojileri kullanarak, insana hizmet etmenin ve şeffaflaşmanın temelini teşkil eden çağdaş belediyecilik anlayışı olarak tanımlayabiliriz (Henden ve Henden, 2005).

2.3.1. E-Belediyecilik ve Hizmet Sunumlarının Değişimi

E-devlet kavramında olduğu gibi e-belediye kavramında da “e” ön eki daha çok bir araç olarak düşünülmelidir. E-devlet kavramında öne çıkan yön elektronik ortamlar değil devletin, vatandaşların, kurumların ve çalışanların etkin bir yönetim ve hizmet sistemi oluşturulması paydasında buluşmasıdır, bu durum e-belediye kavramında da farklı değildir.

E-hizmetlerin sunumları esnasında karar süreçlerinde yerel yönetimler için iki önemli fırsat oluşmakta; bunlardan birincisi karar verme süreçlerine vatandaşın aktif katılımının elektronik platformlar yoluyla sağlanabilmesi fırsatı, ikincisi ise karar verme süreçlerinin ardından vatandaşın gelişmelere verdiği ilk tepkilerin elektronik geribildirimlerle hızlı bir şekilde alınabilmesi fırsatı. Bu fırsatlar yerel yönetimlerin çatısı altında bulunan yerel yönetim mekanizmalarının karar süreçlerine katılımı ve geri dönüşü için de geçerlidir.

Elektronik geribildirim metodolojisine sahip duyarlı bir elektronik devlet; yerel yönetimin mekanizmalarıyla bilinçli karar verme süreçlerine gereken aktif katılımını sağlar (Lindahl, 2010). Hızlı, düşük maliyetli ve nitelikli e-geribildirim alma fırsatı katılım açısından önemlidir. Bu katılım yerel yönetim mekanizmaları için de geçerlidir.

E-belediye uygulamalarında, hizmet alanı ile ilgili verilerin enformasyon teknolojileri imkânları ile toplanıp işlenerek, belediye muhataplarına ve kentin yararına bilgilere ve buradan da bilgiye ve hizmete dönüştürülmesi söz konusudur (Yılmaz, 2013).

Belediyecilik anlayışına yeni bir boyut kazandıran e-hizmetlerin çoğalmasıyla birlikte, sanal belediye olarak nitelendirilebilecek e-belediye platformları dünya genelinde birçok belediye tarafından vatandaşın hizmetine sunulmaya başlamıştır. Oluşturulan ve her gün yeni boyutlar kazanan, değişimle farklılaşan e-belediye platformları vatandaşa sunulan hizmetin niteliğinde ve sunuş şeklinde değişime neden olmuştur. Bu değişim ile birlikte vatandaş daha hızlı, pratik ve sürekli hizmet almaya başlarken, her değişimde olduğu gibi bu değişimde bazı sınırlılıkları ve avantajları beraberinde getirmiştir.

Vatandaşlar belediye web sitesi, sosyal ağlar, telefon, mobil uygulamalar gibi birçok elektronik platformu kullanarak 7 gün 24 saat belediyeye ulaşma fırsatını elde etmeye başlamıştır. Hala bazı küçük belediyelerde bulunan şehrin dört bir yanına hoparlör çekilerek duyuruların yapıldığı basit sistemlerden, aynı anda şehirde yaşayan tüm vatandaşlara kısa mesaj gönderilerek duyuruların yapıldığı yeni akıllı sistemlere geçilmektedir.

Hizmet sunumlarının değişimi ile birlikte vatandaş ile etkileşimin de çehresi değişerek çok boyutlu ve çok yönlü bir etkileşim şansı yakalanmış ve vatandaşın etkin katılımının sağlanması, daha şeffaf ve hesap verebilir bir belediyecilik gibi fırsatlar yakalanmıştır.

Nitekim nüfusun %98'ini temsil eden 2.666 belediyenin katıldığı “e-devlet (yerel) uygulamaları anketi” verileri belediyelerin e-hizmetler vermeye başladığını ve bunun öncelikle bir web sitesi oluşturma adımıyla başladığını göstermiştir (MİGM, 2011). Anket verilerine göre belediyelerin %74'ü “bir web sitesine sahip” iken yalnızca %47'sinde “istek ve şikâyet başvuruları elektronik sisteme kaydedilmekte”, bunun yanında web sitesi bulunan belediyelerin internet sitelerinde “interaktif kent rehberi kullanım oranı” ise %30 olarak göze çarpmaktadır. Bu veriler bazı belediyelerin web platformlarını sadece duyuru ve tanıtım amaçlı kullandığına işaret etmektedir. Diğer yönden anket verilerinde belediyelerin “katılımcılığı arttırıcı işlemlerden birini web sitelerinden sunma oranı” belediyelerin temsil ettiği nüfus göz önüne alındığında %87 olarak göze çarpmaktadır. Bu orana bakıldığında Türkiye’de belediyelerin, e-demokrasi ve vatandaşın etkin katılımı için web sitelerini bir araç olarak kullanmaya başladığı söylenebilir. Ankete katılan 2666 belediyeden sadece 36 tanesinin elektronik imza ve sadece 73 tanesinin mobil imza kullanıyor oluşu, birçoğunda e-hizmetler için gerekli olan hukuki çerçevenin henüz tam oluşturulmadığını göstermektedir.

Yerel ölçekte e-devlet faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için, kent bilgi sistemleri ve karar destek sistemleri gibi e-devlet faaliyetleri için uygun bir ortam oluşturabilecek sistemlerin oluşturulması ve hukuki bir çerçeve çizilmesi gerekmektedir. Kent bilgi sistemleri ve karar destek sistemlerinin oluşturulması ve vatandaşın etkin olarak belediye yönetişimine katılmasıyla e-hizmetlerin belediyecilik anlayışında başlattığı dönüşüm amaçlarına ulaşmaya başlayacaktır.

2.3.2. E-Belediye Faaliyetlerinin Hukuki Yönü

E-belediye faaliyetlerinde hukuksal çerçeve kaçınılmaz bir gerekliliktir. Her ne kadar elektronik platformların her gün değişmesi ve farklılaşmasından dolayı bilişim hukukunun güncelliğini koruması zor olsa da, temel hukuksal çerçeve e-belediye platformları için olmazsa olmazlardan biridir.

Türkiye’de belediyelerin hizmetlerinden bazılarını elektronik platformlardan sunma zorunluluğu taşıyan herhangi bir belediye sorumluluğu kanunlarda yer almamaktadır. Belediyelerin e-hizmetleri sunmaları ile ilgili yasal çerçeve oluşturacak herhangi bir düzenleme bulunmamakla birlikte, 2005 yılında kabul edilen 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 14. maddesinde, belediyenin görevleri içerisinde “coğrafi ve kent bilgi sistemleri kurmak” ibaresi yer almasına rağmen bunun nasıl ve ne yolla yapılacağına dair bir ibare yer almamıştır. Aynı durum 2004 tarihli Büyükşehir Belediyesi Kanunu için de geçerlidir, bu kanunda da “coğrafi ve kent bilgi sistemleri kurmak” görev olarak belirtilmiş fakat bunun hangi yolla veya hangi elektronik platform üzerinden yapılacağına dair bir ibareye yer verilmemiştir.

Resmi Gazete’de yayınlanan 6360 Sayılı Kanunla (2012) on üç yeni Büyükşehir belediyesinin kurulması ve 6447 Sayılı Kanunla (2013) Ordu’nun Büyükşehir belediyesi olması ile beraber bu yeni on dört Büyükşehir’de il özel idareleri tamamen kaldırılmış, tüzel kişilikleri sona erdirilmiştir. Toplam sayısı 30’a yükselen Büyükşehir belediyelerinde il özel idarelerinin kaldırılmasıyla belediyelerin yetkileri artmıştır. Bu belediyelerin kamu ile iletişimde ve hizmetlerin sunumunda e-devlet uygulamalarına ne kadar destek vereceği meçhul olsa da, şehrin geneli için hizmet beklenen kurumun tek elde toplanmasının, kamunun “e-devlet hizmetleri için hangi yerel yönetim organına yöneleceği” sorusunu ortadan kaldırdığı aşikârdır.

Ayrıca 6360 Sayılı Kanunla (2012) gelen söz konusu on üç ildeki belde belediyelerinin kapatılarak köy ya da mahalleye dönüştürülmesi, genel itibarıyla sadece “belde tanıtım siteleri” ile e-hizmet verebilen bu küçük belediyelerin tüzel kişiliklerinin sona ermesi demektir. Tüzel kişiliği sona eren belediyeler genel olarak küçük çaplı hizmet veren belde belediyeleri olduğu için, kanunun hayata geçmesi ile birlikte nitelikli e-belediye hizmeti veren belediye oranı artmıştır.

Yerel yönetimlerde e-devlet uygulamalarına her ne kadar yasal çerçeve oluşturulup e-yerel yönetim uygulamalarına destek sağlanmamış olsa da, fiili teşvik söz konusudur. Örneğin İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü (MİGM) tarafından “E-Devlet (Yerel) Uygulamaları anketi” yapılmış ve bu ankete 81 il özel idaresinin tamamı ve 2950 belediyeden 2666’sı katılımı sağlanarak yerel yönetimlerin BİT aracılığıyla halka sunduğu hizmetler detaylı olarak incelenmiştir. Yine bu ankette, Belediye Kanunu (2005)’nda yer alan “coğrafi bilgi sistemleri” ile ilgili, “GIS (Coğrafi Bilgi Sistemi) çalışmaları tamamlanmış mıdır?” sorusunun yanında “Web tabanlı GIS tamamlanıp kullanılmakta mıdır?” sorusunun sorulması (MİGM, 2011). Bunun web tabanlı bir e-hizmet olarak yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

İçişleri Bakanlığı MİGM tarafından yapılan “E-Devlet (Yerel) Uygulamaları Anketi” yerel yönetimler için hem farkındalık açısından hem de katılımcıların birbirini örnek alarak hedef belirlemesi açısından kayda değerdir. Bu çalışma çerçevesinde 70 İl özel İdaresi’nde ve 36 Belediye’de elektronik imza (e-imza) uygulamasının kullanıldığı tespit edilmiştir (MİGM, 2011). Bu ise yerel yönetimlerin BİT’leri kullanarak hizmetlerini e-hizmete dönüştürdükleri süreçte oluşan genel kanuni çerçeveyi dikkate aldıklarının göstergesidir. Elektronik imza 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu’nda (2004) yer alan şekliyle, ıslak imza ile aynı hukuki sonucu doğurmaktadır.

Türkiye’de belediyelerin e-hizmet sunumlarında vatandaşın bilgilerini güvenlik sistemleriyle koruması anlamında, bazı güvenlik standartlarını zorunlu kılacak bir hukuki bir yaptırımın olmaması önemli bir eksikliktir. Özellikle e-belediye faaliyetlerinde vatandaşların güvenli bir hizmet almaları için e-imza ve mobil imza gibi, hizmetlerin sunumu esnasından işlem güvenliğini arttıracak güvenlik sistemlerinin tüm belediyeler tarafından bir an önce kullanılması gerekmektedir.

Her ne kadar Türkiye’de belediyelerin e-devlet kapısına entegre edilmeye başlamasıyla hizmetlere erişirken e-imza ve mobil imza gibi uygulamalar vatandaşların güvenliğini sağlasa da, bu güvenlik hizmetlerinin tüm belediyeler tarafından benimsenmesi ve e-hizmetlerde kullanılması gerekmektedir. Mart 2016 itibariyle toplam 1397 belediyenin (E-içişleri, 2016) sadece 148’i e-devlet kapısı üzerinde yer almaktadır (Türksat.gov.tr, 2016).

2.3.3. E-belediye Hizmeti Sunulan Platformlar

Belediyelerin elektronik ortamlarla vatandaşına ulaşması, bilgi sistemleri, belediye web sayfası ve wap (kablosuz hizmet) uygulamaları sayesinde mümkün olmaktadır (Yılmaz, 2013). Günümüzde belediyeler sosyal medyayı, kioskuları ve mobil uygulamaları da vatandaşlara hizmet sunma, iletişim kurma ve geribildirim alma amacıyla etkin olarak kullanmaktadır. Polat (2006) e-belediye hizmetlerinde çağrı merkezleri, web siteleri, cep telefonu ve TV uygulamaları gibi farklı erişim seçeneklerinin sunulması gerektiğini belirtmiştir.

Belediyeler, genellikle statik olarak hizmet veren belediye sitelerinin kurulmasıyla sanal ortamda yer almaya başlamıştır. Web 2.0’ın gelişmesine paralel olarak birçok belediye web sitesini kullanıcı tabanlı dinamik bir sisteme sahip olacak şekilde güncellese de bazı belediyeler statik web sayfalarını kullanmaya devam etmektedir. Statik belediye web siteleri, genel olarak "tanıtım broşürü" niteliği taşımakta, güncellemesi sürdürülen sitelerde ise "e-reklam" ya da "e-bülten" görüntüsü ağır basmaktadır (Güler, 2001). Küçük ilçe belediyelerinin web sayfalarında bu durumla karşılaşmak daha olasıdır.

Belediyeler, büyük, orta ve küçük ölçekli olarak gruplandırıldığında Büyükşehir Belediye Yönetimlerinin; yeterli maddi kaynak, yetişmiş insan gücü, bilgi altyapısı bakımından daha avantajlı bir konumda olması sebebi ile küçük ölçekli belediyelere oranla e-belediyecilik konusunda daha ileri seviyede oldukları söylenebilir (Negiz ve Saraçbaşı, 2012).

Belediye web sayfaları belediyenin vatandaşa elektronik ortamda görünen yüzüdür (Özkara, 2010). Belediye web siteleri günümüzde bilgisayar, mobil cihazlar ve akıllı telefonlar gibi internete erişimi olan cihazların birkaç saniye uzağında olması yönüyle önemli fırsatlar sunmaktadır. Vatandaşlara saniyeler içerisinde belediyesi ile ilgili

herhangi bir bilgiyi edinme ya da herhangi bir problemi belediyesine bildirme şansı sunan belediye web siteleri vatandaş-belediye iletişim ve etkileşimine yeni boyutlar kazandırmaktadır.

İçişleri Bakanlığı MİGM tarafından 2011 yılında yapılan kapsamlı (2950 belediyeden 2666'sının katıldığı) araştırmada belediyelerin web sayfaları ile ilgili önemli istatistikler elde edilmiştir (MİGM, 2011):

- Belediyelerin %97'sinin web sitesi vardır.
- Elektronik ortamda şikâyetlerin takip oranı %47'dir.
- Belediye web sitelerinin %80'inin web sitesinde interaktif kent rehberi (turizm, ulaşım, harita ve eczane gibi bilgileri içeren rehber) yer almaktadır.
- Belediyelerin %64'ü karşılıklı etkileşime dayanan hizmetleri sunmamaktadır.

Sosyal medyanın iki yönlü iletişime izin vermesi yani interaktif olması da bu ortamı hem bireyler hem de kurumlar için eşsiz bir tecrübeye dönüştürmektedir (Aslan, 2011).

Günümüzde vatandaşların belediyeye gitmesine gerek kalmadan, buldukları ortamda internet bağlantısına dahi ihtiyaç duymadan belediye ile iletişime geçmesi mümkündür; telefon teknolojisi kullanılarak kredi kartı ile borç ödeme, şikâyet takibi, çeşitli konularda bilgi alma, randevu talep etme gibi hizmetler alınabilmektedir (Polat, 2006). Alo belediye ya da belediye çağrı merkezleri olarak adlandırılabilir olan telefondan e-hizmet sunma olanağı, belediyelere farklı platformlar üzerinden erişilebilir olma yönüyle sayısal bölünmeyi azaltma şansı sunmaktadır.

Kiosklar, e-belediye hizmetlerinin sunulabildiği önemli iletişim teknolojilerinden biridir. Kamuya açık alanlarda kişilerin bir kurumla ilgili veya internet üzerinde bilgiye ulaşmalarını sağlayarak sadece bilgi verebilme amaçlı kullanılabilen gibi çeşitli kamu veya özel kurumlarda başvuru, borç ve fatura ödeme, rezervasyon, sorgulama, randevu alma gibi işlemler için de kullanılabilirler (Smart Kiosk, 2016).

Vatandaşlara otobüs durağı, vapur iskelesi veya kent meydanlarında atıl zamanlarını değerlendirme fırsatı sunan kiosklar, vatandaş-belediye etkileşiminde önemli fırsatlar sunmaktadır. E-belediye faaliyetlerinde, kioskların özellikle internet erişiminin düşük olması beklenen dar gelirli mahallelere yerleştirilmesi, sayısal uçurumu engellemede önemli bir adım olabilir (Polat, 2006).

Mobil ve kablosuz teknolojideki gelişme, bu teknolojilerin toplum tarafından daha yaygın olarak kabul görmesi, devlet hizmetlerinde de bu gelişen teknolojiye uyum sağlamayı zorunluluk haline getirmiştir (Güler ve Döventaş, 2009). Mobil uygulamalar akıllı telefonlar, tabletler için geliştirilmiş bilgisayar programlarıdır ve akıllı telefon kullanımı Türkiye’de gittikçe yayılmaktadır, bu nedenle; belediyeler de hizmetlerini daha etkili bir şekilde ulaştırmak ve vatandaşa bu yolla ulaşmak için mobil uygulamalara yönelmektedir (Arifoğlu ve diğ., 2015).

Mobil platformlar belediyelere mobil e-belediye uygulamalarıyla vatandaşa hızlı ve etkin hizmet sunma şansı tanımaktadır. Akıllı telefon, tablet, akıllı saat, akıllı televizyon ve akıllı araç teknolojileri gibi internet erişimi olan akıllı cihazların mobil uygulamalara açık olması, yönetim-vatandaş iletişimi ve etkileşiminde önemli fırsatlar sunmaktadır.

Yönetimlerin mobil uygulamaların kullanımına üç farklı aşamadan başlanabileceğini belirten Ghyasi ve Kushchu (2004) bu aşamaları şu şekilde sıralamıştır:

1. *Tek yönlü mobil uygulamalar:* Deprem, hastalıklar, salgınlar ve sel gibi kriz anlarında vatandaşlara ulaşmayı sağlayan uygulamalar. Bu uygulamalar devletten vatandaşa (G2C) tek yönlü bilgi aktarabilirler.
2. *Etkileşimli mobil uygulamalar:* Yönetim faaliyetlerinde vatandaş katılımını sağlayacak uygulamalar. Bu uygulamalar vatandaş katılımını teşvik etme, demokrasiyi geliştirme ve hesap verebilirliği sağlama şansına sahiptir.
3. *Yüksek etkileşimli mobil uygulamalar:* Bu uygulamalar üzerinde vergi ve fatura ödenebilen, vatandaşların telefonlarını sadece arama yapmak için kullanılan bir cihaz olmaktan çok bir kimlik kartına, sürücü belgesine, ödeme cüzdanına ve sağlık sigorta kartına dönüştürebilen uygulamalardır.

Trimi ve Sheng (2008) mobil devlet uygulamalarının vatandaş katılım kanallarını açabileceğini ve mobil cihazlar üzerinden iletişim fırsatlarının; fikirlerini ve bakış açılarını milletvekillerine, hükümet yetkililerine ve toplum temsilcilerine aktarma konusunda vatandaşları teşvik edebileceğini ifade etmişlerdir.

BTK 2015 ikinci çeyrek raporuna göre Türkiye nüfusunun yaklaşık %79’u 3G teknolojisine sahip akıllı cep telefonu kullanıyor (BTK, 2015). Akıllı telefonlar ile birlikte tablet, akıllı televizyon ve akıllı saat gibi cihazların kullanımı da göz önüne alındığında;

belediyeler için mobil uygulamalar e-hizmetleri tüm vatandaşlara ulaştırma yönünden sayısal bölünmeyi eritebilecek platformlar olarak değerlendirilebilir.

2.3.4. E-Belediye Sistemlerinde Fırsatlar ve Sınırlılıklar

E-belediye sistemleri hizmet sunumlarında ve vatandaş-belediye etkileşiminde e-devlet uygulamalarıyla benzer fırsatlar sunmaktadır. Uygulamalarda yaşanan sorunlar ve sınırlılıklar için de bu durum geçerlidir. Genellikle e-devlet için geçerli olan tüm tanımlamalar, ilkeler ve beklentiler genelde e-belediye için de geçerlidir (Şahin, 2007). Nitekim literatürde e-belediye sistemleri ile ilgili yapılan çalışmalarda (Holden ve diğ., 2003; Saraçbaşı, 2010; Norris ve Moon, 2005; Schwester, 2009; Acılar, 2015; Yüksel, 2015) e-belediye sistemlerinden çok e-devlet uygulamalarının sorunları, sınırlılıkları ve faydaları ele alınmıştır. Bununla birlikte e-belediye sistemleri, uygulamada ‘yerellik yönüyle’ farklı fırsatlarla ve sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

E-devletin önemli bir parçası olarak düşünülmesi gereken e-belediye hemen hemen her açıdan (hizmet, yönetim anlayışı, yeni istihdam olanakları vb.) ülke kalkınmasına katkı sağlayacak kapsamlı bir projedir (Çakır, 2015).

E-belediyeyi Belediye Bilişim Sisteminin (BBS) internete taşınmış hali olarak tanımlayan Çoruh (2009b), belediyelerde internete taşınacak unsurun belediye hizmetleri değil, belediyenin yönetim felsefesi ve işlem süreçleri olduğunu ifade ederek, internete taşınma ile asıl olarak yönetim süreçlerinin iyileştirilmesi, hızlandırılması, maliyetlerin düşürülmesinin amaçlandığını belirtmiştir.

Genel olarak e-belediye sistemlerinin sunduğu fırsatlar şu şekilde özetlenebilir (Şahin, 2007; Çoruh, 2009):

- ✓ Yerel hizmetleri yerel halkın gereksinimlerine göre düzenlenme ve sunma,
- ✓ Hizmet sunumunda zaman ve mekân sınırlamasının ortadan kalkması,
- ✓ Daha fazla yerel hizmetin internete aktarılmasıyla bürokratik işlemlerin azaltılması,
- ✓ Belediye ve yerel halk açısından hizmetin sunulma ve alınma maliyetinin düşmesi,
- ✓ Vatandaşla yerel yönetim arasındaki engellerin ortadan kalkması ve etkileşimin artması,

- ✓ Sunulan hizmetlerde verimliliğin, etkililiğin ve hızın artışıyla hizmet kalitesinin artması,
- ✓ Hesap verebilir ve daha şeffaf bir belediye yönetimi,
- ✓ Yerel halkın kent yönetimine katılımı sağlanması yoluyla daha katılımcı ve demokratik bir yerel yönetime geçiş,
- ✓ Katılımcılık ve izlenebilirliğin artmasıyla, verilen belediye hizmetlerinin kalitesinde artış,
- ✓ Hizmet sunumundaki vatandaş odaklı bakış açısı sayesinde, halkın yerel yönetimlere olan güveninin artması,
- ✓ Farklı semt ve mahallelerde yaşayan yerel halka eşit mesafede olma ve eşit düzeyde hizmet götürme,
- ✓ İmar, parsel, ihale vb. faaliyetlerde rüşvet ve yolsuzlukların önüne geçilmesi,
- ✓ Kent ekonomisinin, sosyal ve kültürel hayatın gelişmesi,
- ✓ Yerel halkın talep ve şikâyetlerine kısa sürede yanıt verebilen bir belediye yönetimi oluşturma,
- ✓ Merkezi yönetimle yerel yönetimler arasında etkili bir ağ yapısının oluşturulması ve bilgilerin karşılıklı olarak paylaşılması.

Polat (2006) e-belediyenin; ekonomik kalkınmaya katkı, bilgi toplumuna geçiş, vatandaş ve belediye arasındaki ilişkinin gelişmesi suretiyle karşılıklı güven oluşması, iyi yönetim yolunda bir adım olma gibi dolaylı getirileri olduğunu belirterek e-belediye sistemlerinin belediye ve vatandaş açısından işlevlerini Tablo 2.16'daki gibi ele almıştır.

Tablo 2.16: E-belediyenin işlevleri (Polat, 2006).

<i>E-belediye'nin belediye açısından işlevleri</i>	<i>E-belediye'nin vatandaş açısından işlevleri</i>
➤ Hizmetlerin sağlanmasında etkinlik ve verimlilik	➤ Daha kaliteli hizmet
➤ Vergi adaletinin sağlanması	➤ Vatandaş odaklı hizmet
➤ Performans Ölçümü	➤ 7 gün 24 saat hizmet
➤ Modernleşme ve reform aracı	➤ Hizmetlerin tasarımında katılım imkânı
➤ Bilgiye dayalı karar verme mekanizmaları	➤ Daha saydam ve hesap verebilir yönetim

E-belediye uygulamaları belediyelere pek çok yarar sağlamış; bürokrasi işleminden, kâğıt ve matbaa masraflarına, personel giderlerinden, zamana kadar tasarruf etmenin yanı sıra,

çok yönlü hizmet verme gereksinimleri doğrultusunda yeni ufuklar açmış ve problemlere uygun çözümler sunmuştur, e-belediye uygulamalarında bu faydaların yanı sıra hala bazı sorunlar mevcuttur (Çakır, 2015).

E-belediyenin karşılaştığı sorunlar, önceki düzenden kalanlar ile birlikte yeniliklerin ve bunlara uyumun da getirdiği sorunları da içermektedir; yöneticilerin yeniliklere olumsuz bakışları, uzman personel sayısının azlığı, personellerin niteliklerindeki yetersizlikler, hizmet içi eğitimlilerin sayısal ve niteliksel zayıflıkları, standardizasyonun yokluğu, veri güncellemelerinin gecikmesi, ilk maliyetlerin yüksekliği, bürokratik engeller gibi sorunlar uygulamaların başarısını olumsuz etkilemektedir (Şat, 2008).

E-belediye sistemlerinde e-hizmet verilirken karşılaşılan sorunların başında yetişmiş personel sayısının yetersiz olması gelmektedir (Durna ve Özel, 2008).

TBD (2004 akt. Saraçbaşı, 2010)'nin hazırladığı e-belediye raporunda, e-belediye faaliyetlerinde yaşanan zorluklar ve ortaya çıkan sorunlar şu şekilde sıralanmıştır:

- Finansal ve maddi kaynak yetersizliği ve kuruluş aşamasında bilişim teknolojilerinin maliyetinin yüksek olması,
- Mevzuat gereği devlet bankaları ile çalışma zorunluluğu, bu bankaların e-hizmetlerin verilmesindeki bilişim alt yapı yetersizliği,
- Bilgisayar ortamında gerçekleştirilen işlemlerin ve alınan kayıtların Mahalli İdareler Müdürlüğü müfettişlerince kabul edilmemesi,
- Kurum içi personelin değişime karşı gösterdiği direnç, yöneticilerin bilgi ve eğitim eksikliğinden kaynaklı değişime karşı isteksiz davranması,
- Mevcut belediye mevzuatının bilgi teknolojisi ihtiyaçlarına cevap verememesi,
- Bilgisayar donanımlarının demirbaş statüsünde kabul edilmesi, bununda gelişen teknoloji karşısında donanım değişim ve güncellemesini zorlaştırması,
- Teknik personel ve bilişim uzmanı eksikliği.

İçişleri Bakanlığı MİGM (2011) tarafından uygulanan E-devlet (Yerel) Uygulamaları Anketi Raporlamasında yerel e-devlet uygulamalarında; bilginin kurumlar arasında yeterince paylaşılamaması, toplumdaki zihniyet dönüşümünün arzulanan ölçüde sağlanamaması, teknik personel eksikliği, belediyelerin finansal yetersizlikleri gibi genel

sorunların olduğu belirtilmiştir. Raporda bu sorunların yanı sıra yerel e-devletin zayıf yönleri şu şekilde sıralanmıştır (MİGM, 2011):

- ✓ Bilgi ve ağ güvenliği, kimlik denetimini, mahremiyeti ve tüketici haklarını da kapsayacak şekilde bilgi ve iletişim teknolojilerine duyulan güven ve itimat konusunda tereddütlerin olması,
- ✓ Gerekli hukuki çerçevenin (e-imza, sözleşmeler, işlem güvenliği vb.) yeterince olmaması,
- ✓ Yerel kamu internet sitelerinin ağırlıklı olarak bilgi sağlama ve tanıtım hizmeti olarak görmeleri, interaktif hizmetlere çok fazla yer verilmemesi,
- ✓ Bilgi ve iletişim teknolojileri yatırımları konusunda güçlü bir rehberlik mekanizması oluşturacak bir kurumsal mimarinin geliştirilmemesi,
- ✓ Maliyet, çıktılar, vatandaş memnuniyeti, kullanıcıya yerele sağlanan diğer faydalar hakkında yeterli veri bulunmaması,
- ✓ Türkiye'de elektronik işlemlere ilişkin hukuki çerçevenin, kapsamlı bir kişisel verilerin korunması kanunu haricinde, tamamlanmamış olması,
- ✓ Bilgi ve iletişim teknolojileri yatırımlarının değerlendirilmesine destek olan fizibilite etütleri kullanımının yaygın olmaması,
- ✓ Her yerel yönetimde merkezileştirilmiş güçlü bir bilgi işlem biriminin bulunmaması,
- ✓ Yerel yönetim temsilcilerinin, uygulamalarındaki güçlüklerin her birine aynı derecede önem vermeleri,
- ✓ Hukuki ve düzenleyici çerçeveye ilişkin etkin düzenlemelerin olmaması,
- ✓ Bakanlıklar, kurumlar ve yerel yönetimlerde; e-devlet politikalarının standartları, kişisel bilgilerin gizliliği ve güvenlik tedbirleri konusunda işbirliğinin işlevsel olmaması.

Zeren ve diğ. (2015) e-belediye faaliyetlerine katılım duyarlılığının ölçülmesini amaçladıkları çalışmalarında katılım seviyelerinin düşük olarak seyretmesinin en önemli nedeninin, belediyelerin e-belediyecilik faaliyetlerini “internet sitesi yapmak” şeklinde algılamaları olduğunu belirtmişlerdir.

Mousavi ve diğ. (2007) e-belediye sistemlerinde yaşanan sorunları; e-belediye uygulamalarının e-devletin kataloglama, etkileşim, iletişim, işlem ve birleşme

aşamalarında karşılaştığı sorunlar olarak ele almış ve bu zorlukları Tablo 2.17'deki gibi göstermiştir.

Tablo 2.17: E-belediye uygulamalarında yaşanan zorluklar (Mousavi ve diğ., 2007).

<i>E-devlet aşaması</i>	<i>E-belediye Uygulamalarının Zorluklar</i>
<i>Kataloglama</i>	Bilgi erişiminin tasarımı Veri ve bilgi yönetimi Organizasyonel zorluklar
<i>Etkileşim</i>	Vatandaş Katılımında Sayısal bölünme Güven sorunu
<i>İletişim</i>	Teknik zorluklar Güvenlik sorunu
<i>İşlem</i>	Kimlik doğrulama ve yetki sorunları Güvenli işlem gerçekleştirme
<i>Birleşme (entegrasyon)</i>	Karmaşık teknik zorluklar Tek noktadan alışveriş sorunu Gizlilik sorunu

Ho (2002 akt. Acılar, 2015) Amerika Birleşik Devletleri'nde en büyük 55 şehrin resmi şehir yönetimi web sitesini analiz ettiği çalışmada; yetersiz personel, finansman eksikliği ve farklı ırklara sahip vatandaşlar arasında bulunan dijital uçurum probleminin e-devlet dönüşümünü engelleyen önemli faktörler olduğu saptamıştır.

E-yerel yönetim uygulamalarındaki sorunlardan birinin de, her yerel yönetimin uygulamalarını tek başına yapmaya kalkması ve bu konudaki eşgüdümeye yeterli ağırlık verilmemesi olduğu belirtilmektedir (Cülcüoğlu, 2007 akt. Şat, 2012).

2.4. SOSYAL MEDYA

Geleneksel medya araçlarından farklı olarak üretenin ve tüketenin kullanıcı yani toplumun kendisi olduğu, iletişimden monologdan diyaloga geçişin yaşandığı sosyal medya, birçok yenilik, avantaj ve risk ile birlikte son yıllarda fazlasıyla insan yaşamının içine girdi.

Sosyal medyanın kısa zamanda dünyaya hızlı bir şekilde yayılmasının, kullanıcı sayısının kısa zamanda hızla artmasının ve insanların kısa zamanda benimsemesinin altında yatan

en önemli faktörler; bilginin hızlı, daha az emek sarf edilerek, daha düşük maliyetlerle, daha özgür bir şekilde paylaşılmasıdır. Aslında bilginin sosyal medya üzerinden hızla ve kolaylıkla yayılıyor olması, İran, Çin, Kuzey Kore ve Kuzey Afrika hükümetlerinin veya diktatörlerinin, bu sosyal medya sitelerine erişimi neden engellediği sorusuna verilebilecek güzel bir cevaptır (Çıldan ve diğ., 2012).

Yerel gelişmelerin tartışılmasından yemek tariflerinin paylaşımına, kitap veya ürünlerin ele alınıp eleştirilmesinden sosyal çevre edinmeye, kişisel bilgilerin paylaşımından siyasi konuların irdelenmesine kadar birçok konuda insan hayatına giren sosyal medyanın öncelikle kavramsal boyutu ve tarihsel gelişimi ele alınmalıdır. Fakat bundan önce sosyal medya platformlarının üzerinde yer aldığı internet (web) dünyası göz önüne alınmalı ve web üzerinde yaşanan gelişmeler incelenmelidir. Böylece sanal dünya üzerinde yeşeren sosyal medya platformları daha sağlıklı ele alınabilir.

Geleneksel medya ile farklılıklarının da ele alınması gereken sosyal medya platformlarının, nasıl toplumsal olayları yönlendirecek kadar önemli bir güce sahip olma konumuna geldiği de mercek altına alınmalıdır.

2.4.1. Web'in Gelişimi

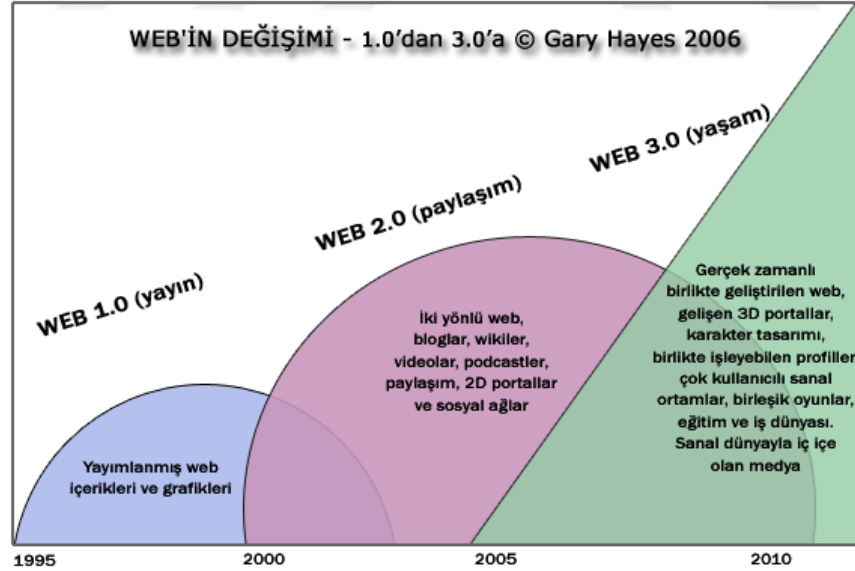
Web İngilizce kökenli bir kelimedir ve dilimizde doku, örümcek ağı, ağ ve şebeke anlamlarına karşılık gelmektedir.

Bilgisayarların insan hayatına girmesinin ardında 90'lı yıllarda Tim Berners-Lee'nin HTML (Zengin Metin İşaretleme Dili) kodlamalarını ve World Wide Web (www)'i geliştirmesiyle bilgisayarlar salt masaüstü ve dosya sistemine bağlı kalmaktan kurtulup, dünyadaki diğer bilgisayarlarla sanal ortamda buluşmaya ve bu ortamlar vasıtasıyla bilgi aktarmaya başladı. Hatta zamanla ağ bağlantılarını sağlayan sunucu (server) teknolojileri hem hız hem kapasite olarak o kadar ilerledi ki, insanlar bilgi, belge ve dosyalarını kendi bilgisayarlarında veya taşınabilir belleklerde (flash disk) tutmak yerine bu sunucular tarafından sağlanan alanlarda (bulut teknolojileri) tutmayı tercih etmeye başladı.

Sanal dünya o kadar hızlı gelişti ki Second Life (ikincil yaşam) gibi uygulamalarla oluşturulan sanal ortamlarda insanlar, kendi karakterini oluşturmaya, ev satın almaya, ticaret yapmaya başladı.

İlk zamanlarında sadece statik bilgilerin yer aldığı HTML tabanlı sayfalardan oluşan web siteleri yerini, arka planda farklı farklı programlama dilleriyle yazılmış devasa uygulamaların bulunduğu interaktif ortamlara bıraktı. Üzerinde arama dahi yapılamayan HTML tabanlı sayfalar yerini, yapay zekâya sahip internet sayfalarına ve sesli komutlarla kişinin isteklerini yerine getiren web uygulamalarına bıraktı.

Web dünyası o kadar popüler oldu ki insanlar internete sadece bilgisayarlar üzerinden erişmekle yetinmedi, önce WAP (Wireless Application Protocol) ile telefonlar internete erişim sağlamaya başladı. Ardından 3G gibi teknolojilerle bir bilgisayardan farksız bir biçimde internete bağlanan cihazlar geliştirildi ve GSM (Global System for Mobile Communications) Operatörleri hızlı bir şekilde sistemlerini internetle kucaklayan akıllı telefonlara yanıt verecek şekilde geliştirdiler. Akıllı telefonlar için geliştirilen uygulamaların birçoğu XML ve JSON gibi etiketleme dilleri sayesinde web sunucularıyla veri alışverişinde bulunmaya başladı. Akıllı telefonları, akıllı televizyon ve akıllı saatler izledi. Kısacası insanların birçoğu internetin hayatının her bölümüne girmesine izin verdi ve bundan rahatsız olmadı.



Şekil 2.11: Web'in değişimi (Hayes, 2006).

Web'in günümüzde 2.0 evresinde olduğu belirtiliyor ve Web'in evreleri Hayes (2006) gibi araştırmacılar tarafından üçe ayrılıyor (Şekil 2.11). Web 1.0 bilgiyi sunmayı, Web

2.0 karşılıklı paylaşımı, Web 3.0 ise web ile yaşamın gerçek zamanlı buluşmasını ifade ediyor.

Gelecekte sizin adınıza hareket edebilecek (karar destek sistemleriyle donatılmış ve yapay zekâya sahip) şekilde geliştirilmiş, bilim kurgu filmlerini aratmayan bir web dünyasının bizi beklediği söyleniyor. Adı şimdiden “Web 3.0” olarak konulan, hayallerimizi zorlayacak olan bu teknolojinin tarihsel gelişimine aşağıda yer verilmiştir.

2.4.2.1. Web Öncesi

Bilgisayarların geliştirilmeye başlandığı 1950’li yıllardan itibaren, iki bilgisayarı birbirine bağlamak ve bir ağ oluşturmak fikri, daha ilk zamanlardan itibaren bilgisayar geliştiricilerinin ilgisini fazlasıyla çekiyordu. Bu ilgi insanın dünyasını gelecekte şekillendirecek olan web dünyasının ilk temellerini atacaktı.

1950’li yılların sonuna doğru giderek artan bu ilgi 1960’lı yıllarda önce araştırmalara ardından gelişmelere yol açtı. 1961 yılında Kleinrock “Information Flow in Large Communication Nets (Büyük bağlantı ağlarında bilgi akışı)” isimli ilk paket anahtarlama (packet-switching) teorisi olarak kabul edilen yayını yaptı (Kleinrock, 1961).

Aslında internet tarihi ile ilgili ilk kıvılcımın Rusya’nın ilk yapay uydu Sputnik’i fırlatmasıyla başladığı kabul edilir. Çünkü bu gelişmenin ardından Amerikan Hükümetinin; Savunma Departmanında ARPA (Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi)’yi oluşturduğu ve RAND isimli şirketten Paul Baran’ı bir tehlike anında komuta ve kontrol sisteminin nasıl kesintisiz sürdürüleceğini araştırması için görevlendirdiği bilinmektedir. Tabi ki araştırmasını tamamlayan Baran’ın raporu bir internet ağını işaret edecekti.

1960’lı yılların sonuna doğru Savunma Bakanlığı ARPANET (Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı) adında paket anahtarlama bir ağ tasarlamaya başladı. ARPA tarafından ARPANET’in kontratının BBN’e verilmesinin ardından BBN bir Honeywell mini bilgisayarı ana anahtar olarak seçerek California Üniversitesi’ni Stanford Research Institute (SRI)’ye bağlayan fiziki şebeke inşa etmeyi başardı. BBN tarafından inşa edilen şebeke 50 Kbps (saniyede 50 kilobit veri aktarabilme kapasitesi) gücündeydi. ARPANET üzerinden ilk mesaj, 29 Ekim 1969 tarihinde saat 22.30’da Los Angeles California Üniversitesindeki Profesör Kleinrock’un laboratuvarından, SRI’da bulunan bir bilgisayara gönderildi.

Mart 1972’de ilk e-posta sistemi BBN’den Ray Tomlinson tarafından tasarlandı ve @ (at) insanların hayatına girmeye başladı. 1973 hem TCP/IP isimli protokolün hem de uluslararası ilk internet bağlantısının yapıldığı yıl oldu. 1973’te İngiltere ile Norveç arasında ilk internet bağlantısı aktif oldu. TCP/IP (İletim Kontrol Protokolü ve Internet Protokolü) ise günümüzde hala kullanılıyor ve bilgisayarlar IP (Internet Protokolü) numarası ile webe erişiyor.

1974’te Vint Cerf ve Bob Kahn tarafından ilk kez internet sözcüğü literatüre girerken, 1975’te Microsoft ve ilk ticari – sivil internet erişimi olan TELENET kuruldu. 1976’da Atlantik Paket Uydu Şebekesi (SATNET) olarak isimlendirilen proje uygulamaya konuldu ve SATNET ile birlikte Amerika ve Avrupa ağları birbirine bağlanmış oldu.

1982’de ARPANET’teki standart ağ protokolü TCP/IP olarak kabul edildi. 1980’lerin sonlarına doğru Tim Berners-Lee, World Wide Web üzerine yaptığı çalışmalar modern internete geçişin sinyallerini veriyordu. Tim Berners-Lee bu çalışmalarıyla zenginleştirilmiş metin dokümanlarını çalışmakta bir ağ sistemine entegre etme konusunda ilerleme kaydetti. Bu çalışmalar modern internetin temellerini oluşturacak World Wide Web ve HTML’in geliştirilmesine ışık tutacaktı.

2.4.2.2. Web 1.0

Web 1.0 internetin ilk dönemine verilen isim. World Wide Web, W3, www gibi isimler verilen modern internet 1990’da Tim Berners-Lee tarafından geliştirildi ve CERN’de geliştirilen sistemle ilk internet sitesi açıldı. Sitede HTML ile ilgili bilgilere yer verildi ve bir internet sitesinin nasıl kurulacağı anlatıldı.

İlk internet sitesini web üzerinde açık tutan ilk sunucu özelliğini taşıyan bilgisayar olan NeXT CERN’de sergilenmekte (Şekil 2.12) ve üzerindeki “bu cihaz sunucudur, kapatmayınız” yazısı hala yerini korumaktadır. NeXT isimli sunucu üzerinden ilk modern web sayfası olarak Web 1.0’ı başlatan internet sitesinin bir versiyonu CERN’in internet sitesi üzerinde saklanmaktadır. Berners-Lee’nin ilk internet sitesine <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html> adresinden erişim sağlamak mümkündür.



Şekil 2.12: CERN’de ilk internet sitesinin üzerinde yer aldığı ilk sunucu NeXT.

1990’lı yılların ortalarında sistematik olarak kullanılmaya başlanılan Web’in ilk evresi olarak Web 1.0 kabul edilmektedir. Web 1.0 kavramı, kullanıcıların bilgiye erişimini sağlayan tek yönlü bilgi aktarımını ifade eden ağı temsil etmektedir. Daha çok Web 2.0 tanımından sonra Web 1.0 ismiyle anılan modern web’in ilk evresinde; web sitesini düzenleyen kişi veya kurumun bilgiyi paylaştığı, kullanıcıların bilgiye eriştiği ve tek yönlü bilgi aktarımının olduğu statik bir sistem mevcuttu.

Günümüzün birçok tanıtım sitesinin Web 1.0 evresinde olduğunu söyleyebiliriz. Bir köyün tarihçesinin, muhtar ve ihtiyar heyetinin, fotoğraflarının, nüfus bilgilerinin ve benzeri bilgilerin paylaşıldığı genellikle 4-5 HTML sayfasından oluşan statik web sitelerini buna örnek verebiliriz. Siteye erişen kullanıcılar, söz konusu köyün sitesinden sadece siteyi yöneten kişinin paylaştığı verilere erişebilecek, sitedeki verilere herhangi bir katkıda bulunamayacak veya geri bildirim veremeyecektir. Web 1.0 evresinde internet sitelerinin birçoğu bu şekilde tasarlanıyordu.

Her ne kadar Web 1.0’dan Web 2.0’a geçiş 2006 yılı olarak kabul edilse de 2006 yılının öncesinde de dinamik web sitelerinin tasarlanmaya başladığını ve kullanıcıların etkileşime girebileceği web platformlarının oluşmaya başladığını söyleyebiliriz. 2006 yılının Web 2.0’a geçişin olduğu yıl olarak kabul edilmesini şöyle açıklayabiliriz: Web 1.0 evresinde de Web 2.0’a ait izler bulunuyordu. Fakat web platformlarının önemli bir kısmının kullanıcıların etkileşime girdiği platformlara dönüştürülmesi ve web platformlarının kullanıcının etkileşime gireceği sistemler olarak tasarlanmasının popüler hale gelmesi 2005-2006 yıllarına denk geldi.

Web 1.0 evresine (veya teknolojisine diyebiliriz) ait web sitelerini Web 2.0'dan ayıran temel farklılık Web 1.0'da kullanıcılar tarafından güncellenmesi mümkün olmayan sitelerin sadece webmaster (web uzmanı)'lar tarafından güncellenebilmesiydi.

2.4.2.3. Web 2.0

Zamanla dinamik içerikli sitelerin oluşmasıyla Web 1.0'da durağan olan bilgi, kullanıcının etkileşimiyle şekillenen bilgilere dönüştü. Bu dönüşüm Web 2.0'ın kapılarını açmış oldu.

Statik sitelerin iletişim sayfalarının oluşturulmasıyla başlayan süreç, yorum eklenebilecek sitelere geçiş ve nihayetinde forum siteleri gibi hem sosyal medyanın hem Web 2.0'ın ilk örnekleri arasında gösterilecek siteler kullanıcılarla buluşmaya başladı.

Zaman içerisinde tamamen kullanıcıların oluşturduğu sistemlerin geliştirildiği web dünyası bir nevi çağ atlamıştır. Web 2.0 adı ilk kez Darcy DiNucci tarafından kullanıldı ve Tim O'Reilly tarafından düzenlenen konferans ile 2005 yılında popülaritesi yayıldı. O'Reilly (2005) Web 1.0'daki bazı platformların Web 2.0'da nasıl yeniden şekillendiğini Tablo 2.18'deki gibi ifade etmiştir.

Tablo 2.18: Web 1.0'daki platformların Web 2.0 dönüşümleri (O'Reilly, 2005).

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
Personal websites (kişisel siteler)	Bloggng (bloglar)
Evite	Upcoming.org and EVDB
Domain name speculation	Search engine optimization
Page views (görüntülenme)	Cost per click (tık başı maliyet)
Screen scraping	Web services
Publishing (yayıcılık)	Participation (katılım)
Content management systems (içerik yönetim sistemleri)	Wikiler

Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişte klasik reklam sistemi olan DoubleClick, Google AdSense gibi kullanıcı deneyimlerine göre reklamları şekillendiren bir reklam platformuna dönüştürülmüştür. Britannica Online gibi web kütüphaneleri Wikipedia gibi kullanıcılar tarafından geliştirilen kütüphanelerine yerini bırakmış ve statik, değişmeyen bilginin yerini her an güncellenen ve kullanıcılarla etkileşim halinde olan dinamik bilgi sistemleri almıştır. Bu süreçte klasik içerik yönetim sistemlerinin yerini aynı anda birçok kişinin üzerinde çalışabileceği wiki sistemlerine bırakması gibi önemli değişiklikler yaşanmıştır. Web 1.0'dan Web 2.0'a geçiş teoride önemli değişimleri ifade etmesi kadar, uygulamada da önemli gelişimleri beraberinde getirmiştir. Web 2.0'a geçiş teorik olarak planlanmamış olsa da, her bir web yazılımının tasarımında tasarımcılar tarafından her projede kullanıcı etkileşimi daha ileriye götürülerek tuğla tuğla örülmüştür. Web 2.0'ın teorisi bir nevi küçük parçacıklar olarak web projelerinin tasarlanmasında ortaya çıkmış ve bir süre sonra uygulama alanında kendiliğinden gelişen teorik değişim fazlasıyla fark edilmeye başlanmıştır.

Tablo 2.19: Web 2.0 teknolojileri (Zyl, 2009).

Teknoloji	Açıklama
Web Günlükleri (Bloglar)	Bloglar, kişilerin mesajlarını periyodik olarak yayınlamalarına olanak sağlayan, okuyucuların abone olabildiği, yorum yapabildiği, diğer bloglara bağlantı kurabildiği platformlardır.
Wikiler	Wiki; içeriklerin izni olan kullanıcılar tarafından eklenip çıkartılabildiği ve değiştirilebildiği platformlardır. Wikiler sayfalar arası bağlantı yapılmasına da olanak verir.
Sosyal İşaretleme	Sosyal işaretleme (ya da imleme), kullanıcılar tarafından işaretlenen haber, blog, diğer web sayfalarının diğer kullanıcılar tarafından görülmesine olanak tanır.
Etiketleme	Anahtar kelimelerin kullanılmasıyla web sitelerinde içeriklerin filtrelenerek bulunması sağlanır. Sosyal işaretlemenin bir çeşidi olarak düşünülebilir
RSS (Really Simple Syndication-Çok Basit Birleştirme)	Sıkça güncellenen içerik yayım formatı olan RSS ile kullanıcılar takip etmek istedikleri bültene abone olabilirler. Bu şekilde kullanıcılar takip ettikleri bültenden anlık olarak haberdar olma şansını yakaladı.
İşbirlikçi gerçek zamanlı editör	“Real Time (Gerçek Zamanlı) Editörler” Bir belgenin eşzamanlı farklı kullanıcılar tarafından düzenlenebilmesine olanak tanıyan uygulamalardır.

Tablo 2.19'da görüldüğü gibi Web 2.0 platformlarının bazıları aynı zamanda sosyal medya platformları olarak günümüzde isimlendirilmektedir. Web 2.0 kavramında kullanıcı katılımı fazlasıyla ön plana çıktığı için “Web 2.0” kavramı ile “Sosyal Medya” kavramı yakınlaşmış, hatta zaman zaman Web 2.0 kavramı sosyal medya kavramının

yerine kullanılmıştır. Nitekim Kaplan ve Haenlein (2010) ile Borges (2009) çalışmalarında “Web 2.0”ı sosyal medyanın üzerinde geliştiği bir platform olarak değerlendirmiş ve kavramların birbirinin yerine kullanıldığı, dolayısıyla bir kavram yanılığı olduğu belirtmişlerdir.

Web 2.0 teknolojileri;

- ✚ Kullanıcıların sistematik veri girişi yapmamasından dolayı verilerinin güvenilirliğinin sorgulanması gerekliliği
- ✚ İçeriğin kontrol altına alınmasının güç olması
- ✚ Verinin sistematik olarak sınıflandırılmasının ve veriye sistematik erişimin imkânsız hale gelmesi
- ✚ Kullanıcıların riskli olacak ölçüde zamanı harcadığı web platformlarının ortaya çıkması
- ✚ Telif haklarının kontrol edilmesinin önüne geçilememesi

gibi riskleri de beraberinde getirmektedir. Fakat Web 2.0 ile bilgiyle etkileşimin tüm kullanıcılara açılmasıyla birlikte, literatürdeki bilgi birikiminin ve bilimsel gelişmelerin ivme kazandığı söylenebilir (Hai-Jew, 2015).

Web 2.0 kavramının ortaya çıkmasıyla web artık sadece bilginin arandığı ve tüketildiği bir ortam olmaktan çok üretildiği bir kaynak haline gelmiştir (Çetin, 2010).

Hayatımızın bir parçası haline gelen Web 2.0 sürecini takip edeceği belirtilen Web 3.0 süreci, Web 2.0’ı tamamen unutturacak bir süreç mi olacak yoksa üzerine inşa edilen bir süreç mi olacak bunu zaman gösterecektir. Web 2.0 bir süre sonra muhtemelen geceleri uyku tutmayınca incelenen hesaplar, takipçi sayıları, ilginç bir olayla karşılaşılması halinde hemen paylaşma dürtüsü, internet fenomeni ve benzeri kelimelerin iz bıraktığı bir dönem olarak hatırlanacaktır (Özutku ve diğ., 2014).

2.4.2.4. Web 3.0

Web 2.0’den Web 3.0’a geçişin ne zaman olacağı henüz belli olmasa da şimdiden Web 3.0 tasvir edilmeye başladı. Literatürde birçok çalışma da ismine yer verilen Web 3.0’a geçişin yavaş yavaş başladığı belirtiliyor (Hendler, 2009). Özellikle giyilebilir teknolojiler, insan tepkilerini algılayabilen cihazların gelişimi tasviri yapılan Web 3.0’ın çok uzak olmadığını gösteriyor.

Özellikle giyilebilir teknolojilerde ilerleme kaydedilmesi ve buna paralel olarak yapay zekânın gelişmesi Web 3.0'da tasvir edilen, tamamen insan hayatıyla bütünleşmiş web dünyası için gerekli şartların çoktan oluşmaya başladığını göstermektedir. Web dünyası ile gerçek dünyanın bir nevi birleşimi olarak da tasvir edebileceğimiz Web 3.0'ın çok uzak olmadığını bilmemiz gerekiyor.

Web 3.0 ile gelecekte; evinizi sizin yerine koruyabilen, aracınıza komutlar verebilen, hava durumuna göre sizin yerinize kıyafetinizi seçip giydiren; normal hayatın her alanının web ortamlarına taşındığı ve Web'in gerçek hayatın her alanında bulunduğu, etkileşime girdiği hatta yönettiği bir dönem bizleri beklemektedir. Web 2.0'ın dünya genelinde gerek sosyal gerek bilgi ve iletişim yönünden uyandırdığı etki henüz taze iken gelişmeler Web 3.0'ı işaret etmektedir.

2.4.2. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Latince'de "ortada bulunan, aradaki" anlamlarını taşıyan ve "medium" kelimesinden türetilen "Medya" kelimesi, Türk Dil Kurumu tarafından "büyük iletişim ve yayın organlarının bütününe verilen ad, iletişim ortamı ve kitle iletişim araçlarının tümü" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015). Daha çok iletişimin araçsal yönünü temsil eden medya kavramı son dönemlerde "basın" kavramının yerini almaya başladı.

Televizyon, radyo, telsiz, telgraf, dergi ve gazete gibi birçok kitle iletişim aracının tümünü kapsayan bir kavram olarak günümüzde kullanılan medya kavramı, iletişimin görüntülü, sesli, yazılı vb. şekillerle sağlandığı kitle iletişim araçlarının tümünü kapsayan bir kavram.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle yeni ve devasa bir kitle iletişim aracı olan internet ağı hayatımıza girdi. Günümüzde bilgisayar, cep telefonu, akıllı televizyon, akıllı saat, tablet, kiosk gibi birçok teknolojik cihazın saniyeler içerisinde erişebildiği bir ortam olan internet ortamı ya da başka bir deyişle web yeni bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmaya başlandı.

Önemli bir iletişim aracı olarak kullanılan web ortamları da medyanın bir parçası haline gelirken bazı web ortamları, klasik medya ortamlarında bulunan tek yönlü iletişimin karşılıklı iletişime dönüşmesini sağlaması yönüyle "sosyal medya" olarak adlandırılmaya

başlandı. Bilim insanları, sosyal medyanın örgütsel ilişkilerde, “monologdan diyaloga doğru” bir değişimi ifade ettiğini, bu nedenle de halkla ilişkileri, daha etkileşimli, simetrik ve diyalogsal hale getirme konusunda bir potansiyele sahip olduğunu söylemektedirler (Köseoğlu & Köker, 2014).

En belirgin şekliyle 18. yüzyıl ortalarında Avrupa'nın büyük kentleri olan Paris, Frankfurt gibi kentlerde daha çok burjuvanın finanse ettiği gazeteler olarak ortaya çıkan klasik medya araçları, belirli dönemlerde halkın sesi olurken belirli dönemlerde yönetimin veya muhalif kesimin sesi oldu. Televizyon ya da gazete gibi klasik medya araçlarının yüksek bütçelerle kurulabilmesi veya satın alınabilmesi durumu bu kitle iletişim araçlarının önemli bir dezavantajı olduğunu gözler önüne serdi. Söz konusu medya araçlarının sahibi olan kişi veya grupların isteği doğrultusunda şekillenen yayıncılık, bazı durumlarda objektif olmaktan uzaklaştı ve farklı görüşleri yansıtma konusunda zayıf kaldı. Böylece, klasik medyanın toplumdaki koptuğu eleştirileriyle birlikte onun toplumsal işlevleri sıkça sorgulanır hale geldi (Özutku ve diğ., 2014). Buna karşın sosyal medya ortamları, herhangi bir bütçe olmaksızın toplumdaki herhangi bir vatandaşın sesini duyurabilmesine olanak sağlaması yönüyle, çoğulcu bir medya ortamı olmayı başardı.

İçeriğinin daha çok kullanıcıların oluşturduğu bir ortam olarak göze çarpan sosyal medya, üretenin ve tüketenin aynı kişiler olduğu bir iletişim ortamı olarak nitelenebilir. Yine de önemli sosyal medya platformları olan Facebook, Twitter gibi devasa ortamların yazılımlarının birçoğunun silikon vadisi ürünü olması ve bu platformların yönetiminin ve formatının silikon vadisinin elinde olması, sosyal medya platformlarında asıl belirleyicinin kullanıcılar olması varsayımı karşısında önemli bir eleştiri olarak göze çarpmaktadır.

Sistemik ve kontrollü yayıncılığın yapıldığı bir medya ortamı olmaktan uzak olan sosyal medya platformları birçok yönüyle klasik medyadan ayrılmaktadır. Lincoln (2009), sosyal medya ortamlarının birtakım kitle iletişim araçları bütünü olmaktan daha çok fikir paylaşımında bulunulan, iş birliği yapılan ve katılımcı olmaya dayalı davranışların sergilendiği platformlar olduğunu belirtmektedir. Gelişigüzel, sistemsiz, anlık ve genellikle kontrolsüz (birçok platformda şikâyet halinde kontrol) olarak bilgi iletişiminin sağlandığı bir ortam olarak göze çarpan sosyal medya platformlarının,

geleneksel medya platformlarından ayıran özellikleri “sosyal medya ile geleneksel medya arasında farklılıklar” isimli bölümde daha detaylı olarak ele alınacaktır.

Geleneksel medyanın üstlendiği;

- ✚ Farklı görüş ve fikirleri yansıtma
- ✚ Gündemdeki gelişmeleri aktarma
- ✚ Sanatçıları, yöneticileri ve liderleri takip edilmesi
- ✚ Kamuoyunun güncel olaylara karşı tutumunun yansıtılması

gibi konularda, geleneksel medyanın müşterilerinin gereksinimlerini karşılaması yönüyle, kısa zamanda rakip olacak konuma gelen sosyal medya, birçok kullanıcı için en önemli kitle iletişim aracı olarak günlük yaşamın değişilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın geleneksel medya üzerinde zayıflatıcı gücü olduğuna yönelik çeşitli tespitlerden biri de Hamamcı (2015)’nin çalışmasında ortaya çıkmıştır: Sosyal medya kullanıcıların televizyon izleme alışkanlıklarını incelemek amacı ile yapılan araştırmada 2009 yılından itibaren televizyon izleme süresinin düştüğü tespit edilmiş ve bu düşüşün zamanlamasının sosyal medyanın popüleritesinin artmasıyla ters orantılı olduğuna dikkat çekilmiştir.

Scott ve Jacka (2011 akt. Sarı, 2013) son yıllarda sosyal medyanın insanların büyük ölçüde vakit geçirme yolu olma kimliğinden bireysel ve ortak bir kültüre dönüştüğünü ve internetten bilgi edinmenin tüm dünyada yaygınlaşmasıyla geleneksel medyanın anlamını yitirdiğini belirtmektedir.

Sanal dünyada her gün yeni platformların eklenmesinin yanı sıra farklı platformlarda da yorum sistemleri, özel mesaj sistemleri ek yazılımlarla sosyal ortamların oluşturulmasıyla sosyal medyanın çerçevesi giderek genişlemektedir. Büyük bir hızla büyüyen sosyal medya Correa, Hinsley ve De Zuniga (2010) tarafından katılımcılara iletişim, etkileşim ve paylaşım şansı tanıyan ve sosyal ağ sitelerini de kapsayan “dijital medya” olarak tanımlanmıştır.

Web 2.0’ın hayatımıza girmesiyle sosyal medyanın gelişimi için önemli bir zeminin oluştuğu söylenebilir. Hatta birçok araştırmada Web 2.0’ın ilk örnekleri olan site ve platformların (wikiler, blog sistemleri, sosyal imleme siteleri) birçoğu bugün sosyal medya çatısı altında ele alınmaktadır (Zyl, 2009; O’Reilly, 2005; Tombalak, 2014). Web

2.0'a geçişin yaşandığı yılların hemen akabinde ortaya çıkan ve büyük bir çıkış yakalayan sosyal medya, sadece toplumsal olayların takip edildiği bir alan olmakla kalmamış aynı zamanda kullanıcılar tarafından içeriğin oluşturulduğu bir platform olması yönüyle toplumun nabzının da tutulabileceği bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Sosyal medyayı yalnızca sosyal paylaşım ağlarından oluşan platformlar bütünü olarak tanımlamak oldukça sınırlı bir tutum olacaktır, çünkü sosyal medya; ileti, fotoğraf, video paylaşılabilen sosyal ağlardan, bloglardan, haber sitelerinden, özetle; kullanıcının aktif olduğu pek çok sanal ortamdan meydana gelmektedir (Kızıllarslan, 2012).

Sosyal medya araçlarını blog, wiki, sosyal ağ, mikroblog ve video paylaşım siteleri gibi araçlar olarak gören Chaney (2009), ilişkileri iletişim ve etkileşimleri sosyal yön olarak ele almış ve sosyal medyayı insanların sosyal ilişki kurmasına olanak tanıyan araçlar olarak tanımlamıştır.

Anklam (2009 akt. Kazaka, 2011) sosyallik olgusunun iletişim ve öğrenme kültürüne e-mailler, anlık mesajlaşma platformları ve e-öğrenme platformları gibi araçlarla farklı ve geri dönüşü olmayan bir boyuta taşındığına işaret ederek bu boyutları:

- ✚ **Çevresel farkındalık:** Sosyal çevrede yaşayan insanların ne zaman, nerede ve nasıl olduklarını, sahip oldukları fikirleri ve ailelerini takip etme,
- ✚ **Sorulara yanıt bulma:** Günlük hayattaki herhangi bir soruya sanal sosyal ortamlarda farklı insanların deneyimleri veya bilgileri vasıtasıyla çözüm bulma,
- ✚ **Sosyal ağ yapılandırma:** Sanal sosyal çevreyi belirleme ve sınırlarını çizme şansı. Faaliyetlere ve özel bilgilere kimin ne kadar erişeceğini belirleme.

Mayfield (2008), sosyal medyanın daha iyi anlaşılabilmesi için sosyal medya araçlarında ortak olan şu kavramların bilinmesi gerektiğini belirterek bu kavramları şöyle sıralamıştır:

- ✚ **Katılım:** Sosyal medyada tüm bireyler geribildirimde bulunabilir ve katılım sağlayabilir. Medya (içeriği sunan) ve izleyiciler (içeriği alan) arasında sınırlar erir.
- ✚ **Açıklık:** Sosyal medya, oylama, beğenme, yorum yapma ve bilgi paylaşımına açıktır.

- ✚ **Görüşme** (Diyalog): Geleneksel medya yayın (sunma) ile ilgilenirken sosyal medya görüşme (diyalog) ile ilgilenir.
- ✚ **Topluluk**: Sosyal medya ortak eğilimlere sahip kişilerin topluluklar oluşturmasına ve iletişim kurmasına olanak tanır.
- ✚ **Bağlılık**: Sosyal medya bağlılık ilkesine dayanarak kullanıcıların, diğer web sitelerinin ve kaynakların içeriğini kullanır.

Sosyal medya ile kullanıcıların hayat tarzlarında önemli değişiklikler olmasına rağmen, birçok kullanıcı bu değişikliklere rağmen zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medyada yer almaya ayırmış ve sosyal medya kullanımı kısa zaman içerisinde tahmin edilemeyecek ölçüde bir ivme ile artmıştır.

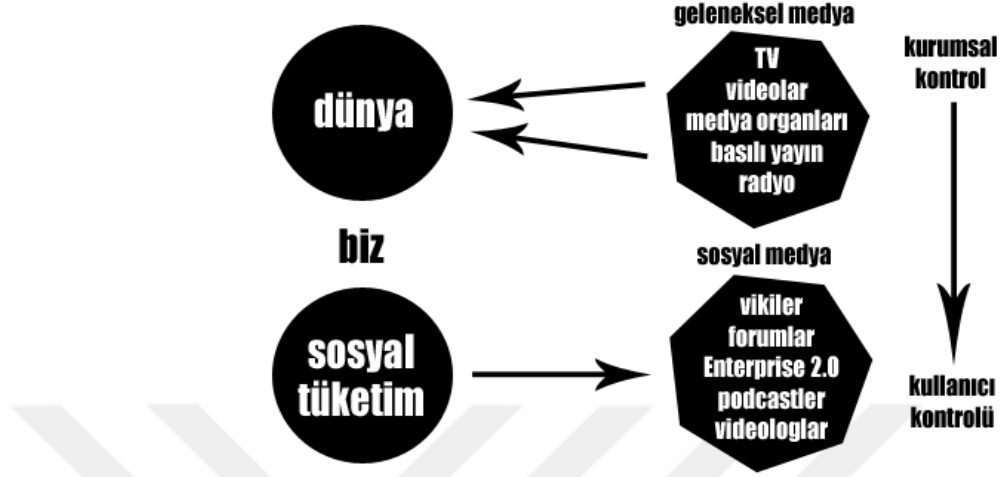
2.4.3. Sosyal Medya İle Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar

Kısa bir zamanda tahmin edilemeyecek bir ivmeyle gelişen ve dünyanın birçok bölgesinde önemli kullanıcı sayılarına ulaşan sosyal medya, yapı olarak geleneksel medyanın sahip olduğu sınırlamalara farklı çözümler sunan fakat beraberinde getirdiği yeniliklerle birlikte çeşitli riskler de taşıyan yeni ve önemli bir kitle iletişim aracıdır. İletişim tarihinde bir devrim olarak da nitelenen (Kızılarıslan, 2012) sosyal medya birçok yönüyle geleneksel medyadan farklı olarak ele alınması gereken bir kitle iletişim aracıdır.

Sosyal medyanın geri dönüt, toplumsal reaksiyonları yansıtma gücü gibi güçlü yönleri ele alındığında geleneksel medyanın doğası gereği bazı konularda sınırlı kaldığını söyleyebiliriz.

Sosyal medya ile geleneksel medya arasında, Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki temel farklılığa benzer bir temel farklılık bulunmaktadır. Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişteki en önemli değişimin kişilerin webmasterların sundukları statik bilgiler yerine kendi oluşturdukları bilgilere erişmesi ve bilgiyi sunan ve erişen kişinin aynı kişi olmaya başlamasına benzer bir durum sosyal medyaya geçişte de mevcuttur. Geleneksel medyada medya araçlarıyla sunulan içeriğe karşı kullanıcı izleyici - okuyucu yani alıcı konumundayken, sosyal medyada kullanıcı içeriği ve de gündemi hem oluşturucu hem de izleyici - okuyucu konumuna geçiş yapmıştır. Yani geleneksel medyadan sosyal medyaya geçişte ve Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişte kullanıcının erişimi - etkileşimi

açısından ve bilginin oluşturulması açısından aynı olmasa da benzer bir değişim yaşandığı söylenebilir.



Şekil 2.13: Sosyal medya ile geleneksel kontrol kurallarının değişimi (Lincoln, 2009).

Lincoln (2009), sosyal medyanın gelişiyile; geleneksel kontrol mekanizmalarında medya kontrolünün kurumların tekelinde olmasının değişerek bu kontrolün tüketici kontrolüne dönüştüğünü belirtmiştir (Şekil 2.13).

Tablo 2.20: Sosyal medya ve geleneksel medyanın farklılıkları (Kızılarıslan, 2012; Özutku ve diğ., 2014).

Sosyal Medya	Geleneksel Medya
İçeriği üreten ve tüketen kullanıcılarıdır.	İçeriği profesyoneller üretir kullanıcılar tüketir.
İçeriği üreten kullanıcılar mekân ve zaman yönünden bağımsızdır.	İçeriği üreten ekip fiziki konum ve zaman yönünden koordine çalışmaktadır.
Herkesin söz hakkı vardır	Söz hakkı tanınanların söz hakkı vardır.
Herhangi bir konu hakkında bilgi veren kişilerin uzman olması gerekmez.	Genellikle bilgilendirmeler yapan kişiler konu ile ilgili deneyimi olan kişiler veya uzmanlarıdır.
Partilerin diledikleri an hedef kitleleriyle buluşabildikleri platformlarıdır.	Partilerin seçim dönemlerinde sık sık reklam yaptığı platformlarıdır.
Bağımlılık fazla zaman harcanması gibi olumsuz yönleri bulunmaktadır.	Bağımlılık oluşturma yönü daha zayıftır.
Kullanıcı siyasi tercihinde özgürdür.	Siyasi konularda dayatmacıdır.
Kullanıcılar iletişim kurarken etkendir ve iletişim sürecinin belirleyicisidir.	Kullanıcılar iletişim süreçlerinde genellikle edilgen, alıcı konumundadır.
Yerleşik kurallar yoktur.	Yerleşik kurallar ve denetim vardır.
İletişim ve yayın yapma ya da gündem oluşturma maliyeti düşüktür.	İletişim ve yayın maliyetleri yüksektir, ayrıca tekil bir geleneksel medya aracı üzerinden gündem oluşturma şansı zayıftır.
Geleneksel medyanın profesyonel yazarları "ekonomik çıkarları için topluma haberler sunan kişiler" olarak görülür.	Sosyal medyanın kullanıcı yazarları "kullanıcılara söylentileri haber olarak sunan amatörler" olarak görülür.
Tepki ve nefret söylemleri daha özgür olarak dile getirilmektedir.	Belirli ölçütlere uyularak tepkilerin ve nefretin dile getirildiği bir çerçeve vardır.

Sosyal Medya'nın interaktif bir iletişim aracı olması, bireylerin sosyalleşme ve sosyal sermayelerine katkısının bulunması, bireylerin daha özgür ve demokratik bir ortamda düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilmeleri gibi olumlu özelliklere sahip olması yaşadığımız zamanın öne çıkan medya aracı olarak kabul görülmesine neden olmaktadır (Babacan ve diğ., 2011).

Hausmann (2012), sosyal medya ile geleneksel medyanın farklarını kavramsal olarak ele alarak, kavramsal ayrımları Tablo 2.21'deki gibi listelemiştir.

Tablo 2.21: Sosyal medya ve geleneksel medyanın kavramsal ayrımları (Hausmann, 2012).

Sosyal Medya	Geleneksel Medya
İki yönlü iletişim	Tek yönlü iletişim
Açık sistem	Kapalı sistem
Şeffaf	Opak (saydam olmayan)
Birebir pazarlama	Kitle pazarlama
Seninle ilgili	Benimle ilgili
Marka ve kullanıcı odaklı içerik	Profesyonel içerik
Özgün içerik	Gösterişli içerik
Özgür platform	Paralı platform
Ölçü: Katılım	Ölçü: Erişim / Sıklık
Aktörler: Kullanıcılar / Etkileyenler	Aktörler / Ünlüler
Toplu karar verme	İktisadi karar verme
Yapılanmamış iletişim	Kontrollü iletişim
Gerçek zamanlı yaratım	Üretim öncesi / Planlı
Yöntem: Aşağıdan yukarıya	Yöntem: Yukarıdan Aşağıya
Gayri resmi dil	Resmi dil
Aktif katılım	Pasif Katılım

Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki farklılıklar konusunda;

- Tek yönlü-çok yönlü iletişim,
- Kullanıcı tabanlı olma-olmama,
- Kontrollü-kontrolsüz içerik,
- Gerçek zamanlı yayın-planlı yayın,

- Düşük-yüksek maliyet,
- Özgür-kısıtlı ifade

gibi temel farklılıkların varlığı hususunda mutabık kalındığı görülebilir. Bu temel farklılıklar klasik medya araçlarının bazı eksik yönlerinin sosyal medya ile kapatılabileceğini göstermektedir. Son dönemlerde geleneksel medya araçlarının birçoğu aynı zamanda sosyal ağları etkili bir şekilde kullandığı görülmektedir. Eşzamanlı olarak geleneksel medya ve sosyal medya üzerinden yayın yapan kuruluşlar daha fazla kişiye hitap etme ve hızlı geri dönüt alma şansı elde etmektedirler.

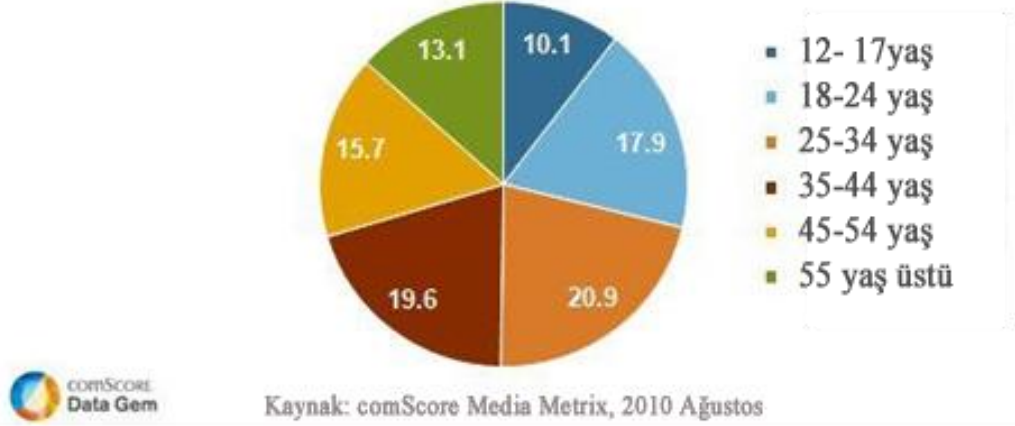
2.4.4. Sosyal Medya Kullanım Oranları

Sosyal medya platformlarının hızlı bir şekilde artması ile birlikte sosyal medya kullanım oranları da önceden tahmin edilemeyecek bir hız ile artış gösterdi. Mobil platformların sosyal medyaya erişimde sunduğu fırsatlar ise sosyal medya kullanım oranlarının hızlı artışında önemli bir etken olarak göze çarpmaktadır.

Fan ve Gordon (2014), sosyal medya kullanım oranları ile ilgili web üzerinden derledikleri bilgileri göz önüne alarak şu tespitlerde bulunmuşlardır:

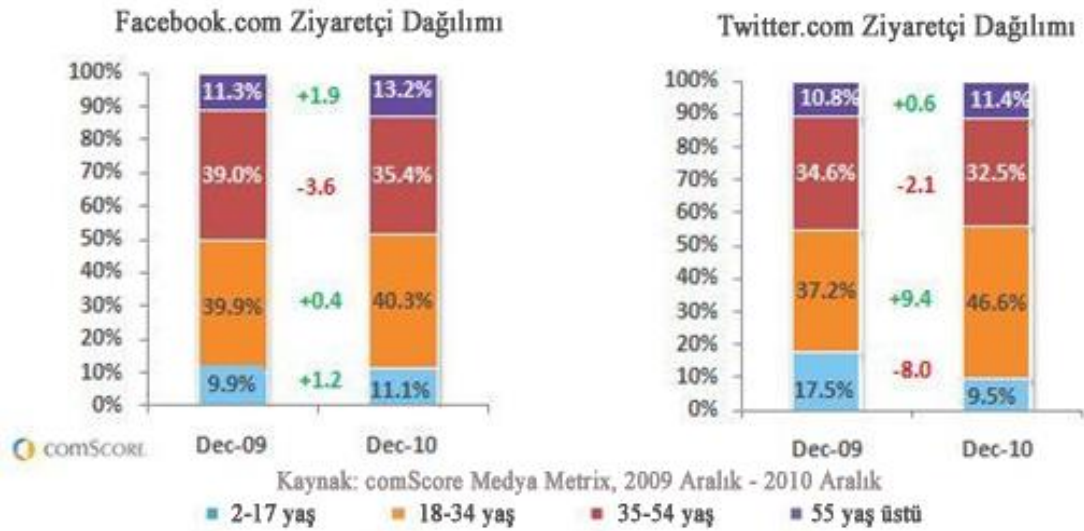
- Sosyal ağlar en popüler internet aktivitesi haline gelmiştir,
- Yetişkinlerin yaklaşık %91'i sosyal medyayı düzenli olarak kullanmaktadır,
- Facebook dünyanın en çok kullanılan, Youtube dünyanın en çok kullanılan üçüncü ve Twitter dünyanın en çok kullanılan onuncu web sitesidir (trafik bağlamında).

Fan ve Gordon (2014) bu tespitlerinin yanı sıra, sosyal medya kullanıcılarının zamanlarının %20'sini bu sosyal ağlarda çevrimiçi olacak şekilde kullandıklarını tespit etmiştir. Facebook'un sadece 2011'in ilk çeyreği ile 2012'nin ilk çeyreği arasında kullanıcı sayısını 170 milyon kişi arttırdığını (%25 artış) ve günde yaklaşık 1 milyar aktif kullanıcının toplamda yaklaşık olarak 20.000 yılı aşkın süreyi Facebook'ta harcadıklarını saptamışlardır. Ayrıca 800 milyon tekil kullanıcının günlük 4 milyar görüntülenme ile Youtube üzerinde toplam 500 yıl kadar bir süreyi harcadıklarını ve yine bir günlük periyotta 140 milyon aktif kullanıcının Twitter üzerinden 340 milyon tweet attığını tespit etmiştir.



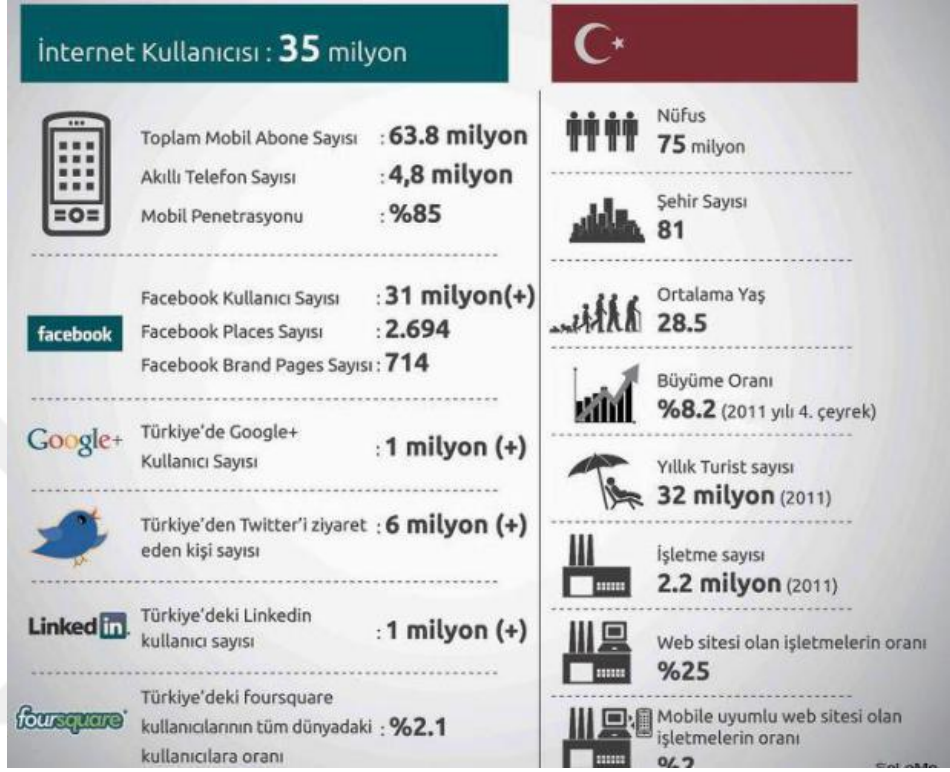
Şekil 2.14: ABD’de Facebook kullanıcılarının yaşa göre dağılımı (comScore, 2010).

Sosyal medya kullanıcılarının büyük bir kısmını gençler ve genç yetişkinler oluştururken, orta yaş ve yaşlı olarak tabir edilecek yaş gruplarının kullanım oranları ise öngörülen oranlarının üzerindedir. Örneğin, comScore (2010) üzerinde yayımlanan bir istatistiğe göre (Şekil 2.14) ABD’de Facebook kullanıcılarının %20.9’u 25-34 yaş, %19.6’sı 35-44 yaş ve %17.9’u 18-24 yaş aralığında yer alıyor. Yine comScore (2011) üzerinde yayımlanan bir diğer istatistikte (Şekil 2.15), Aralık 2010 itibariyle Twitter kullanıcılarının %46’sının Facebook kullanıcılarının ise % 40.3’ünün 18-34 yaş aralığında olduğu görülmektedir.



Şekil 2.15: ABD’de Facebook ve Twitter kullanıcılarının yaşa göre dağılımı (comScore, 2011).

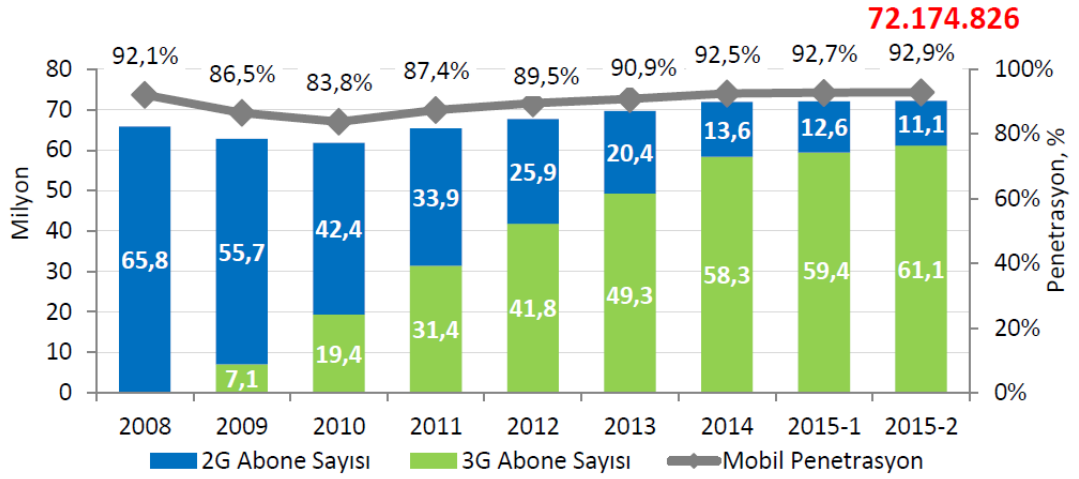
Sosyal medya araçlarının en önemli bölümü olarak kabul edilebilecek olan sosyal ağların dünya üzerinde kullanıcı bakımından en büyüğü olan Facebook'un Türkiye'deki kullanım oranlarının da hızla arttığı görülmektedir.



Şekil 2.16: Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımı (Yıldız, 2012).

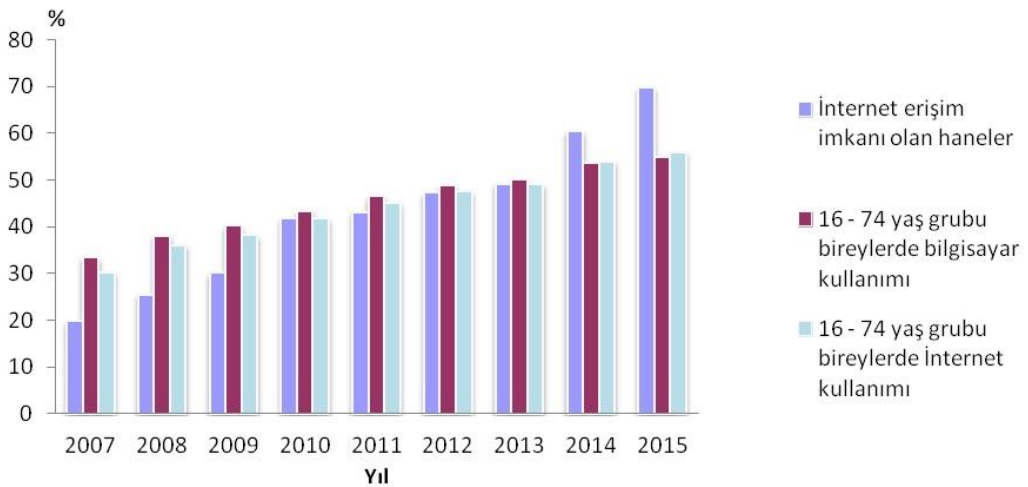
Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımının artışı en büyük sosyal ağlardan biri olan Facebook'un Türkiye'deki kullanıcı sayısının artışıyla da açık bir şekilde görülmektedir. Yıldız (2012)'in paylaştığı verilere göre Türkiye'de; 2012 yılında 31 milyon kullanıcısı olan (Şekil 2.16) Facebook, 2014'te 33 milyon aylık aktif kullanıcıya (Öncel, 2014), 2015 yılında ise 39 milyonu aşkın aylık aktif kullanıcı sayısına ulaşmayı başarmıştır (Kara, 2015).

Aylık aktif kullanıcı sayısı 2015 ilk çeyrek raporuna göre (Fb.com, 2015) 1.44 milyar kişiye ulaşan Facebook'a bağlı diğer sosyal ağlara ait istatistiklere bakıldığında (Yıldız, 2015), aylık 800 milyon aktif WhatsApp kullanıcısı ve aylık 300 milyon aktif Instagram kullanıcısı bulunmaktadır. Bu istatistiklere bakıldığında Facebook çatısı altında bulunan sosyal ağların internet ve mobil internet kullanıcılarının önemli bir kesimine hitap ettiği söylenebilir.



Şekil 2.17: Mobil kullanıcı sayısı ve kullanılan teknolojiler (BTK, 2015).

Sosyal medya kullanım oranlarının artışının web ve mobil web kullanıcı sayısının artışına bağlı olarak ivme kazandığı da söylenebilir. Nitekim Türkiye’de Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’nun (BTK) 2015 ikinci çeyrek raporuna göre 72.174.826 (nüfusun %92,9’u) mobil kullanıcınının 61.076.640’ı 3G teknolojisine sahip (Şekil 2.17), bu da Türkiye nüfusunun yaklaşık %78.6’sının cebinde saniyeler içerisinde webe bağlanabilecekleri akıllı cihazları taşıdıklarını göstermektedir. Ayrıca Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması (TÜİK, 2015)’na göre, hanelerin %69,5’i internet erişim imkânına sahipken (Şekil 2.18), bu hanelerin %37,4’u sabit genişbant bağlantı (ADSL, kablolu internet, fiber vb.) ile internete erişim sağlarken, %58,7’si mobil genişbant bağlantı ile internete erişim sağladı.



Şekil 2.18: Hanelerin internet erişimi ve kullanım oranları (TÜİK, 2015).

Türkiye’de internetin kullanım amaçlarına ilişkin TÜİK (2015) verilerine bakıldığında; 2015 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin %80.9’u sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşırken, bunu %70.2 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, %66.3 ile sağlıkla ilgili bilgi arama, %62.1 ile kendi oluşturduğu metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme, %59.4 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama takip etmiştir. Bu istatistikler arasında sosyal medya üzerinde profil oluşturma oranının %80.9 olması oldukça dikkat çekici bir istatistik olarak göze çarpmaktadır.



Şekil 2.19: Dünya nüfusunun internet, sosyal medya ve mobil kullanımı (Kemp, 2016).

Wearesocial.com tarafından yapılan araştırma (Kemp, 2016), dünya nüfusunun yarısından fazlasının mobil cihaz kullanıcısı olduğunu, yaklaşık yarısının internet kullanıcısı olduğunu ve yaklaşık üçte birinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğunu (Şekil 2.19) göstermektedir.

2.4.5. Sosyal Medyanın Toplumsal Olaylar Üzerindeki Gücü

Günümüzde sosyal ağlar temsili demokrasiden, katılımcı demokrasiye geçişte birincil role sahipler ve her geçen gün yeni yollar açmaktadırlar (Çıldan ve diğ., 2012). Güçlü bir

etkileşimli iletişim teknolojisi olan sosyal medyanın gücü, gerek son yıllarda yaşanan toplumsal olaylarda gerek liderler tarafından etkili kullanılmasıyla fazlasıyla hissedilmeye başlanmıştır.

Occupy Wall Street (Wall Street’i İşgal Et) ve Arap Baharı gibi dünya çapında ses getiren ve bazı ülkelerde rejim değişikliğine kadar uzanan toplumsal olaylar sosyal medyanın gücünü gözler önüne sermiştir. Nitekim bu olaylar ülkemize de sıçramış ve Mayıs 2013’te başlayan ve “Gezi Parkı Olayları” olarak tarihe geçen eylemler ülke geneline yansımış, hemen hemen her şehirde bu olaylara ilişkin eylemler yapılmıştır.

2001 yılında Filipinlerde 1 milyondan fazla vatandaşın “kısa mesajlar” aracılığıyla örgütlenerek EDSA otoyolunu kapatması ile birlikte adı yolsuzluklara karışan ülkenin 13. Cumhurbaşkanı Joseph Estrada’nın görevinin son bulmasına kadar uzanan olaylar, birçok çalışmada farklı bir toplumsal tepki trendinin başlangıcı olarak kabul edilmiştir (Özutku ve diğ., 2014; Shirky, 2011).

Sosyal medyanın etkin olarak kullanıldığı Arap Baharı olarak isimlendirilen olaylarda Tunus, Mısır, Libya, Ürdün, Bahreyn, Cezayir, Yemen ve son yıllarda Suriye’de büyük çapta olaylar meydana gelmiş ve bu olaylar rejimleri, yönetim sistemlerini ve biçimlerini etkilemiştir. Arap Baharı birçok uzman tarafından 21. yüzyılın en büyük olayı ve Arap dünyasında yaşanan en büyük değişim olarak nitelendirilmektedir (Eren & Aydın, 2014).

Sosyal medyanın toplumları etkileme üzerindeki gücü liderlerin dikkatini çekmiş, birçok lider sosyal medya ortamında yer alma ihtiyacı hissetmiş, bazı liderler sosyal medyayı aktif olarak kullanmıştır. Hatta Obama’nın 2008 ABD seçimlerinde sosyal medyayı etkin olarak kullanması sosyal medyanın gücünü bir kez daha gözler önüne sermiştir. Başkan Obama’nın seçim kampanyası sürecinde mail listesinde 13 milyon kişiye, sosyal ağlar aracılığıyla da 5 milyon takipçiye ulaştığını ve 3 milyon çevrimiçi bağışçı bulduğunu görülmektedir (Lutz, 2009 akt. Çıldan ve diğ., 2012).

Sosyal medyanın gelişmesiyle toplum ve liderler arasında bağ kuran sosyal medya araçları da gelişti. Youtube’un 7 milyonu aşkın takipçisi olan World View kanalı liderlere halkın soruları önceden yönelttiği ve liderleri şeffaflık ölçütleri çerçevesinde bu soruları yanıtladığı bir kanal olarak göze çarpmaktadır (Youtube, 2016a). Filipinler Devlet Başkanı Benigno Aquino III, ABD Başkanı Barack Obama, T.C. Cumhurbaşkanı

Abdullah Gül, Ruanda Başkanı Paul Kagame, İngiltere Birleşik Krallık Başbakanı David Cameron, AB Komisyon Başkanı Manuel Barroso gibi birçok liderin konuk olarak röportaj verdiği World View kanalı liderlerin sosyal medyayı ne kadar önemseydiğini göstermektedir.

2.4.6. Sosyal Medya Araçları

Sosyal platformlar, sosyal etkileşimler ve sosyal içeriklerden oluşan sosyal medya (Evans, 2008 akt. Bauer, 2012) çok sayıda platform, içerik ve kanal vasıtasıyla internet kullanıcılarının önemli bir bölümüne hitap etmektedir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformlarının dışında sosyal içerik platformları, sanal dünyalar, bloglar, sosyal oyun platformları, forumlar ve wikiler gibi sosyal etkileşimin olduğu tüm platformları kapsayan sosyal medya (Kietzmann ve diğ., 2011); genellikle insanlar tarafından içeriği geliştirilen ve insanların etkileşimli iletişim kurabildikleri tüm ortamlara kapsayan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Sosyal medya platformları literatürde yer alan çalışmalarda farklı yönleri ele alınarak farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Ortak bir sınıflandırma olmamakla birlikte bu çalışmaların yaptıkları sınıflandırmalar dikkat çektikleri hususlar açısından kayda değerdir.

Mayfield (2008), sosyal medyanın; katılım, açıklık, görüşme-iletişim, topluluk, bağlanabilirlik karakteristiklerinin birçoğunu veya hepsini taşıyan yeni medya çeşitlerinin oluşturduğu grup olarak anlaşılabilirliğini belirterek, sosyal medya platformlarını; sosyal ağlar, bloglar, wikiler, podcastler, forumlar, içerik toplulukları ve mikrobloglar şeklinde kategorize etmiştir.

Safko (2010), sosyal medya araçlarını ve uygulamalarını; çok yönlü, çeşitlendirilmiş, özellik yüklü ve güçlü olarak niteleyerek sosyal medyanın en yaygın kategorilerini şu şekilde sıralamıştır:

- **Sosyal Ağlar:** Bilgi paylaşımı ve diğer insanlarla iletişim kurmak için kullanılacak siteler (Friendster, LinkedIn, Ning, Orkut, Bebo, KickApps, MOLI, Fast Pitch!, Plaxo gibi),
- **Yayınlama Araçları:** Şirket veya ürünler hakkında bilgilerin yayımlandığı siteler. Bloggerlar internet kullanıcılarına herhangi bir konu hakkında kendi

materyallerini yayınlama şansı verir (TypePad, Blogger, Wikipedia and Joomla gibi),

- **Fotoğraf Paylaşımı:** Radar.net, SmugMug, Zoomr, Flickr, Picasa, Photobucket, Twitxr farklı yerlerdeki insanların fotoğraflarını paylaşabileceği siteler,
- **Ses Paylaşımı:** iTunes, Rhapsody ve Podbean gibi kullanıcılarına ses dosyalarını (sadece müzikle sınırlı olmayacak şekilde) paylaşma fırsatını sunan siteler,
- **Video Paylaşımı:** YouTube, Metacafe, Hulu, Viddler gibi video siteleri,
- **Mikrobloglar:** Anlık iletişimde kullanılan ağızdan ağıza yayılma araçları (Twitxr, Twitter, Plurk, Tumblr gibi),
- **Livecasting (Anlık Yayın):** Canlı yayın yapma fırsatı sunan siteler (SHOUTcast, BlogTalkRadio, TalkShoe, Justin.tv, Live365, Periscope gibi),
- **Sanal Dünyalar:** Second Life, ViOS ve Active Worlds gibi ağ üzerinde bireysel kimlik oluşturma, kendini tamamlayan kontrollü bir sanal çevrede başkalarıyla iletişim kurma gibi fırsatlar sunan siteler,
- **Sosyal Oyun Ağları:** Sanal çevreler üzerinde, yarışma özellikleriyle donatılmış oyun şansı sunan platformlar (World of Warcraft, Entropia Universe gibi),
- **Performans (Verimlilik) Uygulamaları:** Süreçlerin yönetiminde organizasyonlara yardım eden platformlar (ReadNotify, Zoho, Zoomerang, Constant Contact, Eventful),
- **Toplayıcı ağlar:** Bilgileri pazar yeri gibi bir araya toplayan platformlar (Digg, Yelp, iGoogle, Reddit, FriendFeed, My Yahoo!, Google Reader gibi),
- **Zengin İçerik Beslemeleri (RSS):** Seçilen web sitelerinde yer alan güncel bilgilerin ve son güncellemeleri sağlayan araç.
- **Arama:** Technorati, Redlasso, EveryZing, MetaTube, Yahoo! Search, IceRocket ve Google Search gibi internet aramalarına yardımcı olan arama motorları,
- **Mobil Uygulamalar:** Kullanışlı sosyal medya tabanlı cep telefonu uygulamaları (Jumbuck, CallWave, airG, Jott ve Brightkite gibi),
- **Kişilerarası İletişim Uygulamaları:** WebEx, iChat, Meebo, Adobe Acrobat Connect ve Skype gibi kişilerarası iletişim fırsatı sunan uygulamalar.

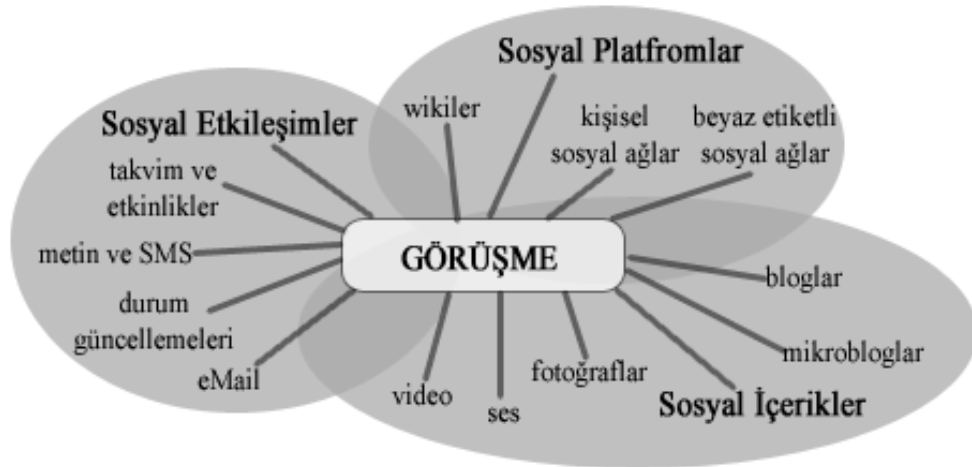
Crowther (2012 akt., Markova, 2014), sosyal medyayı ilişki inşa edilen platformlar, eğlence platformları, içerik dağıtım platformları, puanlama – etiketleme platformları

olmak üzere dört bölümde ele almış ve bu ayrımların çizgilerini katılım, karşılıklı görüşme, paylaşma, yayıncılık olarak belirlemiştir (Şekil 2.20).



Şekil 2.20: Sosyal medya kanalları ve grupları (Crowther, 2012 akt. Markova, 2014).

Evans (2008 akt. Bauer, 2012) sosyal medyayı üç temel kategoriye bölerek (Şekil 2.21) bu ana kategoriye sosyal platformlar, sosyal içerikler ve sosyal etkileşimler olarak ele almış ve denizyıldızı modeli olarak şematize ettiği bu üç temel kategorinin merkezine dönüşüm (conversion) kavramını koymuştur.



Şekil 2.21: Sosyal medya denizyıldızı modeli (Evans, 2008 akt. Bauer, 2012).

Sosyal medya yeni uygulama ve platformlarla sürekli gelişerek hızlı bir şekilde değişmektedir (Markova, 2014). Bu değişim sosyal medya platformlarının bazılarının Orkut.com gibi kısa zamanda yok olması (Pcworld, 2014), bazılarının ise birkaç ay içerisinde milyonlarca kullanıcıya ulaşması (Teknoyo, 2015) anlamına gelmektedir. Kısa zaman içerisinde sosyal medya platformlarının erimesi, yok olması, çoğalması ya da hızla büyümesi bu platformların gruplandırılmasının güçlüğünü gözler önüne sermektedir. Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında sosyal medya araçlarının farklı perspektiflere göre gruplandığı görülmektedir. Bu çalışmada sosyal medya araçları aşağıdaki alt kategoriler altında ele alınacaktır:

- Sosyal ağlar,
- Mikrobloglar,
- Bloglar,
- Wikiler,
- Forumlar,
- Medya paylaşım platformları (video, fotoğraf, ses),
- Sanal dünyalar,
- Sosyal oyun ağları

2.4.6.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, sosyal medya kullanıcılarının hemen hemen hepsine hitap ettikleri ve sosyal bir çevre oluşturma fırsatı verdikleri için, kullanıcı sayısı en büyük sosyal medya araçlarının bulunduğu kategori olması ve birçok sosyal medya aracını kapsayan geniş bir kategori olması yönüyle en popüler sosyal medya kategorisi olarak gösterilebilir.

İnsanlar aileleri ve arkadaşlarıyla iletişime geçebilmek, fotoğraf ya da video gibi çeşitli içerikleri aralarında paylaşabilmek, yeni insanlarla iletişime geçebilmek için sosyal ağların çatısı altında bir araya gelmektedirler. Sosyal ağ kullanıcıları kendi profillerini oluşturma, arkadaşlarıyla iletişim kurma ve karşılıklı paylaşım şansına sahiptirler.

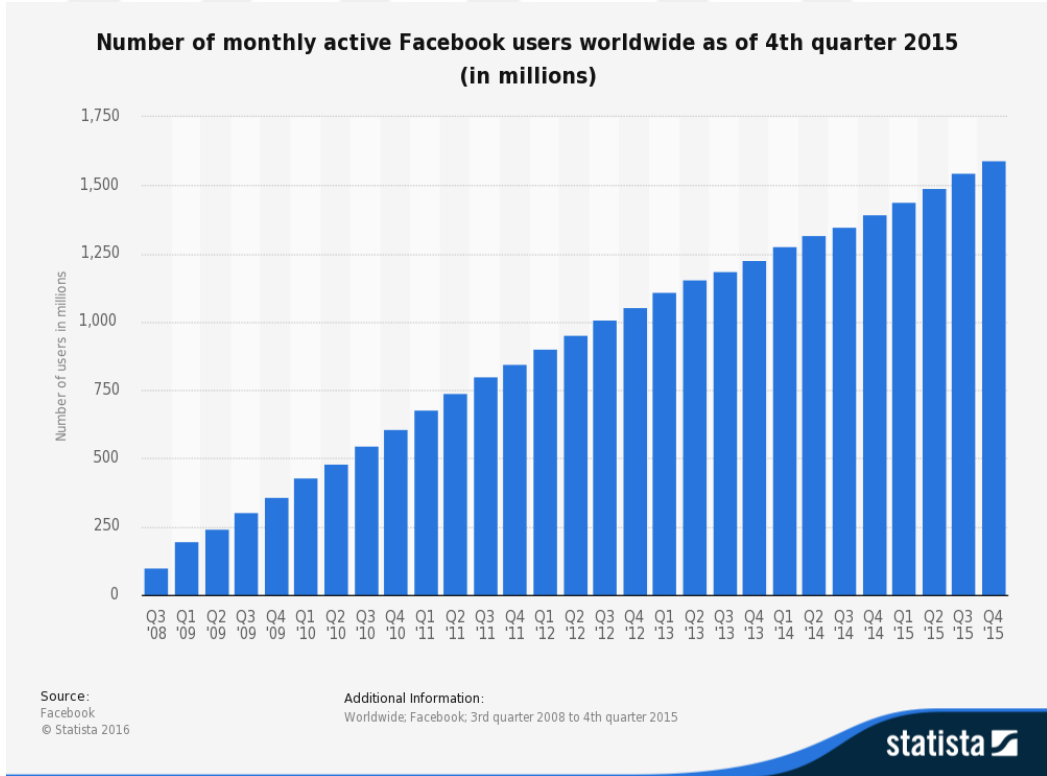
Facebook en fazla kullanıcı sayısına ulaşmış olan devasa bir sosyal ağ olsa da, 2002’de kurulan Friendster ve 2003’te kurulan Myspace sosyal ağların ilkleri arasında gösterilebilir. MySpace, Facebook ortaya çıkana dek hem ABD’de hem de dünyanın birçok ülkesinde en çok kullanılan sosyal ağıdır (Özutku ve diğ., 2014).

Milyonlarca insanın her gün ziyaret ettiği, her biri farklı bir özelliği ile ön plana çıkan, birçok dilde ve birçok bölgede hizmet veren onlarca sosyal medya ağı vardır.

Tablo 2.22: Facebook sosyal medya kimliği (Fb.com, 2016).

Facebook.com		1.59 milyar aktif kullanıcı	
Türü	Sosyal ağ	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	4 Şubat 2004	Kurucusu	Mark Zuckerberg
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Sosyal çevre oluşturma	Kullanım Amacı	Arkadaş ekleme, fotoğraf paylaşma

Bir araştırma şirketi olan comScore (2015)'un verilerine göre dünyanın en büyük sosyal ağı olan Facebook, dünyanın hemen hemen her bölgesinde kullanılan küresel bir sosyal medya aracıdır. Daha çok arkadaş ekleme ve sanal bir sosyal çevre oluşturma yönleriyle dikkat çeken, “ilkokul arkadaşını bul” sloganıyla birçok ülkede hızla yayılan Facebook günümüzde birçok kullanıcısının hayatının bir parçası haline gelmiş durumdadır.



Şekil 2.22: Facebook aylık aktif kullanıcı sayısı (Statista, 2016a).

Fb.com (2016)'da yer alan 2015 Dördüncü Çeyrek Raporu verilerine göre 1,59 milyar aylık aktif kullanıcı sayısına sahip olan Facebook, aynı zamanda 1,44 milyon aylık aktif mobil kullanıcıya sahiptir. Türkiye aylık ortalama 39 milyonu aşkın aktif kullanıcısıyla Facebook ülke nüfusunun yaklaşık yarısının aylık aktif olduğu bir sosyal platformdur.

Facebook Alexa (2016)'nın Türkiye sıralamasına göre Google'dan sonra Türkiye'de ikinci en çok ziyaret edilen site konumunda. Mobil uygulama ile erişimin kolaylaşması, üzerinde çeşitli oyun ve uygulamaların bulunması gibi nedenlerden dolayı Facebook, birçok ülkede insanların en çok vakit geçirdiği siteler arasında yer almayı başarmış devasa bir sosyal ağıdır.

Tablo 2.23: Myspace sosyal medya kimliği (Myspace.com, 2016).

Myspace.com		106 milyonu aşkın kullanıcı	
Türü	Sosyal ağ	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	2002	Kurucusu	Thomas Anderson
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Sosyal çevre oluşturma	Kullanım Amacı	Arkadaş ekleme, müzik, video

İlk küresel sosyal ağlardan biri olan Myspace bir zamanların en çok kullanılan sosyal ağı olma ve Google'ı geçerek 2006 yılında dünyada en çok kullanılan site olma gibi unvanları elinde bulundursa da 2008 yılında Facebook tarafından geçilmesinin (McCarthy, 2008) ardından hızlı bir düşüş sürecine girdi. 2010 yılında girdiği mali krizin ardından birçok ülkede faaliyetlerine son veren ve ofislerini kapatan Myspace 2011 yılında 30 milyon dolar gibi bir bedel ile el değiştirdi (Milliyet, 2011).

Günümüzde Myspace özellikle ünlü olmamış grup ve şarkıcıların herhangi bir ücret almadan şarkılarını siteye yükleyip büyük kitlelere sunmasına imkân vermektedir (Bat, 2012).

LinkedIn (2016), 400 milyonu aşkın kullanıcısıyla 24 farklı dilde hizmet veren bir sosyal medya platformudur. Dünya çapında 30 farklı şehirde 9,200 tam zamanlı çalışmanı olan LinkedIn sosyal ağlar içerisinde iş dünyasına hitap eden küresel bir sosyal ağ olarak dikkatleri üzerine çekiyor.

Tablo 2.24: LinkedIn sosyal medya kimliği (LinkedIn, 2016).

LinkedIn.com		400 milyonu aşkın kullanıcı	
Türü	Sosyal ağ	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	5 Mayıs 2003	Kurucuları	Reid Hoffman ve diğ.
Hitap Ettiği Kesim	Profesyonel İş Dünyası	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Sosyal iş çevreleri, iş deneyimleri, öz geçmiş sayfaları	Kullanım Amacı	Profesyonel iş çevresi oluşturma, iş deneyimleri paylaşma

Kullanıcılarına öz geçmişlerini paylaşma fırsatı veren LinkedIn, kişilerin öz geçmişlerine yazdığı bilgilerin çevresi tarafından onaylanmasına fırsat veren bir profesyonel sosyal ağıdır. Çevresi tarafından doğrulanmış bilgileri içeren öz geçmişlere ortam hazırlayan LinkedIn kurumlara çalışan arama fırsatı sağlamaktadır.

Abhamyan (2015)'in derlediği verilere göre, LinkedIn üzerinde en hızlı büyüyen ülke konumunda olan Türkiye'deki kullanıcı sayısı 4.8 milyona ulaşan LinkedIn üzerinde bugüne kadar dünya genelinde 1 milyondan fazla üye makaleler kaleme alarak iş deneyimlerini paylaştı ve yüklenen paylaşılan 19.7 milyondan fazla slideshare (sanal sunum) ile birçok konuda insanlara yol gösterilmeye çalışıldı.

Tablo 2.25: Google+ sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2015c).

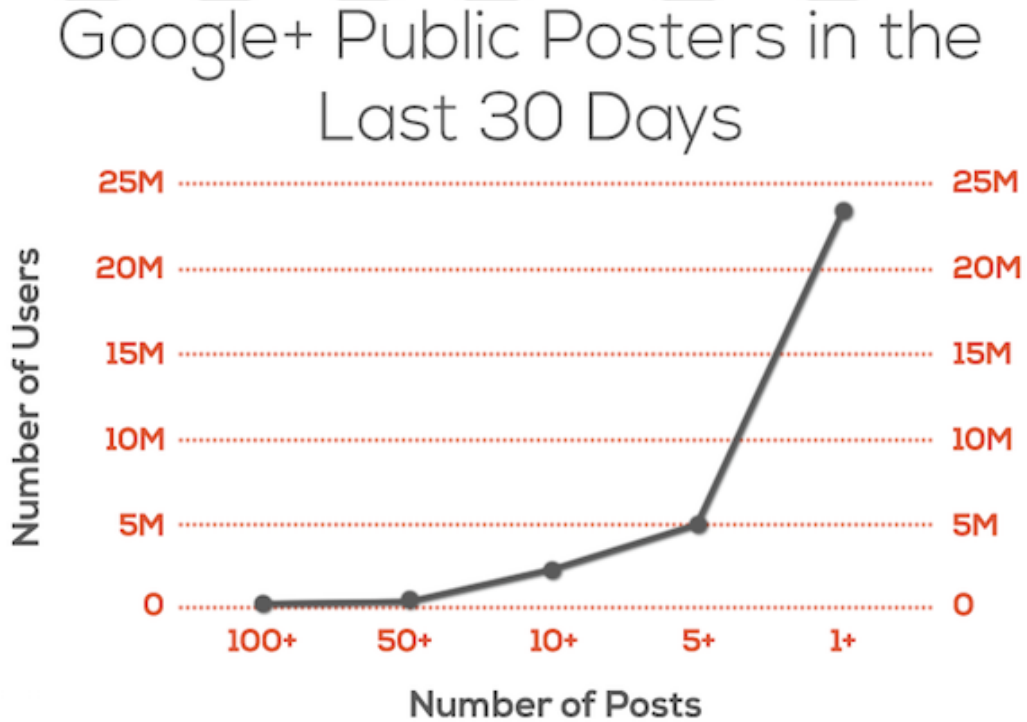
Plus.Google.com		418 milyon aktif kullanıcı	
Türü	Sosyal ağ	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	28 Haziran 2011	Kurucuları	Google
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Sosyal çevre oluşturma	Kullanım Amacı	Fotoğraf paylaşma, sosyal çevre edinme

Google+ açıldığı ilk haftada 10 milyon kullanıcı sayısına ulaşmayı başaran ve arka planında Google gibi dünyanın en büyük teknoloji devlerinden birinin bulunduğu bir sosyal ağıdır. Radyoların 38, televizyonun 13, internetin 4, iPod'un 3, akıllı telefonların 1 yılda ulaştığı 50 milyon kullanıcı barajını 2012 verilerine göre Google+ 6 ayda aşmayı başardı (Özutku ve diğ., 2014).

Google+ her ne kadar çok büyük kullanıcı kitlelerinin kaydolduğu bir sosyal ağ olsa da özellikle Android kullanıcılarının dolaylı yollardan Google+'a yönlendirilmesi gerekse Google+'ın Youtube ve Gmail gibi Google ürünleriyle birlikte kullanılmasının teşvik edilmesi gibi etkenler Google+ kullanıcılarının birçoğunun aktif kullanıcı olmaması sonucunu doğurdu. Bu konu ile ilgili olarak Stone Temple Consulting'in rasgele seçilmiş 516.246 Google+ hesabı üzerinde yaptığı araştırma sonuçları kayda değerdir. Araştırmaya göre test edilen hesapların (Stone Temple Consulting, 2015);

- %91'inin boş hesap olduğu (Bu kullanıcılar sayfalarında umumi herhangi bir gönderi paylaşmamıştır),
- %9.7'sinin aktif olarak kabul edilebilir olduğu,
- Sadece % 3,6'sının toplamda 50 ve üzeri gönderi paylaştığı
- Sadece %1,9'unun toplamda son 30 günde 50 ve üzeri gönderi paylaştığı,

tespit edilmiştir. Yapılan araştırmada (Stone Temple Consulting, 2015) kullanıcıların sadece %0,1'inin, aktif olarak kabul edilen hesapların ise sadece %1,1'inin son 30 günde 100 ve üzeri umumi gönderi paylaştıkları tespit edilmiştir.



Şekil 2.23: Umumi paylaşım yapan Google+ kullanıcıları (Stone Temple Consulting, 2015).

Foursquare (2016)'in paylaştığı verilere göre; her ay 50 milyonu aşkın aktif kullanıcının ziyaret ettiği Foursquare'i ziyaret ediyor ve Foursquare üzerinde paylaşılan 65 milyondan fazla mekân dünya genelinde haritalandırmaları şekillenmektedir. Konum bazlı sosyal çevre oluşturma fırsatı sunan Foursquare aynı zamanda dünya genelinde birçok yerel küçük işletmeye de keşfedilme ve tanınma fırsatı sunan bir sosyal ağdır.

Tablo 2.26: Foursquare sosyal medya kimliği (Foursquare, 2016).

Foursquare.com		50 milyonu aşkın aktif kullanıcı	
Türü	Sosyal ağ	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	2009	Kurucuları	Dennis Crowley ve Naveen Selvadurai
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Konum bazlı sosyal çevre oluşturma	Kullanım Amacı	Check-in, gerçek zamanlı konum paylaşma

Trending seçeneği ile en fazla check-in yapılmış mekânların görülmesi sağlayan Foursquare, arkadaş tavsiyelerinin to-do (yapılacaklar) listesine alınarak daha sonra değerlendirilmesine imkân tanımaktadır.

Küresel boyutta popüler olan sosyal ağların yanı sıra; 228 milyonu aşkın kullanıcısıyla Çin'in Facebook'u Renren (Liu, 2015) veya 348 milyonu aşkın kullanıcısıyla Rus sosyal ağı Vkontakte (Vk.com, 2016) gibi bölgesel hizmet verdiği halde önemli kullanıcı sayılarına ulaşmış küreselleşmemiş sosyal ağlar da mevcuttur.

2.4.6.2. Mikrobloglar

Mikrobloglar, insanların "arkadaşlarına" güncel bilgi vermek amacıyla kısa mesaj yayınlamalarını sağlayan servis olarak tanımlanabilir ve mikroblogların gerçek değeri tek bir gönderide değil, bu gönderilerin toplamında saklıdır (Tombalak, 2014). Mikroblogların diğer bloglardan farkı gündeme dair hızlı, daha sık ve daha kısa mesajlarla fikir ve bilgi akışının sağlanmasıdır.

İlk mikrobloglar tumbleblog olarak adlandırılıyordu, bu terim "why the lucky stiff" isimli kullanıcı tarafından 12 Nisan 2005 tarihinde bir blog gönderisinde kullanılmıştı, 2006-2007 yıllarında Tumblr ve Twitter gibi sitelerin sağladığı hizmetler için mikroblog terimi kullanılmaya başlanmıştır (Aslan, 2011). En yaygın olarak kullanılanları ise Twitter,

Tumblr, Cif2.net, Plurk, Jaiku, identi.ca ve spesifik olarak sıralayabileceğimiz mikroblog siteleri bazı yönlerden blog sitelerinden ve diğer sosyal medya araçlarından farklıdır. Holotescu ve Grosseck (2010) mikroblogların öne çıkan özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

- Fikirlerin ve tepkilerin organize olması için, farklı türlerde söylem ve tartışma seçenekleri sunar.
- Beklenmedik ortamlarda anlık topluluklar oluşmasına fırsat verir.
- Süreç odaklı öğrenmeyi teşvik eden bir işbirlikçi sanal ortamın oluşmasına katkıda bulunur.
- Disiplinler arası çalışmayı kolaylaştırır.
- Öğrenci görüşlerinin değerlendirilmesinde veya proje yönetiminde, işbirliği ve ortak çalışma için kullanışlı bir araçtır.
- Üst biliş (metacognition) için uygun bir platformdur.
- Konferanslar veya diğer etkinlikler için öncelikli platformdur.
- Bilginin yakınsamasında (kümelenmesinde) kullanılır.
- Kişisel bir öğrenme ağı oluşturulmasını kolaylaştırır.
- Konuşma dilinin incelenmesini sağlar (yabancı dil öğrenmede önemlidir).
- Kütüphaneler için kaynak hizmeti sağlayabilir.
- Eğitim-öğretim süreçlerinde etkili bir şekilde kullanılabilir.

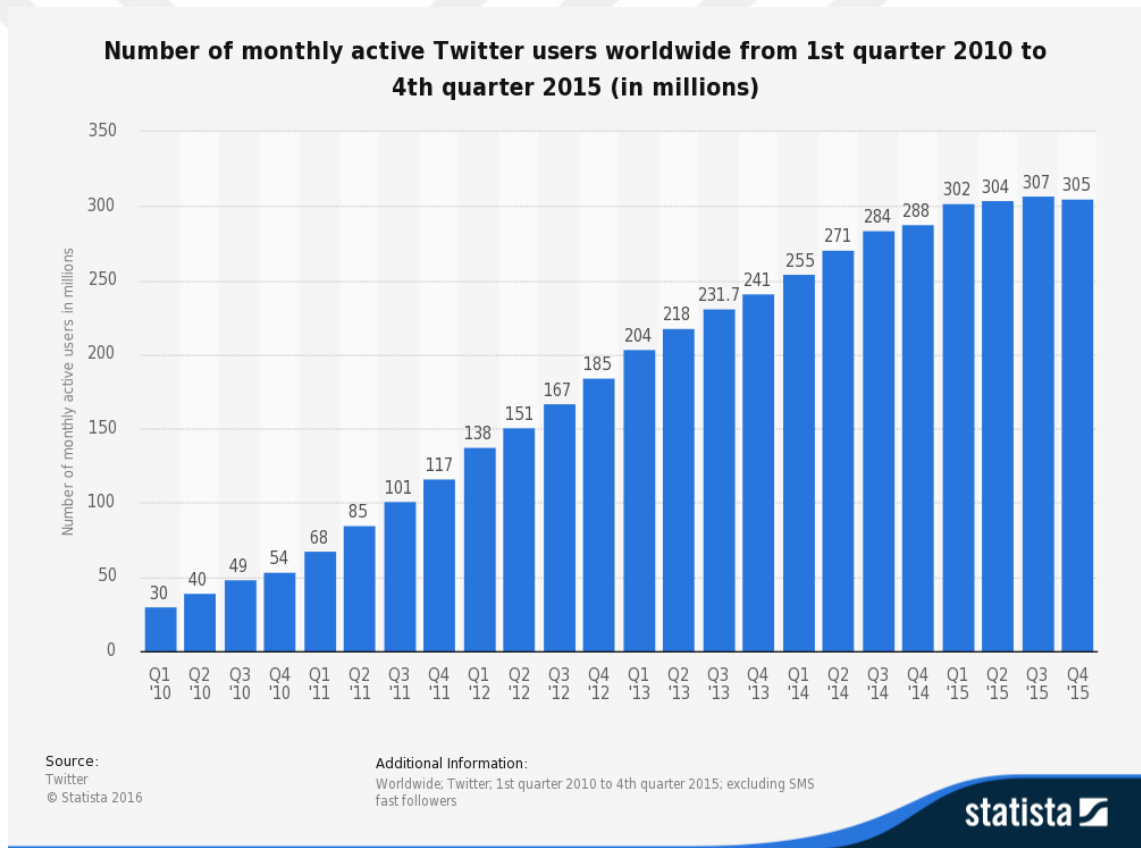
Tablo 2.27: Twitter sosyal medya kimliği (Twitter, 2016a).

Twitter.com		300 milyonu aşkın aktif kullanıcı	
Türü	Mikroblog	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	21 Mart 2006	Kurucuları	Jack Dorsey
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	140 karakterlik kısa tweetler (mesajlar)	Kullanım Amacı	Gündemi takip etme, gündeme dair fikir beyanı, tartışmalara katılma

Gerçek zamanlı bir bilgi ağı olan Twitter en önemli mikroblog siteleri arasında yer almaktadır. Twitter, 320 milyonu aşkın aktif kullanıcısı ve tweetlerin yerleştirildiği siteler üzerinde 1 milyar görüntüleme almasıyla (Twitter, 2016a) geniş kitlelere hitap eden bir mikroblog sitesidir.

Hashtag sistemiyle gündemler oluşmasına fırsat veren ve 140 karakter sınırı olan tweet (cıvılda) ile kısa ve pratik mesajlarla iletişim kurma fırsatı sunan Twitter, 2008 ABD Başkanlık Seçimlerinde Barack Obama tarafından etkin olarak kullanılmasının yanı sıra Arap Baharı gibi küresel bazda etkili olan toplumsal olaylarda da etkin olarak kullanılmıştır.

Twitter, 2015 üçüncü çeyrek raporunda (Twitter, 2016b) 307 milyon aylık aktif kullanıcı sayısı ile en yüksek kullanıcı sayısına ulaşırken 2015 dördüncü çeyrek raporunda (Twitter, 2016b) ilk kez aktif kullanıcı sayısının düşmesiyle 2 milyon aktif kullanıcıyı kaybetti ve 305 milyon aktif kullanıcı sayısına geriledi.



Şekil 2.24: Twitter üzerindeki mikroblog sayısı (Statista, 2016b).

Tumblr üzerinde 279 milyon blog bulunuyor ve bu blog sayfalarında bugüne kadar paylaşılan gönderi sayısı ise 129 milyar. Tumblr'ı diğer bloglardan ayıran önemli özelliği, uzun blog yazılarından sıyrılarak kısa metin parçaları, resim, video ve bağlantıların paylaşıldığı bir mikroblog sitesi olmasıdır (Özutku ve diğ., 2014).

Tablo 2.28: Tumblr sosyal medya kimliği (Tumblr, 2016a).

Tumblr.com		279 milyonu aşkın mikroblog	
Türü	Mikroblog	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	Şubat 2006	Kurucuları	David Karp
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Farklı mikroblog sayfaları oluşturma, Hareketli resim paylaşımı	Kullanım Amacı	Resim ve video paylaşma, gündemi ve popüler konuları takip etme

Kurulduğu günden itibaren hızla gelişen Tumblr, 20 Mayıs 2013'te 1.1 milyar dolar karşılığında Yahoo tarafından satın alındı (Oreskovic ve Saba, 2013). 2013'te 100 milyon mikroblog barajını aşan Tumblr zamanla önemli bir mikroblog sitesi ve sosyal medya aracı olmayı başardı.

Başarılı sanatçı Taylor Swift, Tumblr hesabı üzerinden Apple'a bir mektup yazarak, Apple Music'de 3 aylık deneme süresi için neden parçaların telif hakkı sahiplerine ücret ödenmesi gerektiğini anlattı. Apple'da üst düzey yöneticilerden Eddie Cue, "Seni Duyuyoruz Taylor Swift" diyerek, sanatçılara 3 aylık deneme süresi boyunca da ücretlerinin ödeneceğini duyurdu (Haber Şefi, 2015). Taylor Swift'in telif hakları konusunda Apple'a Tumblr üzerinden tepkisini bir mektup kaleme alarak (Swift, 2015) dile getirmesi ve Apple'ın geri adım atması Tumblr gibi mikroblogların ve sosyal medyanın gücünü bir kez daha kanıtlamış oldu.

Twitter.com Dünya, Türkiye, İstanbul Gündemi (13 Şubat 2016 10:46)

Dünya Gündemi · Değiştir	Türkiye Gündemi · Değiştir	İstanbul Gündemi · Değiştir
#AşkınıGöster Cometto Türkiye sponsorluğunda #InternetFriendsDay #ALDUBValentinesDate #ادبائحب ربحها# #JustoEnElCoraSi #心に残るゲームのOPムービー SEU DENTE É FALSO TINI EN LOS PRE GRAMMYS ESQUADRÃO BBB 한글화 #DiaMundialDeLaRadio	#AşkınıGöster Cometto Türkiye sponsorluğunda #14ŞubattaYalnızlarOlarak #umutlanmalı #BuSaatlerdeEnGüzeli #CumartesiAnneleri568Hafta Aslı Enver Deniz Baykal #InternetFriendsDay İncirlik Ankara Üniversitesi VarOlsun TürkAskeri	#AşkınıGöster Cometto Türkiye sponsorluğunda #14ŞubattaYalnızlarOlarak #umutlanmalı #CumartesiAnneleri568Hafta #BuSaatlerdeEnGüzeli Deniz Baykal #InternetFriendsDay Aslı Enver İncirlik Ankara Üniversitesi VarOlsun TürkAskeri

Şekil 2.25: Twitter Trend In Topics (Twitter, 2016).

Mikrobloglar en pratik sosyal medya araçları olmaları yönüyle ilgi görmektedir. Mikrobloglar genellikle en fazla tartışılan ve paylaşılan konuları hashtag (diyez etiketi)'lerle tespit ederek listeler. Dünyanın en önemli mikroblogları arasında yer alan Twitter bunu trend in topics başlığı ile (Twitter, 2016c) sitenin sol menüsünde listeler. Trend in topics dünya geneli listesi, ülkelere göre liste ve şehirlere göre listeleme şansı sunarak farklı bölgelerde trend olan konuların listelenmesi fırsatını sunar (Şekil 2.25). Diğer bir mikroblog sitesi olan Tumblr ise popüler ve sana önerilerimiz sayfalarıyla (Tumblr, 2016) popüler ya da kullanıcının dikkatini çekeceği düşünülen konuları listeleyerek kullanıcının gündemi takip etmesine olanak verir.

2.4.6.3. Bloglar

Bloglar, 1999 yılında kurulan Blogger adlı bir blog sitesi ile popüler bir hale gelmiş, 2003 yılında Blogger'ın Google tarafından satın alınması ile blogların kullanımını daha da artmıştır (Eldeniz, 2010 akt. Ök, 2013).

Bloglar ürün ve hizmetler hakkında deneyimlerin paylaşıldığı, görüşlerin aktarıldığı, tavsiyelerin sunulduğu ortamlar olarak son derece önem taşırken, blog yazarları da bu etkin yapı içerisinde markalar adına birer kanaat önderi haline dönüşmüşlerdir (Yurttaş, 2011).

WpVirtuoso tarafından bloglar ile ilgili yapılan bir araştırmaya göre (Gaille, 2013);

- ✚ Dünya üzerinde 152 milyonu aşkın blog bulunmakta,
- ✚ Blogların zaman dilimlerine göre okunma oranları şöyle; araştırmaya katılan insanların %79'u ile sabah saatlerinde, %64'ü öğlen saatlerinde, %51'i akşam saatlerinde ve %40'ı ise gece saatlerinde bloglara giriş yapmakta,
- ✚ Araştırmaya katılan insanlar en çok sabah saat 8.00 dolaylarında bloglara yorum bırakmakta,
- ✚ Bloglar araştırmaya katılan insanların %21'ine satın alma süreçlerinde yardım etmekte, %19'unun seçimlerinde ince detayları eğilmesini sağlamakta, %17'sinin bir ürün ve hizmeti keşfetmesini olanak tanımakta, %13'üne bir alımda ilham vermekte ve %19'unun ise çeşitli konularda destek alıp yanıtlar bulmasına yardım etmektedir.

Bloglar literatürde yer alan çalışmalarda farklı şekillerde kategorize edilerek, farklı yönlerden ele alınarak gruplanmaktadır. Mayfield (2008), blogları kullanıcıları ve kullanım amaçlarına göre beşe ayırmıştır:

- ✚ **Kişisel bloglar:** Milyonlarca kişinin günlük yaşamlarına dair kullandıkları bloglar. Yelpazesi oldukça geniş konularda birçok içerik içerirler.
- ✚ **Siyasi bloglar:** Genellikle siyasetle ilgili paylaşımların yapıldığı bloglar. Gelişmeler hakkında yorum eğiliminde olan içerikler içerirler.
- ✚ **İş dünyası blogları:** Birçok profesyonelin ve işadınının kullandığı bloglar. İlgili oldukları kişilerin kendisiyle benzer düşüncelere sahip olanlarla bir ağ kurma ve kişisel profillerini yükseltme şansı verir.
- ✚ **‘Neredeyse medya’ blogları:** Kendi içinde medya işletmelerini andıran, reklam alan, bir ya da birkaç blog yazarı istihdam eden bloglar.
- ✚ **Ana akım medya blogları:** Ana akım medya mensuplarına ait bloglar. Büyük birçok gazete yazarının ve röportörünün şimdilerde kişisel blog sayfaları vardır.

Blogların bir internet sitesi olduğunu söylemek mümkün olsa da, bloglar bir konu hakkında yazmaya ve paylaşmaya istekli olan ve dünyaya uzmanlık alanını anlatmak isteyen biri tarafından yaratılan, devam ettirilen özel bir tür site niteliği göstermektedir (Bat, 2012). Genellikle ters kronolojik sıraya göre yayımlanan makalelerin sıralandığı bloglar web günlükleri ya da weblogs (web blogs) olarak da adlandırılmaktadır.

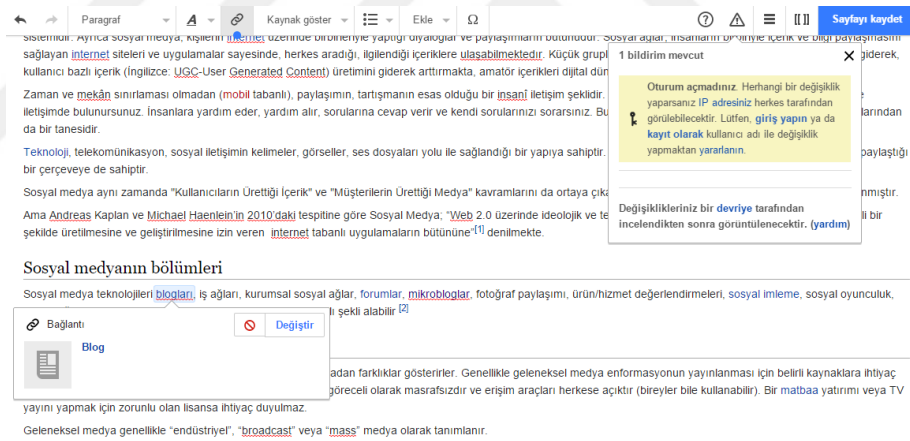
Herhangi bir kodlama ya da yazılım deneyimi olmadan kullanıcılara yazılarını yayınlama fırsatı veren bloglar, ses, görüntü ve video gibi multimedya içeriklerinde paylaşılabilirdiği sosyal medyanın en önemli ayaklarından biridir. Sosyal medya platformları arasında bilginin uzmanlar tarafından paylaşılmasına fırsat veren bloglar, sosyal ağlara göre nispeten veri kaynağının güvenilirliğinin daha yüksek olduğu platformlardır.

2.4.6.4. Wikiler

Bilginin geliştirilmesi etrafında sosyalleşme anlamında, sosyal medyanın belki de en önemli araçları olan wikiler, literatürün internet aracılığıyla hızlı bir şekilde geliştirilmesi için kullanılan sanal kütüphanelerdir. Hawaii dilinde “hızlı” kelimesinin karşılığı olan wiki, Ward Cunningham tarafından WikiWikiWeb ismiyle geliştirilerek internet dünyasına ilk kez 1995’te adım atmıştır. Wikiler bir metin belgesiyle bir web sitesinin birleşimidir ve en basit haliyle diğer herhangi bir web sitesi gibi okunabilen, erişim için

bir ayrıcalık gerektirmeyen, asıl gücünü grupların standart bir web tarayıcısıyla içerik üzerinde işbirliği halinde çalışabilmelerinden alan bir uygulamadır (Dağıtmaç, 2015).

Bir metnin ortak olarak geliştirilmesi, bir konu hakkında ortak fikirlerin paylaşılması ya da tartışılmasıyla karşılaştırılmamalıdır. Bir sosyal ağda paylaşılan bir metne yapılan yorumları dikkate alan kullanıcı yazısındaki hataları görüp güncelleyebilir ya da forum sitelerinde yayımlanan bir metin yine yorumlar aracılığıyla ya da forum yöneticileri aracılığıyla güncellenebilir. Sosyal medya platformlarının birçoğu bir konu hakkında ortak bir fikir geliştirilmesine olanak tanımaktadır fakat wikilerin sunduğu sistem diğer sosyal medya araçlarından oldukça farklıdır. Wiki sistemlerinde sistem kullanıcılarına hatta ziyaretçilere doğrudan metne müdahale şansı tanınmaktadır. Şekil 2.26'da görüldüğü gibi Wikipedia kayıtlı olmayan kullanıcılara değişikliklerin bir devriye tarafından incelendikten sonra görüntüleneceğini belirterek, ziyaretçilere wiki sayfalarını düzenleme olanağı tanımaktadır.

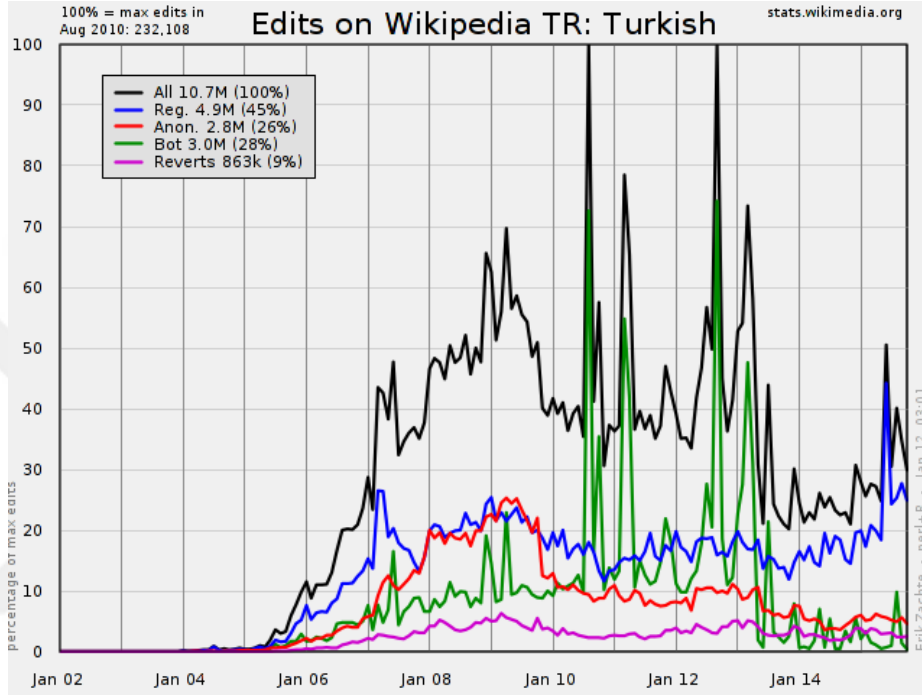


Şekil 2.26: Wikipedia üzerinde bir ziyaretçi güncellemesi (Wikipedia, 2016a).

2001 yılında yayın hayatına başlayan Wikipedia, wiki sitelerinin en çok bilinenidir. Wikipedia'nın paylaştığı verilere göre 133.970 aktif editörün bulunduğu site üzerinde 27 milyonu aşkın kayıtlı editör bulunuyor (Wikipedia, 2016b) ve 27 milyonu aşkın kayıtlı kullanıcının olduğu sanal kütüphanede toplam 38.503.214 wiki sayfası bulunmaktadır (Wikipedia, 2016c).

Wikipedia, gücünü bilginin hızlı güncellenmesinden alıyor. Sanal kütüphaneleri klasik kütüphanelerden farklı kılan en önemli nokta, bilginin durağanlıktan sıyrılıp, anlık güncellemelerle sürekli yenilenmesidir. Bilgilerin, güncellemelerle yaşayan bilgiye

dönüştüğü wikiler için güncellemeler kullanıcılar ve botlar tarafından yapılır. Wikimedia (2015) üzerinde paylaşılan bir grafiğe göre 2002-2014 yılları arasında Wikipedia Türkiye üzerinde yer alan sayfalar toplam 10,7 milyon kez güncellendi bu güncellemelerin; 4,9 milyonu kayıtlı kullanıcılardan, 2,8 milyonu kayıtsız kullanıcılardan, 3 milyonu botlardan ve 863 bini değişikliği geri alma şeklinde gerçekleşti.



Şekil 2.27: Wikipedia Türkiye’de gerçekleşen wiki güncellemeleri (Wikimedia, 2015).

Sanal kütüphaneler internet dünyasında ilk adımlarını atarken, bilginin tüm kullanıcılar tarafından güncellenmesinin taşıyacağı riskler önemli bir soru işaretiydi, Wikipedia’da bu soru işaretlerinin odağındaydı. Ancak korkulduğu gibi, Wikipedia gelişirken güvenilir katılımcılarla art niyetli katılımcılar arasında bir savaş çıkmamıştır ve olumsuz içerikler kolay bir şekilde geri alınabildiğinden sayfayı bozmaya niyetli olanlar zaman ve itibar kaybını göze alamamıştır (Aslan, 2011).

Wikipedia’nın hızlı bir şekilde gelişmesi sanal kütüphanelere olan güveni arttırdı ve sanal kütüphane projeleri artarda yayınlanmaya başlandı. Wikipedia, Wikia.com, Google Sites gibi dünya çapında wiki sistemi sunan sanal kütüphaneler dışında; eğitim ve iş alanları için wiki sistemi sunan PBworks, Atasözleri ve özlü sözler için wiki sistemi sunan Wikiquote gibi özelleşmiş wiki projeleri de mevcut. Örneğin, Walt Disney wiki

uygulaması kullanıcılarına Disney ile işbirlikleri (filmler, film şirketleri, televizyon ağları, karakterler ve daha fazlası) üzerinde makale bulma, yaratma ve düzenleme fırsatını vermektedir (Aytekin, 2011).

2.4.6.5. Forumlar

Forum siteleri belirli kategoriler altında yeni başlıkların açılıp bu başlıkların altına kullanıcıların cevaplar yazabildiği, yönetim kadrosunun diğer sosyal medya araçlarına göre sahada daha çok yer aldığı sosyal medya araçlarıdır. Hiyerarşik bir yönetim sisteminin olduğu forum sitelerinin dikkat çeken yönleri sanal tartışma ortamı, kullanıcı banlama, itibar puanları, konu kilitleme ve kelime bazlı sansür olarak sıralanabilir. Belirli bir konuda çevrimiçi olarak tartışma ve konuşmaların yapıldığı forumlar sayesinde yeni bilgiler edinmek, haberleri öğrenmek, diğer kişilerin düşünce öneri ve tecrübelerinden faydalanmak mümkün olmaktadır (Tombalak, 2014).

Forumlarda tartışmaya açılan konu başlıkları yöneticilerce zaman zaman kilitlenip silinebilmektedir; özellikle politika, din, etnik kimlik gibi hassas konularda tartışma yapılmasına genellikle izin verilmemekte veya çok katı kurallar uygulanmaktadır (Kılıç, 2015). Her forum sitesinin sıkı bir şekilde denetlendiğini söylemenin yanlış olacağını kabul etmekle birlikte, forumların sonradan denetlenen ve bilgileri paylaşma özgürlüğünün bir çerçeve ile sınırlandırıldığı sosyal medya araçları arasında yer aldığı söylenebilir.

Forum sitelerinin gelişimi Facebook ve Twitter gibi sosyal ağların popüler olmasıyla durağanlaşsa da, özellikle belirli bir alana yoğunlaşan forum siteleri popülerliğini korumaya devam etmektedir.

2.4.6.6. Medya Paylaşım Platformları

İnternet, etkili olarak kullanılmaya başlandığı ilk günlerden itibaren, kullanıcıların ortak ilgi alanına giren resim, müzik, video ya da hareketli resimlerin gönderilip alınmasında kullanılıyordu. İnternetin ilerlemesiyle bu bilgi alışverişi önce mail ve ftp (file transfer protocol – dosya aktarım protokolü) ve kişisel web alanları üzerinden yapılmaya başladı. Mail sistemlerinin sağladığı veri aktarım limiti ve ftp yoluyla aktarımın hem güvenlik açısından hem de maliyet açısından tam anlamıyla istenilen performansı verememesi medya paylaşım platformlarının oluşmasına zemin hazırladı. Böylece imageshack resim

yüklenebilen siteler ve rapidshare gibi sıkıştırılmış dosyalarında yüklenebildiği siteler kullanılmaya başlandı. Bu sitelere yüklenen dosyalar forumlar ya da mail adresleri aracılığıyla paylaşılıyordu.

Web 2.0 geçişin olduğu söylenen yıllar olan 2005-2006 yılları (O'Reilly, 2005) aynı zamanda; ilgi duyulan medya içeriklerinin bir sosyal medya ortamı oluşturacak şekilde paylaşıldığı Flickr, Youtube, Picasa gibi sitelerin yeni yeni duyulmaya ve yaygınlaşmaya başladığı yıllar oldu.

Medya paylaşım platformlarının ilkleri arasında yer alan ve internet üzerinden medya paylaşımına farklı bir nitelik kazandıran sitelerin sayısı günümüzde oldukça fazla. Multimedya içeriklerin paylaşıldığı siteler üzerinden yapılan paylaşımlarda yüklenen fotoğraflar ve videolar sadece dosya gönderilen ya da mail atılan kişiyle değil tüm insanlarla paylaşımına izin veriyor, bu site bir sanal sosyal ortamın oluşmasına olanak tanıyor. Multimedya içeriklerinin saklanması ve paylaşılmasını mümkün kılan medya paylaşım siteleri, sosyal medya içinde en hızlı şekilde büyüyen alanlardan biridir ve bu popüler platformlar, bireylerin sadece içerikleri tüketen değil, aynı zamanda aktif olarak web içeriğinin üretimine kitlesel ölçekte katkıda bulunan bireyler olmalarını mümkün kılmaktadır (Dağıtmaç, 2015).

Diğer sosyal medya araçlarının aksine medya paylaşım sitelerinde ilgi genellikle bilginin ve medyanın kaynağından çok kendisine yöneliktir, yani genellikle önemli olan içeriği kimin paylaştığı değil ne paylaştığıdır. Medya paylaşım siteleri diğer sosyal medya araçlarına oranla kişiselden çok toplumsaldır, çünkü insanların asıl amacı “neye, nerede, nasıl yaptıkları” gibi bilgileri paylaşmak değil, tanıyan tanımayan herkesi ilgilendirecek bir şeyi paylaşmak yani bilgi alışverişinde bulunmaktır (Aslan, 2011).

Medya paylaşım sitelerinin ortaya çıkış zamanını iki önemli etki açısından ele almak gerekmektedir. Birincisi, forum siteleri gibi sosyal ortamların popüler hale gelmesi ve Web 2.0 teknolojilerinin popüler olmaya başlaması, tasarlanan web platformlarının kullanıcı etkileşimine ve sanal sosyal ortamların oluşmasına açık olmasını teşvik etti. İkinci olarak, internet medya paylaşım sistemlerini kaldırarak hıza erişti. Medya paylaşım sitelerinin özellikle video sitelerinin birkaç yıl önce ortaya çıkması, o yıllardaki veri aktarım hızını ve maliyetini düşürsek, imkânsızdı.

Sosyal medya araçları içerisinde video paylaşım araçlarının özel bir yeri var hiç şüphesiz; çünkü görsel unsurların etkisi yadsınmaz, dolayısıyla video paylaşım araçları şeklinde ortaya çıkan gücün dünyada yarattığı devasa etki birçok ülke ve bölgede kendini derinden hissettirdi (Özutku ve diğ., 2014). Medya paylaşım sitelerinin etkin kullanımı özellikle mobil teknolojilerin gelişmesiyle daha büyük bir ivme kazanmış durumdadır.

Medya paylaşım sitelerinin birçoğu artık hem görüntü hem video paylaşma olanağı sunmaktadır. Bunun yanı sıra Facebook ve Twitter gibi sosyal medya devleri, medya paylaşımına oldukça önem vermektedir. Twitter 2013 yılında Vine isimli kısa video paylaşım platformunu hizmete açtı (Tutal, 2013). Facebook ise 2012 yılında 1 milyar dolar ödeyerek popüler fotoğraf paylaşım platformu Instagram'ı satın aldı (Eyidilli, 2012). Video alanında da önemli adımlar atan Facebook, site içerisinde yayımlanan videoların embed kodları ile başka sitelerde yayımlanmasının önünü açtı (Kural, 2015).

Tablo 2.29: Youtube sosyal medya kimliği (Youtube, 2016b).

Youtube.com		1 milyar kullanıcı	
Türü	Video Platformu	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	Mayıs 2005	Kurucuları	S. Chen, C. Hurley ve J. Karim
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanılan Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Uzun metrajlı video paylaşımı	Kullanım Amacı	Video paylaşımı, müzik dinleme, dizi izleme

2005 yılında bir video barındırma sitesi olarak kurulan Youtube kısa zamanda oldukça popüler bir platform haline geldi. Youtube'un 2005 yılında açılıp daha sonra 2006 yılında Google tarafından satın alınması sosyal medyanın kilometre taşlarından birisidir (Dağıtmaç, 2015). Youtube bugün Google ve Facebook'un ardından en fazla ziyaret edilen site konumunda.

Kullanıcıların inanılmaz bir performans ile içerik ürettiği Youtube'un kullanıcılarına izlenen reklamlardan pay vermeye başlaması yeni bir sektörün oluşmasının önünü açtı. Youtube iş ortağı programı sayesinde yüklediği videolardan hatırı sayılı paralar kazanan kullanıcıların bazıları bu işi meslek haline getirmektedir. Bazı televizyon kanalları ise programlarının ve dizilerinin tekrarlarını Youtube'a yükleyerek yayınlarından gelir elde etme yoluna gitmektedir. Youtube'un içeriği iş ortağı programıyla hızla büyümektedir.

Smith (2016) tarafından derlenen verilere göre; Youtube'un 1 milyar kullanıcısı var, günde 4 milyar video görüntülenmesi oluyor, dakikada 300 saatlik video yükleniyor, Youtube üzerinde en çok kazanan kullanıcı 12 milyon dolar PewPieDie, şimdiye kadar en çok izlenen video ise 2,5 milyar görüntülenme ise Gangnam Style.

Tablo 2.30: Dailymotion sosyal medya kimliği (Dailymotion, 2016).

Dailymotion.com		300 milyon aylık aktif kullanıcı	
Türü	Video Platformu	Menşei	Fransa
Açılış Tarihi	5 Şubat 2004 (Yayın: 15 Mart 2005)	Kurucuları	Benjamin Bejbaum ve Olivier Poitrey
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Uzun metrajlı video paylaşımı	Kullanım Amacı	Video paylaşımı, müzik dinleme, dizi izleme

Dailymotion her ay 300 milyon kullanıcınının 3,5 milyar video izlediği oldukça kapsamlı bir video paylaşım platformu (Dailymotion, 2016). Fransa kökenli Dailymotion Youtube'dan sonra en çok ziyaret edilen ikinci video paylaşım platformu olarak bilinmektedir.

Dailymotion ve Youtube dışında Vimeo gibi küresel, VidoVodo gibi Türkiye menşeli birçok video paylaşım sitesi mevcuttur. Kullanıcıların video paylaşım platformlarından en önemli beklentileri ise, aradıklarını videoları bulabilmek ve videoları hız problemi yaşamadan izleyebilmektir.

Tablo 2.31: Instagram sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2016i).

Instagram.com		400 milyon aylık aktif kullanıcı	
Türü	Resim Platformu	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	6 Ekim 2010	Kurucuları	K. Systrom ve M. Krieger
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Fotoğraf ve video paylaşımı, ilgi alanlarını takip etme	Kullanım Amacı	Resim ve video paylaşma, sosyal çevre oluşturma

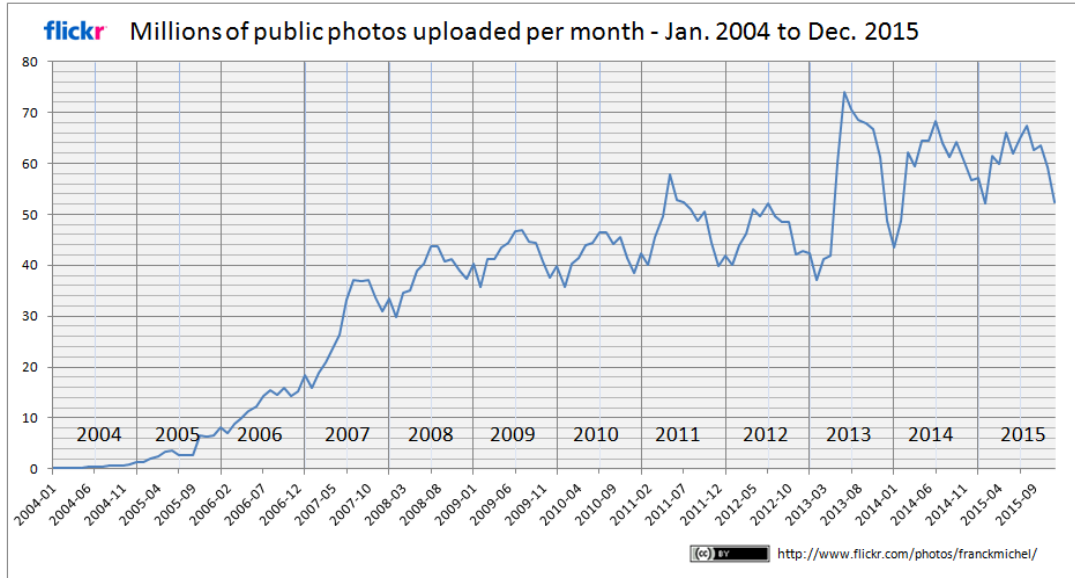
2010 yılında San Francisco Systrom ve Krieger tarafından kurulan Instagram kısa zaman içerisinde popüler bir fotoğraf paylaşım platformu haline gelmiştir. Facebook'un %3 büyüdüğü 2013 yılında %23 büyümeye kaydeden (Knibbs, 2014) Instagram'ın Facebook

tarafından satın alınmasının (Eyidilli, 2012) büyümesinde önemli bir etken olduğu söylenebilir. Instagram sadece fotoğraf paylaşılan bir ortam çerçevesinden 2013 yılında sıyrılmıştır. Instagram'a 2013'te video özelliği eklenmiş, özelliğin eklenmesinin ardından 24 saat içerisinde 5 milyon video Instagram'a yüklenmiştir (Küstür, 2013). Bugün Instagram neredeyse yarım milyar aylık aktif kullanıcısı olan önemli bir sosyal medya platformu konumundadır.

Tablo 2.32: Flickr sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2016e).

Flickr.com		112 milyonu aşkın kullanıcı	
Türü	Resim Platformu	Menşei	ABD
Açılış Tarihi	10 Şubat 2004	Kurucuları	Ludicorp
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Fotoğraf ve video paylaşımı, geniş fotoğraf depolama alanı	Kullanım Amacı	Resim paylaşma, gündemi takip etme, video paylaşma

Medya paylaşım platformlarının ilkleri arasında yer alan Flickr, 2004'te Ludicorp isimli şirket tarafından geliştirildi. Mart 2005'te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınan (Wikipedia, 2016e) Flickr, ücretsiz kullanıcılara 1 terabayta kadar fotoğraf yükleme şansı sunan önemli bir fotoğraf paylaşım platformudur.



Şekil 2.28: Flickr'a aylık yüklenen fotoğraf sayısı (Michel, 2016).

Nisan 2008'den itibaren video paylaşımına da izin veren Flickr, önemli bir medya paylaşım platformu olarak göze çarpmaktadır. 2015 yılında aylık ortalama 60 milyonu aşkın (toplam 728.891.005) fotoğraf yüklenen (Şekil 2.28) Flickr'a günde yaklaşık 2 milyon fotoğraf yüklenmektedir.

Pek çok kaynakta medya paylaşım araçları arasında gösterilmese de 2002'de hizmet vermeye başlayan Google'ın medya paylaşım sistemi Picasa ilk medya paylaşım ortamlarından birisidir (Chun ve diğ., 2010; Popescu, 2014; Genç, 2010). Google geçtiğimiz günlerde aldığı bir karar ile Picasa'yı pasif hale getirmektedir (Ertunç, 2016), Google Picasa'nın yerine artık sadece Google Fotoğraflara odaklanacak.

Tablo 2.33: SoundCloud sosyal medya kimliği (SoundCloud, 2016).

Soundcloud.com		170 milyon aylık aktif kullanıcı	
Türü	Ses Platformu	Menşei	İsveç - Almanya
Açılış Tarihi	2008	Kurucuları	Alexander Ljung ve Eric Wahlforss
Hitap Ettiği Kesim	Herkes (13+ Yaş)	Kullanıldığı Bölgeler	Küresel Kullanım
Öne Çıkan Yönü	Ses kaydı paylaşımı, dinleyici kitlelerine ulaşma	Kullanım Amacı	Ses kaydı yükleme, paylaşma, dinleme, indirme

Almanya merkezli SoundCloud, önemli bir ses kaydı paylaşım ağı. 170 milyon aylık kullanıcıya hizmet veren SoundCloud üzerinde 10 milyonu aşkın müzik yapan sanatçı var ve SoundCloud üzerinde 100 milyonu aşkın kayıt yayınlanmaktadır (DMR, 2015). Mayıs 2010'da kullanıcı sayısının 1 milyonu geçtiği duyurulan medya paylaşım platformu SoundCloud, ses kayıtlarının yer aldığı oldukça geniş ve kapsamlı bir arşiv niteliğindedir.

Günümüzde gerek yerel gerek küresel medya paylaşım platformlarının sayısı oldukça fazladır ve bu platformlar hitap ettiği kesim ve çalışma sistemi açısından fazlasıyla çeşitlilik göstermektedir.

2.4.6.7. Sanal Dünyalar

Sanal dünyalar, kullanıcıların kendilerini temsil eden üç boyutlu avaturları tanımlayarak birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşim halinde olmalarını sağlayan ve süreklilik arz eden

bilgisayar tabanlı simülasyon ortamlarıdır, bu ortamlarda kişiler, gerçek hayattakine benzer şekilde istedikleri gibi hareket etme imkânına sahiptirler (Tombalak, 2014).

Sanal dünyaların kullanıcıları, güçlü, derin ve bağlı bir topluluğa aidiyet hissi içinde olurlar, bu çevrimiçi topluluk içinde sanal etkinlikler dahi düzenlenebilir (Çetin, 2010).

2003 yılında Rosedale tarafından kurulan Second Life internet kullanıcılarına 3 boyutlu bir sanal dünya sunmaktadır. Her yıl gerçek dünya parasıyla 60 milyon dolar ödeme alan kullanıcıların oluşturduğu Second Life’ın aylık 900 bin aktif kullanıcısı vardır ve Second Life’taki sanal ekonomide yıllık gayri safi hâsıla 500 milyon doları aşmaktadır (Weinberger, 2015).

Tablo 2.34: Second Life sosyal medya kimliği (Wikipedia, 2015d).

Secondlife.com		42 milyonu aşkın kullanıcı	
Türü	<i>Sanal Dünya</i>	Menşei	<i>ABD</i>
Açılış Tarihi	<i>2003</i>	Kurucuları	<i>Philip Rosedale</i>
Hitap Ettiği Kesim	<i>Herkes (13+ Yaş)</i>	Kullanıldığı Bölgeler	<i>Küresel Kullanım</i>
Öne Çıkan Yönü	<i>Sanal bir yaşam ortamı</i>	Kullanım Amacı	<i>Sanal çevre edinme, Sanal bir dünya kurma</i>

Para kazanmak, yemek, içmek, gezmek, futbol oynamak gibi gerçek dünyadaki faaliyetlerin tamamının sanal bir ortamda yapılmasına olanak tanıyan Second Life, aynı zamanda kullanıcılarına arkadaşlar edinerek kendi çevresini oluşturma ve sanal sosyal bir çevre edinme fırsatı sunmaktadır. Toplulukları ve sosyal etkileşimi teşvik eden Second Life sosyal medyanın farklı bir formu olarak kabul ediliyor, bununla birlikte Second Life çevrimiçi medyanın birçok yeni formuna benzese de kendi başına bir kategori olarak rahatlıkla kabul edilebilir (Mayfield, 2008).

Second Life’in sunduğu sosyal ortam bazı çalışmalarda ise bir eğitim ortamına dönüştürülmüştür. Can ve Şimşek (2015), Second Life üzerinden sanal eğitim ile ilgili yaptıkları çalışmada; İstanbul Üniversitesi Hasan Ali Yücel Fakültesi İngilizce Öğretmenliği öğrencileri ile tasarlanan sanal eğitim merkezinde bir sanal öğrenme ortamı üzerinden eğitim yapmıştır. Araştırmanın bulgularına göre (Can ve Şimşek, 2015);

- Sanal ortamda çevresinde hareketli olmak zor değildir. Katılımcıların çoğu ortamı etkin bir şekilde dokunarak keşfetmiştir.
- Katılımcıların %79'u etkileşimin genel olarak doğal olduğunu belirtmiştir.
- Ortamda 3D görseller bulunduğundan %85 katılım sağlanmıştır.
- Katılımcıların %64'ü sanal ortam deneyimlerini gerçek dünya deneyimleri ile tutarlı olduğunu ifade etmiştir.
- Öğrencilerin büyük çoğunun sanal ortama ilgisinin olduğu gözlemlenmiş ve öğrenci katılım oldukça yüksek seviyede gerçekleşmiştir.
- Öğrenciler bazı teknik sorunlarla karşılaşılmasına rağmen dersleri Second Life Platformu üzerinden yürütmeyi tercih etmiştir.
- Derse katılımın artmasıyla ilginin yükseldiği gözlemlenmiştir.



Şekil 2.29: Second Life üzerindeki sanal öğrenme ortamı (Can ve Şimşek, 2015).

Şimşek ve Deniz (2015), yaptıkları çalışmada matematik eğitiminde Second Life'ı sanal öğrenme ortamı olarak kullanmış, çalışmada ortaokul üçüncü sınıf öğrencilerinin okul dışında bilgiye erişimi ve oyunlar yoluyla eğitim almasına, somut bir şekilde öğrencilerin matematik dersinde 3D nesnelere görmesine olanak tanınarak bunların öğrenci tutumlarını nasıl etkilediği aydınlatılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonrasında Second Life ortamında geliştirilen 3D materyallerin konunun daha iyi anlaşılmasını sağladığı ve akademik başarı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Şimşek ve Deniz, 2015).

Second Life gerçek dünyanın birebir taklit edildiği üç boyutlu sanal bir dünya olması yönüyle, kullanıcılarına gerçek yaşamdaki fiziksel aktivitelerini yapma şansı tanınmasının yanı sıra gerçek yaşamındaki sosyal çevresinde olduğu gibi arkadaşlıklar edinme, sohbet etme, sosyal etkinliklere katılma gibi fırsatlar da sunmaktadır. Sanal dünyaların ve bu dünyalar üzerinde sosyal etkileşimin sağlandığı platformlar ise her geçen gün artmakta. IMVU, Entropia Universe ve Twinity gibi uygulamalar Second Life gibi sanal bir dünya sunan uygulamalardan sadece birkaçıdır.

2.4.7. Sosyal Medyaya Yönelik Eleştirel Yaklaşımlar

Sosyal medyaya yönelik eleştirel yaklaşımlarda genellikle telif hakları, özel yaşamın gizliliği, siber zorbalık, cinsel içerikli paylaşımlara açık olma, zaman kaybı gibi negatif faktörlere işaret edilmektedir. Ayrıca sosyal medyanın toplumsal yozlaşmaya dolaylı yoldan neden olduğu ya da ortam hazırladığına ilişkin tespitler yapılmaktadır. Hükümetlerin sosyal medya aracılığıyla insanları kategorize etmesine dikkat çekilerek sosyal hayatta sahte bir demokratikleşme algısı yaratıldığına mercek tutulmaktadır.

O'Keeffe ve Clarke-Pearson (2011), gençlerin sosyal medya kullanımındaki risklerin yetişkinlerin kullanımından daha fazla olduğunu belirterek bu riskleri şu başlıklar altında toplamıştır:

- **Siber zorbalık ve çevrimiçi taciz:** Tüm gençler için en yaygın risk olan siber zorbalık aynı zamanda bir akranlar arası risktir. Online taciz ve siber zorbalık birbirinin yerine kullanılabilen kavramlardır.
- **Cinsel içerikli paylaşımlar (sexting):** Mobil cihazlar, bilgisayar ve diğer dijital cihazlar yoluyla cinsel içerikli mesajların, görsellerin veya fotoğrafların gönderilmesi, alınması veya nakledilmesi olarak tanımlanabilecek olan sexting, faillerin ya da adı karışanların okuldan uzaklaştırılmasına ve ruh sağlığı problemleri yaşamasına neden olur. Birçok durumda sexting olayı, çoğunlukla bir çiftin veya küçük bir grubun arasında gerçekleşir ve rahatsız edici boyutlara ulaşmaz (Lenhart, 2009).
- **Facebook Bunalımı:** Çocuklar ve gençlerin Facebook gibi sosyal medya siteleri için zamanının büyük bir bölümünü ayırması nedeniyle depresyonun klasik

belirtilerinin ortaya çıkması olarak tanımlanabilir. Bazı ergenler için çevrimiçi yaşamın yoğunluğu bunalımı tetikleyici bir faktördür.

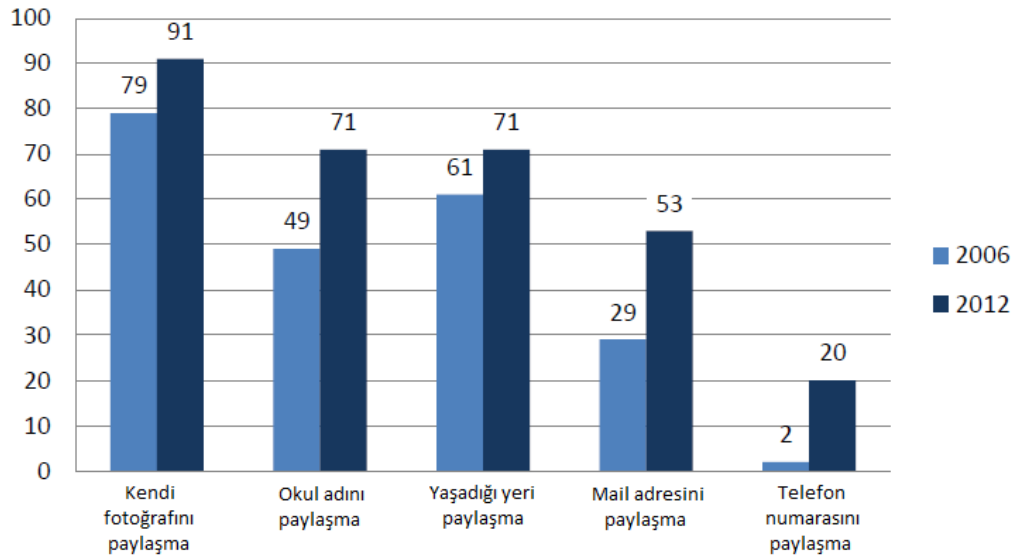
O'Keeffe ve Clarke-Pearson (2011) çalışmalarında ayrıca sosyal medyanın gençler için taşıdığı risklerin dışında diğer risklerin; “eşler ya da akranlar arası riskler, çevrimiçi gizlilik sorunları ile ilgili anlayış eksiklikleri, üçüncü taraf reklam gruplarının dış etkileri, uygunsuz içerik riskleri” olarak kategorize edilebileceğini belirtmiştir.

Sosyal medyanın kamuoyu oluşumundaki rolü ve muhtemel riskleri ele alan Eren ve Aydın (2014), sosyal medya ile gelen tehditleri şöyle sıralamıştır:

1. *Sosyal mühendislik saldırıları*: Sosyal medyanın toplumsal olayların hızlı ve kolay organize edilmesine olanak sağlaması, ülke içinden ve dışından veya ikisinin işbirliğine dayalı sosyal mühendislik saldırıları düzenlenmesini kolaylaştırmaktadır.
2. *Provokasyon, dezenformasyon ve tahrik*: Sosyal medyanın provokasyon, dezenformasyon ve tahrik imkânlarından ve özel yaşamdan ticarete, kişisel amaçlardan grup veya farklı ülkelerin istihbarat amaçlarına kadar hemen her alanda karşı tarafa belli bir düşünce, tutum veya davranışı benimsetmek imkânlarından yararlanılabilmektedir.
3. *Bağımlılık*: Ülkelerin geleceği genç nesillerdir. Bu nesillerin, oyunlar, filmler veya sosyal medya araçlarına bağımlı hale getirilmesi baslı basına büyük bir tehdittir.
4. *Akıllı telefonların zamandan ve mekândan bağımsız biçimde kullanılabilmesi*: Akıllı telefonlar ile sosyal medyaya bağlanmanın zaman ve kemandan bağımsız olması ile denetim ve kontrolün zorlaşması, bireylerin tekel yapılar, organize örgütler ve istihbarat birimlerince yönlendirilmesi daha kolay hale getirmektedir.
5. *Özel yaşama ve aileye yönelik tehditler*: Sosyal medya üzerinde özgürce hakaret ve en aykırı fikirleri ortaya koyma durumu ile birlikte insanlar gerçek isimlerini ve bilgilerini paylaştıkları ortamlarda da kendilerini göstermeye başlamışlardır. Facebook gibi sosyal ağlar kullanıcılarını gerçek isim bilgi kullanması konusunda teşvik etmiş hatta kullanmayanların profillerini iptal etme tehdidinde bulunmuşlardır. Bu profillerin oluşması ile kişiler, kullanıcı olarak yarattığı sosyal medyada yayınlanan her içeriğin eninde sonunda halka mal olması ve art niyetli

insanlar veya çıkar grupları tarafından kullanılabilir hale gelinebildiği görülmüştür.

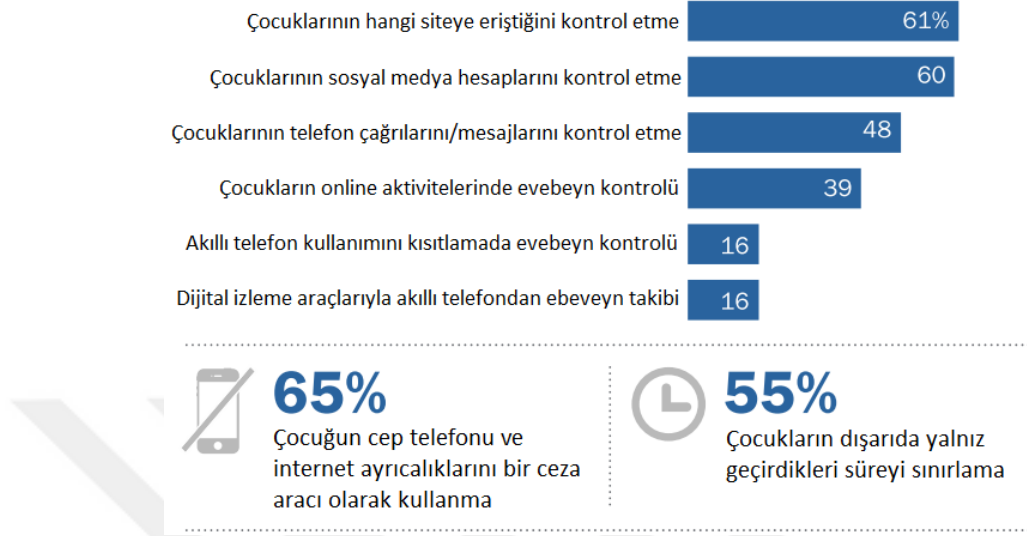
6. *Tehlikeli bilgi paylaşımı ve manipülasyon*: Her ne kadar bireylere bilgi ve iletişim alanında geniş özgürlükler sunsa da, sosyal medya, tehlikeli bilgilerin belli bir denetim süzgecinden geçirilmeksizin paylaşılmasına aracılık etmesi nedeniyle, toplumsal düzen, istikrar ve güvenlik açılarından büyük riskler de taşımaktadır.
7. *Ekonomik riskler*: Sosyal medya, iş dünyasında özellikle çalışanların zamanlarını, enerjilerini ve dikkatlerini çaldığı için ekonomik zararlara da yol açmaktadır. Ayrıca devletlerin ve şirketlerin mahrem bilgilerinin üçüncü kişilerin eline geçmesine olanak sağladığı için de sosyal medya bir risk faktörü olarak değerlendirilebilir.



Şekil 2.30: Gençlerin sosyal medyada paylaştığı bilgiler (Madden ve diğ., 2013).

Children's Online Privacy Protection Act (COPPA)'e göre 13 yaş altı çocukların sosyal medyaya erişiminin ailelerinin kontrolünde gerçekleştirilmesi gerekir (COPPA, 1998). Birçok sosyal medya platformu kayıt aşamasında 13 yaş altı doğum tarihlerini kabul etmemektedir. Böyle bir yaş sınırlamasının olması çocukların ve ergenlik öncesi dönemdeki gençlerin sosyal medyaya erişiminde ailenin denetiminin ve kontrolünün önemini göstermektedir. Nitekim yapılan araştırmalar (Madden ve diğ., 2013; Anderson, 2016) gençlerin ve çocukların kişisel bilgilerini internette paylaşmaya açık olduğunu ve

ebeveynlerin çocukların sosyal medya kullanımını sınırladıklarını ve kontrol altında tutmaya çalıştıklarını ortaya koymuştur (Şekil 2.30-31).



Şekil 2.31: Gençlerin sosyal medya kullanımında ebeveyn kontrolü (Madden ve diğ., 2013).

Gençler ve yetişkinler için, hatta bazı durumlarda çocuklar için, kolaylıkla cinsel içerikli paylaşımların yapılabileceği ve bu paylaşımlara erişimin sağlanabileceği bir ortam olan sosyal medya bu yönüyle toplumsal yozlaşmaya ortam hazırlayacak bir araç olarak görülebilir. Evet, sosyal medyanın bağımlılık oluşturmak, zaman kaybına yol açmak, uyuşturucu madde satışına aracılık etmek, hakaretler ve tehditlerin iletilmesi ve yayılması, doğruluğu teyit edilmeyen haberlerin paylaşılması gibi birtakım toplumsal sonuçları olan negatif yönleri bulunabilir (Özutku ve diğ., 2014).

Williams (2012), “Facebook evliliğimi mahvetti” başlıklı tezinde sosyal medyanın evlilikler için taşıdığı risklere mercek tutmuş ve mesajların, durum güncellemelerinin, duvar gönderilerinin, arkadaş eklemelerin, eski partnerlerle iletişime geçme fırsatının ilişkilerde gerginliğe sebebiyet verdiğini tespit etmiştir.

Kızıarslan (2012), sosyal medyanın toplum üzerindeki etkilerine irdelediği çalışmasında; sosyal medyanın başlangıçtaki eğlence, haberleşme gibi işlevlerini veri toplama işlevine bıraktığı ve çeşitli otoritelerin sistematik olarak sosyal medya üzerinden veri topladığı, sosyal medya yoluyla insanların sınıflandırıldığına dikkat çekmiştir. Kızıarslan (2012), sosyal medyada katılımcı demokrasiye katkı sağlama amacıyla insanların düşüncelerini

paylaşmadan önce iki kez düşünmek zorunda kalmasını işaret ederek, sanal bir demokrasinin oluştuğunu söylemenin yanlış olmayacağını belirtmiştir.

2.5. E-BELEDİYE FAALİYETLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Son yıllarda web 2.0, sosyal medya ve diğer teknolojilerde etkileyici ve çoğunlukla beklenmedik büyüme olması; birçok vatandaşın bu teknolojileri ve araçları “yaşam kalitesinde yeni bir boyut ve günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak düşünmeye başlaması” ile sonuçlandı (Glasco, 2012).

Günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak görülen bu teknolojilere ve iletişim araçlarına kamu yönetimi organlarının uzak kalması, sadece güncellikten uzak kalmak anlamına değil, aynı zamanda hemen hemen her hanede en az bir birey ile doğrudan iletişim kurabilme fırsatını kaçırmaması anlamına gelmektedir. Belediyelerin, sistemli ve denetimli bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanmaları bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Sosyal medya teknolojileri, yönetsel iş alanına, katılımın sağlandığı ve geliştirilen kamu hizmetlerinin hayata geçirildiği platformlar olarak giriş yapmaya başlamıştır (Oliveira ve Welch, 2013) ve belediyeler için sosyal medya kullanımı, vatandaşlarla etkili iletişim kurma, hızlı dönüt alma ve halkın görüşlerinin–eğilimlerinin tespiti açısından, önemli bir fırsata dönüşmüştür (Golbeck ve diğ., 2010; Graham ve diğ., 2015; Mossberger ve diğ., 2013; Agostino, 2013).

Sosyal medya araçları üzerinden belediye hizmetlerini sunma ve kamu ile etkili iletişim kurma fırsatlarına sahip olan belediyeler aynı zamanda, doğru sosyal medyanın doğru ve etkili kullanımı ile daha katılımcı, daha şeffaf, daha demokratik ve daha hesap verebilir bir yönetim anlayışını hayata geçirme şansına da sahiptirler (Golbeck ve diğ., 2010; Bonsón ve diğ., 2012).

Bonsón ve diğ. (2012) “Yerel E-devlet 2.0: Sosyal Medya ve Belediyelerde Kurumsal Yönetişim” isimli çalışmalarında Web 2.0’ın ve Sosyal Medyanın belediyeler için faydalarını ele almış ve bu teknolojileri, özelliklerini ve faydalarını Tablo 2.35’deki gibi listelemiştir.

Tablo 2.35: Web 2.0 ve sosyal medyanın belediyelerde kullanımı (Bonsón ve diğ., 2012).

Web 2.0 teknolojisi	Özellikler	Yararları
İçerik beslemesi	Geleneksel web sitelerinde ya da sosyal medya platformlarında kullanıcılar güncellemeleri otomatik olarak alabilir.	Haber, doküman, ses dosyası (belediye toplantısı gibi) veya video gibi içeriklerin resmi web site üzerinden dağıtımına olanak verir. Kullanıcılar belediye meclisi ile ilgili bütün bilgileri almak için abone olabilir.
Widget'lar	Son kullanıcı tarafından bir web sitesi üzerinde kurulan ve yayımlayan küçük uygulamalar kanalıyla materyallerin (yazı, resim, video, grafik gibi) web sayfalarına dâhil edilmesidir. Widget'lar bir web kaynağından bilgilerin başka sayfalara veya cihazlara dağıtıldığı araçlardır.	Resmi web site üzerindeki içeriğin (haber, doküman hatta ses dosyası veya video) dağıtımına olanak verir. Kullanıcılar bir içerik beslemesine abone olmak yerine, kendi sayfalarına bir Widget kodu yerleştirerek belediyeden bütün haberleri otomatik olarak alabilirler.
Paylaşım ve imleme	Kullanıcıların içeriği arkadaşlarına göndermesine ve onların sosyal medya platformlarına içerik bağlantısı vasıtasıyla otomatik olarak bağlanmasına olanak tanıyan, geleneksel sitelerde veya sosyal medya platformları üzerinde yer alan yazılım araçlarıdır.	Resmi web site kullanıcılarına kendi sosyal medya platformları üzerinde içeriği paylaşma fırsatı sunarak, kent konseyi ve bu konsey tarafından hazırlanan içeriğin görünürlüğünü artırma şansı tanır.
Mashup'lar⁴	Sosyal medya platformları ya da farklı siteler üzerinde farklı geleneksel ve Web 2.0 teknolojisinin ve hizmetinin kombinasyonudur.	Bu teknoloji kent konseyinin farklı dış platformlar üzerindeki bazı resmi web sitelere, videolara, haritalara, dokümanlara ve sunumlara entegre edilmesi imkanını verir.
Sosyal Medya Platformları	Özellikler	Yararları
Bloglar	Son yazıların ilk yazılanların üstünde yer aldığı günlükler, kullanıcılara etkili bir şekilde yazdıklarını kontrol etme imkânı verir. Birçok blog kullanıcılara farklı içeriklere yorum yazma fırsatı sunma yönünden interaktiftir.	Yerel yönetimler blogları kullanarak farklı paydaşların (vatandaşlar, ziyaretçiler, çalışanlar, sosyal ve çevresel faaliyetlerden yararlananlar gibi) değerli görüşlerini toplayabilir. Bloglar sosyal sorunların önceden tespit edilmesi ve yeni hizmetler ve girişimler için fikir edinme yönlerinden değerli bir araç olabilir.
Wikiler	Kullanıcılara genel veya özel bir konuda bilgiyi paylaşma ve sınıflandırma olanağı tanıyarak içeriği gerçek zamanlı düzelme şansı sunar.	Wikiler bilgilerin ortak geliştirilmesi içindir ve halkın işbirliğiyle şehrin mirasının yayılması gibi çeşitli amaçlarla kullanılabilirler. Belediyeler wikileri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve benzer projeler ile ilgili diyalogun başlatılması için etkili olarak kullanabilir.
Sosyal Ağlar	Kullanıcılara arkadaşlarıyla bağlantı kurma ve kendi topluluklarını yönetme, fotoğraf – doya – haber ve metin paylaşma, paylaşılan içerik ve dosyaları değerlendirme şansı tanır.	Gelecek nesil tarafından sosyal ağlar; bilgi ve içeriklerin analiz edilmesi ve dağıtımı için geliştirilmiş araçları, toplulukları ve bu toplulukların görüşlerini barındıran bir resmi web sitesi olarak nitelendirilebilir.

Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin sosyal medya kullanımına göz attığımızda, belediyelerin hemen hemen hepsinin sosyal ağlarda var olma çabası içinde olduğunu görebiliyoruz, bu çaba Tablo 2.36'da daha açık olarak görülmektedir. Tablo 2.36'ya

⁴ Mashup birbirinden bağımsız web servisi sağlayıcılarının uygulamalarının bir araya getirilerek yeni bir uygulama oluşturulmasıdır.

bakıldığında büyükşehir belediyelerinin; %96.6'sının (Mardin Büyükşehir Belediyesi hariç hepsi) resmi web sitelerinde en az bir ve %93.3'ünün resmi web sitelerinde en az iki resmi sosyal ağ hesabı bulunduğu görülmektedir.

Tablo 2.36: Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin sosyal ağ kullanımları.*

Belediye	Facebook	Twitter	Google+	Youtube	Flickr	Instagram	Belediye	Facebook	Twitter	Google+	Youtube	Flickr	Instagram
<i>Adana Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✓	✓	✗	✗	<i>Kayseri Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗
<i>Ankara Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✓	<i>Kocaeli Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✓
<i>Antalya Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗	<i>Konya Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Aydın Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗	<i>Malatya Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✓
<i>Balıkesir Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗	<i>Manisa Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✓
<i>Bursa Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗	<i>Mardin Büyükşehir Bld.</i>	✗	✗	✗	✗	✗	✗
<i>Denizli Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✓	✗	✗	✗	<i>Mersin Büyükşehir Bld.</i>	✓	✗	✗	✗	✗	✗
<i>Diyarbakır Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗	<i>Muğla Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗
<i>Erzurum Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗	<i>Ordu Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Eskişehir Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗	<i>Sakarya Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗
<i>Gaziantep Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗	<i>Samsun Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✗
<i>Hatay Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✓	✓	✗	✗	<i>Şanlıurfa Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✓	✓	✗	✓
<i>İstanbul Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✓	✗	<i>Tekirdağ Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✓
<i>İzmir Büyükşehir Bld.</i>	✓	✗	✗	✗	✗	✓	<i>Trabzon Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗
<i>K.Maraş Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✓	✗	✓	<i>Van Büyükşehir Bld.</i>	✓	✓	✗	✗	✗	✗

* Belediyelerin resmi web sayfalarında belirtilen resmi sosyal ağ hesapları dikkate alınmıştır⁵.

Büyükşehirlerin hemen hemen hepsinde en az bir sosyal ağın kullanılıyor oluşu, Türkiye'de özellikle büyükşehir belediyelerinin sosyal ağlar üzerinden erişilebilir olduğunu göstermektedir.

⁵ Bazı belediye sitelerinde birtakım sosyal ağların mini ikonları bulunduğu halde bu ikonlara sosyal ağ bağlantısı eklenmediği görülmüştür. Bu durum ilgili belediyenin ikonu yerleştirilen sosyal ağa yakın bir zaman diliminde katılmayı düşündüğünü göstermektedir. Ayrıca bazı belediyelerin dışarıdan yazılım satın almasıyla, bu ikonların site içeriğinde otomatik olarak yer aldığı da düşünülebilir.

3. MALZEME VE YÖNTEM

Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim ve ilkeleri açısından etkilerinin araştırıldığı çalışmada kullanılan ölçeğin geliştirilmesi, ön test aşamasından geçirilmesi, güvenilirlik – geçerlilik analizleri bu bölümde ele alınacaktır. Ayrıca örneklemin belirlenmesinde, verilerin toplanmasında ve analizinde kullanılan yöntemler ele alınarak incelenecektir.

4.1. ÇALIŞMANIN MODELİ

Çalışma kapsamında geliştirilen ölçek nicel veri toplamaya yönelik olduğundan genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 2005).

Çalışmaya göre e-yönetişimin hayata geçirilmesi sürecinde belediyelerin, sosyal medyanın ve vatandaşın ideal rolleri Şekil 3.1’de şematize edilmiştir.



Şekil 3.1: E-Yönetişimin hayata geçirilmesi sürecinde ideal roller.

Karasar (2005)'e göre tarama modeli, var olan bir durumu ortaya çıkarmaya ve olduğu gibi betimlemeye çalışan bir araştırma modelidir. Bu doğrultuda yapılan çalışma kapsamında belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim üzerinde etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

4.2. ÇALIŞMANIN UYGULANACAĞI ÖRNEKLEMİN SEÇİLMESİ

Çalışma kapsamında sosyal medya platformlarını kullanan belediyelerin faaliyetlerinin irdelenmesi ihtiyacı doğmuştur. Fakat;

- Seçilecek belediyenin sosyal medyayı aktif olarak kullanması gerekliliği,
- Bazı bölgelerde belediyelerin sosyal medya kullanımını e-yönetişim bağlamında değerlendirecek yeterliliğe sahip bireylerin tespitinin güç olması,
- Seçilecek belediyenin sosyal medyayı değerlendirmeye alınabilecek ölçüde kullanıyor olması (kullanım sıklığı ve çeşitliliği, farklı sosyal medya platformlarını kullanıyor olma),
- Bazı bölgelere ve nitelikli bireylere erişimin sağlanmasının güçlüğü,

çalışmanın büyükşehir belediyelerinin bulunduğu bölgelere uygulanmasını gerektirmiştir. Söz konusu kısıtlar bölge seçiminde rastgele seçim yapılmasını engellemiştir.

“Erişilebilirlik” ve “daha fazla nüfusun temsil edilmesi olanağı” dikkate alınarak Türkiye'nin en büyük üç büyükşehir belediyesi olan “İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Ankara Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi” çalışma bölgesi olarak seçilmiştir.

TÜİK verilerine göre (TÜİK, 2016), 31.12.2014 itibariyle Türkiye'nin toplam nüfusu olan 77.695.904 kişinin; İstanbul: %18,5 (14.377.018 kişi), Ankara: %6,6 (5.150.072 kişi), İzmir: %5,3 (4.113.072 kişi) olmak üzere, toplam %30,4'ü (23.640.162 kişi) bu üç büyükşehirde yaşamaktadır. Çalışma için seçilen üç bölgenin toplam nüfusu Türkiye nüfusunun yaklaşık üçte birini temsil etmektedir.

Yapılacak çalışma için bu bölgelerde yaşayan bireylerin, belediyelerinin sosyal medya kullanımlarını, “şeffaflık, katılım ve hesap verebilirlik” ilkeleri çerçevesinde ve e-yönetişim bağlamında değerlendirilebileceği bir ölçek geliştirilmiştir.

Geliştirilen ölçek ile bulunduğu belediyeyi e-yönetişim bağlamında değerlendirecek olan bireylerin bazı niteliklere sahip olması gerektiği tespit edilmiştir. Söz konusu bireyler;

- Sosyal medyayı aktif kullanan,
- Yönetişim kavramına yabancı olmayan,
- Belediyesini değerlendirebilecek kadar bulunduğu bölgede yaşayan,
- Belediyenin hizmetlerinden yararlanma ihtiyacı hissettiğinde sanal platformları (mobil belediye uygulamaları, e-belediye uygulamaları, sosyal medya uygulamaları) kullanmaya daha yatkın olan,
- Bulunduğu bölgenin tarihi – kültürel dokusunun korunması ve bölgesinin düzenlenmesi – geliştirilmesi konusunda hassasiyeti olan,

bireyler olmalıdır. Söz konusu önkoşulları sağlayan yeterli sayıda bireye ulaşabilme zorluğu ve koşulları sağlayacak yeterli sayıda bireye ulaşma maliyetinin yüksek olması gibi kısıtlar göz önünde bulundurulduğunda, bireylerin seçiminde “rastgele seçim” yapılmasının doğru bir tercih olmayacağı tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında geliştirilen ölçeğin uygulanacağı grubun yukarıda listelenen özelliklere sahip olması ve erişilebilirlik göz önünde bulundurulduğunda üniversite öğrencilerinin çalışmaya uygun bir örneklem olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, üniversite öğrencilerinin seçiminde bazı kısıtlara ihtiyaç duyulacağı gözlemlenmiştir.

Geliştirilen ölçek ile bulunduğu belediyeyi değerlendirecek olan öğrenciler; yönetim kavramına aşina olabilecekleri bir bölümde olmalı ve belediyesinin sosyal medya faaliyetlerini e-yönetişim bağlamında değerlendirebilmek için belirli bir süre bulunduğu bölgede yaşıyor olmalıdır. Bu nedenle belirlenen bölgelerde yaşayan üniversite öğrencileri arasından; “Kamu Yönetimi”, “İşletme”, “Hukuk” ve “Siyasal Bilgiler” gibi öğrencilerinin yönetim kavramına aşina olması beklenen bölümlerde okuyan öğrencilerin seçilmesi ve bu bölümlerde okuyan öğrenciler arasından “en az ikinci sınıfta okumakta olan öğrencileri”n çalışmaya dâhil edilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Yapılan çalışma çerçevesinde belirlenen üç ilde örneklem şartlarını sağlayan evrendeki kişi sayısı üniversite kontenjanları dikkate alınarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin yönetim kavramına aşina olduğu bölümler belirlenerek yapılan hesaplamada kontenjanlara göre hedef kitledeki birey sayısının 47.757 olduğu tespit edilmiştir. Örneklemin homojene yakın bir dağılım göstermesi varsayımından yola çıkılarak görülüş

sıklığı $p=0,3$ olarak alınmıştır. Örnekleme hatası 0,05 alınarak yapılan hesaplamada gerekli örneklem büyüklüğü 322 kişi olarak hesaplanmıştır. Çalışma kapsamında toplam 526 katılımcıya erişilmiş ve hatalı anketler elenerek 342 anket ile çalışma gerçekleştirilmiştir.

Örnekleme belirtilen öncelikler ve kısıtlar dikkate alınarak seçilmiştir. Her ne kadar seçilen örneklem araştırma için uygun olduğu görülse de, örneklemin araştırma için beraberinde bazı kısıtları da taşıdığı açıktır. “İlgili bölgede bir yıldan daha fazla süre, yönetim kavramına uzak olmayan, sosyal medyayı etkin olarak kullanan üniversite öğrencileri” olarak belirlenen örneklemin avantajları ve kısıtları Tablo 3.1’deki gibi ele alınabilir.

Tablo 3.1: Seçilen örneklemin avantajları ve kısıtları.

Örneklemin Avantajları	Örneklemin Kısıtları
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Örneklem genel olarak sosyal medyayı aktif olarak kullanan bireylerden oluşmaktadır. ➤ Örneklemdeki bireyler “katılım, hesap verebilirlik, şeffaflık ve e-yönetişim” kavramına yabancı olmayan bireylerdir. ➤ Seçilen örneklemdeki bireyler bulunduğu bölgeyi tanıyacak kadar söz konusu bölgede yaşayan bireylerdir. ➤ Örneklemdeki bireyler genel olarak belediyenin hizmetlerine sanal platformlar aracılığıyla erişime daha yatkın bireylerdir. ➤ Örneklemdeki bireyler üniversite öğrencisi olduğundan farklı şehirlerden söz konusu bölgelere gelmiş bireylerin de bulunduğu bireylerdir (bu durum söz konusu belediyelerin farklı bakış açılarıyla değerlendirilmesine olanak tanıyacaktır). 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Belediyeye daha sık erişen bir örneklem seçilememiştir. ➤ Farklı yaş gruplarının belediyelerini değerlendirmesine fırsat tanınamamıştır. ➤ Her ne kadar üniversite öğrencileri arasında söz konusu bölgede doğup büyüyen öğrenciler bulunsun da, örneklem büyük bir çoğunluğu söz konusu bölgede doğup büyümüş bireylerden seçilememiştir. ➤ Ön çalışma ile bölgenin sorunlarıyla ve gelişimiyle daha ilgili olduğu önceden tespit edilen bir örneklem seçimi yapılamamıştır.

4.3. ÇALIŞMADA KULLANILACAK ÖLÇEĞİN GELİŞTİRİLMESİ

Yapılan çalışmada belediyelerin sosyal medya kullanımının e-yönetişim bağlamında etkileri ele alınmıştır. Bu doğrultuda vatandaşların kendi belediyelerinin sosyal medya kullanımını e-yönetişim açısından değerlendirebileceği bir ölçeğe ihtiyaç duyulmuştur. Literatürde bu doğrultuda kullanılabilecek bir ölçeğe rastlanmadığından daha önce yönetim ve yönetim ilkeleri ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda kullanılan ölçeklerden yararlanılmıştır. Ayrıca yönetişimin ve yönetim ilkelerinin ele alındığı çalışmalarda üzerinde durulan kriterler tespit edilerek, bu kriterler ölçeğin geliştirilmesinde kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılacak ölçeğin hangi ilkeleri kapsayacağına karar verilmesi aşamasında literatürde yapılan çalışmalar dikkate alınmıştır. Literatürde yapılan birçok çalışmada (Stojanovska ve diğ., 2014; Özer, 2006; Turgut, 2010; Harrison ve Sayogo, 2014; Bertot ve diğ., 2010) gösterilen şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerinin yönetişimin en önemli ilkeleri arasında gösterildiği görülmüştür.

Dünya Bankası (2013) “Sosyal hesap verebilirlik ve iyi yönetim talebi” başlıklı çalışmasında vatandaşların şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımına dayalı kendi hükümeti ile bir ilişki aradıklarını belirtmektedir.

Şahin (2007) e-belediye faaliyetlerinde internetin kullanımında siyasi alanda amacın internet yardımı ile katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik gibi alanlarda daha iyi bir performans sergilemek olduğunu belirtmektedir. Telli (2011) yönetişimin katılım, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi kavramlar üzerinde yükseldiğini belirtmektedir.

Yönetişim katılımcılık, saydamlık ve hesap verebilirlik ilkeleri üçgeni içinde korunmakta, bu üçgen sayesinde, ekonomik kalkınmada, ekonomik, sosyal ve politik öncelikler üzerinde bir uzlaşma sonucunda ortaya çıkabilmektedir (Özer, 2006).

Literatürde sosyal medya kullanımının yönetim bağlamında ele alındığı çalışmalarda (Graham ve diğ., 2015; Chang & Kanan, 2008; Cromer, 2010; Dorris, 2008; Kuzma, 2010); yönetimlerin sosyal medya kullanımının katılım, hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkeleri gibi ilkelerin gerçekleştirilmesini ve hayata geçirilmesini desteklediği, güveni ve demokrasiyi arttırdığı belirtilmektedir.

Çalışmada kullanılacak ölçeğin kapsamının belirlenmesinin ardından, literatürde yer alan çalışmalarda kullanılan ölçekler değerlendirilerek çalışmaya uyarlanmıştır. Ölçekte çoktan seçmeli, 5'li Likert tipi ve açık uçlu maddelere yer verilmiştir.

Bu doğrultuda çalışmada ele alınacak ölçekte yer verilecek ilkeler şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım olarak belirlenmiştir. Bu ilkelerin belirlenmesinde ayrıca belediyelerin sosyal medya kullanımlarında ele alınabilecek ilkeler olmasına dikkat edilmiştir. Belirlenen bu üç ilkeyi kapsayacak şekilde ölçeğin geliştirilmesinin avantajları ve kısıtları Tablo 3.2'deki gibi ele alınabilir.

Tablo 3.2: Seçilen ölçek kapsamının avantajları ve kısıtları.

Ölçek Kapsamının Avantajları	Ölçek Kapsamının Kısıtları
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tüm ilkeleri kapsayacak olan bir ölçek gereğinden fazla uzun ve cevaplanması zor bir ölçek olacaktır. ➤ Yönetişim ilkelerinin tamamı belediyelerin sosyal medya kullanımı ile yakından ilgili değildir. ➤ Literatürde yer alan birçok çalışmada şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım en önemli ilkeler arasında ele alınmaktadır. ➤ Etkinlik, verimlilik, stratejik vizyon, cevap verebilirlik gibi ilkeler ele alınan ilkelerden tamamen farklı ilkeler değildir ve bu ilkelerle sıkı bir ilişki içerisinde. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tüm ilkeleri kapsamayan bir ölçek yönetim ilkelerinin tamamını yansıtmaktan yoksundur. ➤ Bazı yönetim ilkeleri dolaylı olsa da belediyelerin sosyal medya kullanımından etkilenmektedir. ➤ Her ne kadar ele alınan ilkeler diğer yönetim ilkeleriyle yakından ilgili de olsa, her bir yönetim ilkesi kendi başına önemli prensiplere odaklanmaktadır.

Ölçekte yer alan maddeler bir kavramsal akış oluşturacak biçimde sıralandı. Ölçeği, ölçeğin amacını ve uygulayıcıya ait bilgileri içeren kapak sayfasının ardından öncelikle yanıtlayıcı profilinin tespit edilmesine yönelik maddelere yer verilmiştir. Bu maddelerin ardından yanıtlayıcının belediyesinin sahip olmasını beklediği niteliklere yönelik Likert tipi maddelere yer verilerek hem yanıtlayıcının belediyesine yönelik beklentilerinin farkına varması, hem de yanıtlayıcının beklentilerinin tespiti amaçlandı. Bu maddelerin ardından ölçeğin devamında yanıtlayıcının cevaplandıracağı bölümler ile ilgili kısa bir bilgilendirme yapıldı, bu bilgilendirmenin ardından sırasıyla şeffaflık ilkesi, hesap verebilirlik ilkesi ve katılım ilkesi ile ilgili maddelerin bulunduğu bölümlere yer

verilmiştir. Her üç ilkenin sorgulandığı bölümde de öncelikle kullanıcının farkındalığını arttırmaya yönelik ön hazırlayıcı çoktan seçmeli maddeler, ardından Likert tipi maddeler ve son olarak açık uçlu tek bir madde yer aldı. Ölçekte yer alan maddelerin geliştirilme sürecine göz atacak olursak;

- Ölçeğin ilk 9 maddesinde yanıtlayıcı profilinin ve yanıtlayıcının kişisel bilgilerinin tespit edilmesine yönelik maddelere yer verildi.
- 10. maddede belediyelerin sahip olması gereken niteliklerin ele alındığı 6 alt maddeye yer verildi ve bu maddelerin geliştirilmesinde Charles (2014) tarafından yapılan “Haiti’nin kurumlarının yeniden inşası: genel gümrük yönetiminde şeffaflık ve hesap verebilirlik” başlıklı çalışmada kullanılan ölçekten yararlanıldı.
- Şeffaflık ilkesiyle ilgili bölümde bulunan 11., 12., 13. ve 14. maddelerde belediyenin sosyal medya kullanımını şeffaflık bağlamında ele alındı. 11. ve 12. maddeler ön hazırlayıcı soru olarak kullanılırken 13. maddede Likert tipi 11 alt maddeye yer verildi. Bölümün sonunda yanıtlayıcının belediyesinin sosyal medya kullanımının şeffaflık ilkesi bağlamında ele alacağı açık uçlu madde olarak 14. Maddeye yer verildi. Bu maddelerin geliştirilmesinde Charles (2014) tarafından yapılan “Haiti’nin kurumlarının yeniden inşası: genel gümrük yönetiminde şeffaflık ve hesap verebilirlik” başlıklı çalışmada ve Ruijer (2013) tarafından yapılan “Amerika ve Hollanda’da yönetimde iletişim ve etkileşimli şeffaflık” isimli çalışmada kullanılan ölçeklerden yararlanıldı.
- Hesap verebilirlik ilkesiyle ilgili bölümde bulunan 15., 16., 17., 18. ve 19. maddelerde belediyenin sosyal medya kullanımını hesap verebilirlik bağlamında ele alındı. 15., 16. ve 17. maddeler ön hazırlayıcı soru olarak kullanılırken 18. maddede Likert tipi 7 alt maddeye yer verildi. 19. maddede ise yanıtlayıcının belediyesinin sosyal medya kullanımını hesap verebilirlik bağlamında ele alabileceği açık uçlu bir soruya yer verildi. Bu maddelerin geliştirilmesinde Erkoşar (2013) tarafından yapılan “Belediyelerde iyi yönetim açısından hesap verebilirlik: Küçükçekmece Belediyesi” başlıklı çalışmada, Bies (2003) tarafından yapılan “Polonya’da sivil toplum hesap verebilirliği: zorluluğa karşın isteğe bağlı öz-düzenleme” isimli çalışmada ve Morehead (2007) tarafından yapılan “Dolandırıcılık ve yolsuzlukların tespiti-önlenmesi, caydırıcılık ve hesap verebilirliğin artırılması için tasarlanmış sivil toplum kuruluşlarında iç kontrol ve yönetim” isimli çalışmada kullanılan ölçeklerden yararlanıldı.

- Katılım ilkesiyle ilgili bölümde bulunan 20., 21., 22. ve 23. maddelerde belediyenin sosyal medya kullanımı şeffaflık bağlamında ele alındı. 20. ve 21. maddeler ön hazırlayıcı soru olarak kullanılırken 22. maddede Likert tipi 7 alt maddeye yer verildi. 21. maddede ise yanıtlayıcının belediyesinin sosyal medya kullanımını, katılımı artırma yönünden değerlendirebileceği açık uçlu bir soruya yer verildi. Bu maddelerin geliştirilmesinde Reddick ve Norris (2013) tarafından yapılan “Yerel yönetimlerde e-katılım: politik ve yönetsel destek ve etkilerinin incelenmesi” başlıklı çalışmada, Magee (2012) tarafından yapılan “Şehir planlama ve karar verme süreçlerinde yerel yönetimlerde halkın katılımı” isimli çalışmada ve Callahan (1999) tarafından yapılan “Vatandaş katılımı: yerel yönetimlerin vatandaş danışma komitelerinin kullanımı ve etkinliği” isimli çalışmada kullanılan ölçeklerden yararlanıldı.

Ölçeğin geliştirilme sürecinde yararlanılan kaynaklarda yer alan ölçek maddeleri kullanılırken, maddenin ilgili ilkenin gerçekleştirilmesi için ilgili yönetimin yapması gereken faaliyetler veya görevler ele alınmıştır.

Yönetimin ilgili yönetim ilkesinin hayata geçirilmesi için gerçekleştirilmesi gereken faaliyet veya eylemler belediyelerin sosyal medya kullanımları açısından ele alınmış ve ilgili maddeler uyarlanarak ölçeğe yerleştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilmesi sürecinin ardından ölçeğin ön test aşamasından geçirilmesi adımına geçilmiştir.

4.3.1. Ölçeğin Ön Test Aşamasından Geçirilmesi

Ölçeğin güvenilirliğinin ve geçerliliğinin sağlanması için ölçek ön test aşamasından geçirilmiştir. Ön test aşaması sürecinde:

- Gerçekleştirilecek uygulama esnasında yaşanacak sorunların tespiti,
- Maddelerin anlaşılabilirliğinin gözden geçirilmesi,
- Ölçeğin ortalama yanıtlanma süresinin belirlenmesi,
- Maddelerin sıralamasının doğruluğunun kontrolünün yapılması,
- Gerek duyulacak açıklama ve tanımlamaların tespiti,
- Okunaklılığın değerlendirilmesi,
- Hatalı maddelerin belirlenmesi,

amaçlanmıştır. Ölçeğin ayırt ediciliğinin artırılması, daha geçerli ve güvenilir bir ölçek elde edilmesi için ön test aşaması titizlikle uygulanmış ve geri bildirimler kayıt altına alınmıştır.

Yapılan ön test uygulamasında maddelerin sıralanması konusunda herhangi bir problemin olmadığı görülmüş, fakat bazı bölümler arası geçişlerde kopukluklar tespit edildiği için ilgili bölümlere açıklamalar eklenmiştir.

Ön testin uygulanmasının ardından elde edilen dönütler dikkate alınarak ölçek üzerinde yapılan güncellemeler Tablo 3.3'deki gibi sıralanabilir.

Tablo 3.3: Ön test aşamasında tespit edilen sorunlar ve ilgili düzenlemeler.

Tespit Edilen Sorunlar - Eksiklikler	Yapılan Düzenleme
➤ Ölçekte yer alan kavram tanımlarında eksikler (cümle düşüklükleri, kavramın tam olarak aktarılamama riski) tespit edildi	➤ Söz konusu kavram tanımları daha açık ve anlaşılır bir dille yazılarak güncellendi
➤ Ölçekte bazı bölümlerin arka plan renginin koyu olmasının okunmayı güçleştirdiği tespit edildi	➤ Söz konusu bölümlerin arka plan rengi daha açık bir renk tonuna dönüştürüldü
➤ Bazı açık uçlu maddelerin yanıtlayıcıların fikirlerini açıkça ifade etmesini destekleme konusunda yeterince güçlü olmadığı tespit edildi	➤ Söz konusu açık uçlu sorular güncellenerek, bu maddeler yanıtlayıcının konu ile ilgili fikirlerini daha rahat dile getirebileceği maddelere dönüştürüldü
➤ Ölçeğin bazı bölümlerinde geçiş kopukluklarının olduğu belirlendi	➤ Bölümler arası geçişte kopuklukların tespit edildiği bölümler düzenlenerek ilgili bölümlere açıklama ve tanımlamalar eklendi
➤ Çoktan seçmeli bazı maddelerde seçeneklerin sıralanması konusunda hatalar tespit edildi	➤ Ölçekte yer alan çoktan seçmeli maddelerin seçenekleri mantıksal olarak sıralandı. Kolay ve anlaşılır bir sıralama olacak şekilde düzenlendi
➤ Yazım yanlışı, cümle düşüklüğü ve anlatım bozukluğu bulunan maddeler tespit edildi	➤ Maddelerde gerekli düzenlemeler yapılacak şekilde ölçek düzenlendi
➤ Bazı maddelerin birden fazla önerme içerdiği tespit edildi	➤ Söz konusu maddeler her madde bir tek önerme içerecek şekilde düzenlendi

Ölçeğin ön test aşamasında ortalama yanıtlanma süresi tespit edilmiştir. Yapılan uygulama neticesinde; bazı özel durumlar hariç tutulmak üzere, yanıtlayıcıların ölçeği

yaklaşık 5-6 dakika içerisinde rahatlıkla yanıtlayabildiği görülmüştür. Ölçeğin sağlıklı bir şekilde yanıtlanabilmesi için, uygulama esnasında bireysel farklılıkların bu süreyi etkileyebileceği göz önünde bulundurularak, yanıtlayıcılara 10 dakika süre verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ön test aşamasının ardından, güncellenen ölçek ön test aşamasının uygulandığı gruptan daha küçük bir gruba uygulanması ile ölçeğin yeniden düzenlemiş hali tekrar gözden geçirilmiştir. Ölçeğin uygulamada kullanılan son hali EK-1’de yer almaktadır.

4.3.2. Ölçeğin Güvenirlilik Analizi

SPSS 17.0 paket programı ile analizi yapılan verilerin, yüzde ve frekans dağılımlarının hesaplanmasının ardından güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Dağılımın normal olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan normallik testinde, Kolmogorov Smirnov testi ve Shapiro Wilk testi sonuçlarına bakılmış, histogram ve Q-Q grafikleri incelenmiştir.

Tablo 3.4: Kullanılacak ölçeklerin normallik testi sonuçları.

Ölçek	N	X	SS	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro Wilk		Çarpıklık	Basıklık
				Statistic	p	Statistic	p		
				Belediyenin Nitelikleri Ölçeği	342	89,88	11,03		
Şeffaflık Ölçeği	342	54,01	22,07	0,054	0,019	0,989	0,012	-0,198	-0,208
Hesap Verebilirlik Ölçeği	342	55,60	21,67	0,065	0,002	0,987	0,003	-0,238	-0,181
Katılım Ölçeği	342	56,99	21,68	0,066	0,001	0,985	0,001	-0,281	-0,308

Tablo 3.4’de görüldüğü gibi Şeffaflık Ölçeği, Hesap Verebilirlik Ölçeği ve Katılım Ölçeği için basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında olduğu tespit edildiğinden söz konusu ölçeklerin dağılımları normal dağılım kabul edilip (Büyüköztürk ve diğ., 2012; Morgan ve diğ., 2004 akt. Arslan, 2015; Tabachnick ve Fidell, 2013 akt. Yıldız ve Çevik, 2016) bu ölçeklerde parametrik testlerin kullanılmasına, Belediyenin Nitelikleri Ölçeğinin basıklık ve çarpıklık değerleri yüksek olduğundan normal dağılım

göstermediği kabul edilerek değerlendirilmesinde parametrik olmayan testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Ölçeklerde yer alan verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.4'te görüldüğü gibi kabul edilebilir aralıktadır.

Geliştirilen ölçekte yer alan alt ölçeklerin puanlarının hesaplanmasında ortalama alınabilmesi için ölçeğin iç güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olması gerekir. Cronbach's Alpha bir ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için maddelerin iç tutarlılığını ve ortalama korelasyonunu belirler (Santos, 1999). Likert tipi ölçeklerin kullanımında herhangi bir ölçeğin veya alt ölçeğin kullanılabilmesi için iç tutarlılık güvenilirliğini Cronbach's Alpha (1951) sabiti ile hesaplamak ve raporlamak gereklidir (Gliem ve Gliem, 2003). İç güvenirliliğin varlığından söz edilebilmesi için Cronbach's Alpha sabitinin 0,7 ve üzeri olması gerekir (Peterson, 1994; Pallant, 2005; Mitchel ve Jolley, 2010; Eryılmaz ve Zengin, 2014). George ve Mallery (2003 akt. Gliem ve Gliem, 2003) Cronbach's Alpha değerlerini yorumlarken şu standartları ölçüt kabul ediyor: 0.9 ve üzeri; mükemmel, 0.8 ve 0.9 arası; iyi, 0.7 ve 0.8 arası; kabul edilebilir, 0.6 ve 0.7 arası; sorgulanabilir, 0.5 ve 0.6 arası; yetersiz, 0.5 altı; kabul edilemez.

Tablo 3.5: Kullanılacak ölçeklerin iç güvenirlilik testi sonuçları.

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha (Güvenirlilik Katsayısı)
Belediyenin Nitelikleri Ölçeği	6	0,814
Şeffaflık Ölçeği	10	0,933
Hesap Verebilirlik Ölçeği	7	0,881
Katılım Ölçeği	7	0,902

Tablo 3.5'te görüldüğü gibi, kullanılan Likert tipi dört alt ölçeğin de Cronbach's Alpha güvenirlilik katsayısı 0,7'den büyüktür. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda Cronbach Alpha güvenirlilik katsayısının 0,7 üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir ve kendi içerisinde tutarlı olduğu kabul edilmektedir (Eryılmaz ve Zengin, 2014). Bu durumda ele alınan 5'li Likert tipi ölçeklerin her biri kendi içerisinde iç tutarlılığa sahip ve güvenirliliği kabul edilebilir ölçüde olan ölçeklerdir.

4.3.3. Maddelerin Ayırt Edicilik Geçerliliği

Madde ayırt edicilik indeksi, maddelerin ölçülen özelliklerle ilgili olarak kişileri ne derece ayırt ettiğini göstermektedir, diğer bir ifade ile ölçeğin ölçmeyi amaçladığı özelliğe yüksek düzeyde sahip olan bireylerle, düşük düzeyde sahip olan bireyleri ayırt etme gücüdür (Ünal, 2015). Ölçeğin puanına göre yapılan sıralama baz alınarak %27'lik dilimi oluşturan üst grup ve %27'lik dilimi oluşturan alt grup belirlenerek, arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı bağımsız gruplar t-testi ile tespit edilerek madde ayırt edicilik değeri hesaplanabilmektedir (Ergin, 1995; Tümkaya, 2000; Çakır, 2004).

Ölçekte kullanılan maddelerin ayırt ediciliklerinin tespit edilmesine yönelik yapılan çalışmada her bir ölçeğin puanına göre %27'lik dilimi oluşturan alt grup ve %27'lik dilimi oluşturan üst grup belirlenmiştir. Buna göre her bir ölçek için 342 anketten oluşan örneklemin en düşük 92 anketi alt grubu, en yüksek 92 anketi üst grubu oluşturmuştur. Alt ölçeklerin her biri için oluşan alt grup ve üstü gruplar arası fark bağımsız gruplar için t-testi ile kontrol edilmiş ve ölçeklerdeki her bir madde için gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Ölçekler üzerinde yapılan madde ayırt edicilik çalışmalarına ait veriler EK-2'de verilmiştir.

4.4. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Yapılan çalışma kapsamında geliştirilen ölçek önceden belirlenen örnekleme uygulanmıştır. Bu doğrultuda İstanbul'da İstanbul Üniversitesi, İzmir'de Ege Üniversitesi ve Ankara'da Yıldırım Beyazıt Üniversitesi ile Gazi Üniversitesinde örneklem şartlarına uygun bölümlerde (öğrencilerinin yönetim kavramına yabancı olmadığı bölümler) okuyan, en az ikinci sınıfta okumakta olan öğrencilere ölçek basılı olarak uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinden, bir yılı aşkın bir süre boyunca bulunduğu bölgede yaşayan ve yönetim kavramına aşina olunabilecek bir bölümde okuyan öğrencilerin seçilmesi gibi önemli ön koşullardan dolayı ölçeğin elektronik ortam üzerinden uygulanması yoluna gidilmemiştir.

Yüz yüze gerçekleştirilen uygulamalarda ön test aşamasında belirlenen yanıtlanma süresi olan 10 dakika sürenin yeterli olduğu görülmüş ve yanıtlayıcılar belirlenen süre içerisinde sağlıklı bir şekilde ölçeği yanıtlamıştır.

Ölçeğin her üç ilde yeterli sayıda uygulanmasının ardından anketler derlenmiş ve öncelikle anketler arasından yanlış doldurulmuş, eksik ya da fazla işaretlenmiş olan anketler elenmiştir. Bu aşamanın ardından anketler her bir il için o ilin plaka koduyla başlayacak şekilde sıralama olmaksızın rastlantısal olarak numaralandırılmıştır. Örneğin İstanbul iline ait numaralandırılan anketlerin ilkinin anket numarası 34001'dir.

Anketlerin derlenmesi ve numaralandırılmasının ardından çoktan seçmeli ve Likert tipi olan maddelere ait veriler anket numarasıyla SPSS paket programına aktarılmış, açık uçlu sorular ise anket numaralarıyla kaydedilerek verilerin analizi safhasına geçilmiştir.

Verilerin analizinde SPSS 17 paket programı kullanılmıştır. Kullanılan ölçeğin alt ölçeklerinden bazıları normal dağılım gösterirken bazılarının normal dağılım göstermediği tespit edildiğinden veri analizinde hem parametrik hem parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular tezin "Bulgular" bölümünde ele alınmış, yine bu bölümde açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ele alınarak değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde örneklemin demografik dağılımı ve betimleyici istatistikler ele alınmaktadır. Ayrıca elde edilen verilere ait istatistiksel analizlere yer verilmektedir. Ölçekte yer alan örneklemin tanılayıcı bölüm, belediyenin nitelikleri ölçeği, şeffaflık ölçeği, hesap verebilirlik ölçeği ve katılım ölçeği ile ilgili bulgular ele alınmış ve açık uçlu sorular değerlendirilmiştir. Bölüm sonunda çalışmada tüm ölçeklere ait hipotezler ve doğrulanma durumları derlenerek sunulmuştur.

4.1. ÖRNEKLEMİN DEMOGRAFİK DAĞILIMI

Çalışma kapsamında örneklemin demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla uygulanan ölçekte katılımcı profilinin tespit edilmesine olanak tanıyacak maddelere yer verilmiş ve katılımcıların kişisel bilgileri kaydedilmiştir.

Tablo 4.1: Örneklemin illere göre demografik dağılımı.

DEMOGRAFİK ÖZELLİK	GRUPLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
CİNSİYET	<i>Kadın</i>	50	42,0	52	51,5	75	61,5	177	51,8
	<i>Erkek</i>	69	58,0	49	48,5	47	38,5	165	48,2
YAŞ	<i>18-20 arası</i>	4	3,4	7	6,9	6	4,9	17	5,0
	<i>20-22 arası</i>	68	57,1	68	67,3	62	50,8	198	57,9
	<i>22-24 arası</i>	40	33,6	20	19,8	45	36,9	105	30,7
	<i>24'ten büyük</i>	7	5,9	6	5,9	9	7,4	22	6,4
İKAMET YERİ	<i>Ailemle birlikte</i>	47	39,5	56	55,4	34	27,9	137	40,1
	<i>Öğrenci evinde</i>	39	32,8	20	19,8	47	38,5	106	31,0
	<i>Devlet yurdunda</i>	11	9,2	12	11,9	20	16,4	43	12,6
	<i>Özel yurttta</i>	14	11,8	9	8,9	15	12,3	38	11,1
	<i>Diğer</i>	8	6,7	4	4,0	6	4,9	18	5,3

İstanbul'dan 119, Ankara'dan 101 ve İzmir'den 122 olmak üzere 342 katılımcının oluşturduğu örneklemin illere göre demografik dağılımı Tablo 4.1'de yer almaktadır. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların %51,8'inin kadın, %48,2'sinin

erkek olduğu görülmektedir. İllere göre katılımcıların cinsiyete göre dağılımlarına bakıldığında, İstanbul'da erkek katılımcıların sayısı kadın katılımcıların sayısından daha fazlayken, Ankara ve İzmir'de ise bayan katılımcıların sayısı erkekler katılımcıların sayısından fazladır.

Örneklem belirlenirken üniversitenin ilgili bölümünün en az ikinci sınıfında okuyan öğrenciler seçildiğinden, katılımcıların yaşlarının %57,9'nun 20-22 yaş aralığında, %30,7'sinin 22-24 yaş aralığında, %5,0'inin 18-20 yaş aralığında olduğu ve %6,4'ünün ise 24 yaşından büyük olduğu görülmektedir. Katılımcılar arasında 16-18 yaş aralığında ve 16 yaşından küçük katılımcı bulunmamaktadır. Yaş dağılımı açısından İstanbul, Ankara ve İzmir illeri arasında önemli bir farklılık bulunmamakla birlikte her üç ilde de katılımcıların yoğun olarak dâhil olduğu yaş aralığı 20-22 yaş aralığıdır.

Katılımcıların ikamet yeri ile ilgili demografik dağılım incelendiğinde çalışmaya katılan öğrencilerin %40,1'inin ailesi ile birlikte, %30,1'inin öğrenci evinde, %12,6'sının devlet yurtlarında ve %11,1'inin özel yurtlarda ikamet ettiği görülmektedir. İkamet yeri ile ilgili demografik dağılım illere göre incelendiğinde ise Ankara; öğrencilerin %55,4'ü ailesiyle birlikte yaşarken, İstanbul'da öğrencilerin %39,5'i ve İzmir'de ise öğrencilerin 27,9'u ailesiyle birlikte yaşamaktadır. İstanbul ve Ankara'da yaşayan öğrencilerin daha çok ailesi ile birlikte yaşadığı görülürken, İzmir'de yaşayan öğrencilerin daha çok öğrenci evinde (%38,5) yaşadığı görülmektedir.

4.2. BETİMLEYİCİ İSTATİSTİKLER

Kullanılan ölçekle toplanan verilere ait betimleyici istatistikler çalışmanın uygulandığı her üç il için ayrı ayrı ele alınmıştır. Ayrıca genel istatistikler toplam olarak ele alınarak bu bölümde derlenmiştir.

Çalışma kapsamında katılımcıların yanıtladığı anket formu; belediyeden beklenen nitelikler ölçeği, şeffaflık ölçeği, hesap verebilirlik ölçeği ve katılım ölçeği olmak üzere dört alt ölçeği kapsamaktadır. Bununla birlikte katılımcıların sosyal medyaya erişim yöntemleri, akıllı telefon kullanma durumları ve belediyeye erişim yöntemleri gibi maddeler ölçeğin kişisel bilgiler bölümünde yer almaktadır. Söz konusu maddeler katılımcının sosyal medya kullanımı ve belediye ile etkileşim konusunda farklılaşmasını

tespit etmeye yöneliktir. Bu bölümde ölçekte kullanılan alt ölçeklere ve katılımcıyı tanımlayıcı maddelere ait betimleyici istatistiklere yer verilmektedir.

Tablo 4.2: Sosyal medya araçlarının kullanım oranları.

SOSYAL MEDYA ARACI	DURUM	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	<i>Kullanıyor</i>	102	85,7	86	85,1	104	85,2	292	85,4
	<i>Kullanmıyor</i>	17	14,3	15	14,9	18	14,8	50	14,6
Twitter	<i>Kullanıyor</i>	86	72,3	66	65,3	83	68,0	235	68,7
	<i>Kullanmıyor</i>	33	27,7	35	34,7	39	32,0	107	31,3
Google+	<i>Kullanıyor</i>	78	65,5	60	59,4	76	62,3	214	62,6
	<i>Kullanmıyor</i>	41	34,5	41	40,6	46	37,7	128	37,4
Instagram	<i>Kullanıyor</i>	87	73,1	73	72,3	92	75,4	252	73,7
	<i>Kullanmıyor</i>	32	26,9	28	27,7	30	24,6	90	26,3
Foursquare	<i>Kullanıyor</i>	53	44,5	48	47,5	53	43,4	154	45,0
	<i>Kullanmıyor</i>	66	55,5	53	52,5	69	56,6	188	55,0
LinkedIn	<i>Kullanıyor</i>	31	26,1	20	19,8	21	17,2	72	21,1
	<i>Kullanmıyor</i>	88	73,9	81	80,2	101	82,8	270	78,9
Tumblr	<i>Kullanıyor</i>	9	7,6	9	8,9	11	9,0	29	8,5
	<i>Kullanmıyor</i>	110	92,4	92	91,1	111	91,0	313	91,5
Youtube	<i>Kullanıyor</i>	95	79,8	80	79,2	107	87,7	282	82,5
	<i>Kullanmıyor</i>	24	20,2	21	20,8	15	12,3	60	17,5
MySpace	<i>Kullanıyor</i>	3	2,5	3	3,0	2	1,6	8	2,3
	<i>Kullanmıyor</i>	116	97,5	98	97,0	120	98,4	334	97,7
Pinterest	<i>Kullanıyor</i>	5	4,2	8	7,9	12	9,8	25	7,3
	<i>Kullanmıyor</i>	114	95,8	93	92,1	110	90,2	317	92,7
Hiçbiri	<i>Hiçbirini kullanmıyor</i>	3	2,5	1	1,0	2	1,6	6	1,8
	<i>En az birini kullanıyor</i>	116	97,5	100	99,0	120	98,4	336	98,2

Katılımcıların sosyal medya kullanımında hangi sosyal medya aracını kullandığına dair istatistiklere Tablo 4.2’de verilmiştir, bu istatistiklere göre en çok kullanılan sosyal medya araçlarının Facebook (%85,4), Youtube (%82,5), Instagram (%73,7) ve Twitter (%68,7) olduğu görülmektedir. Katılımcıların %98,2’si sosyal medya araçlarından en az

birini kullanmaktadır, bu durum sosyal medya araçlarının kullanım oranlarının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Sosyal medya araçlarının kullanım oranları il bazlı ele alındığında, illere göre herhangi bir sıralama değişikliği olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.3: Belediyeye erişim tercihleri.

BELEDİYEYE ERİŞİM YÖNTEMİ	TERCİH DURUMU	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Bireysel görüşme yoluyla</i>	<i>Evet</i>	69	58,0	65	64,4	91	74,6	225	65,8
	<i>Hayır</i>	50	42,0	36	35,6	31	25,4	117	34,2
<i>Dilekçe yoluyla</i>	<i>Evet</i>	90	75,6	78	77,2	90	73,8	258	75,4
	<i>Hayır</i>	29	24,4	23	22,8	32	26,2	84	24,6
<i>Telefon yoluyla</i>	<i>Evet</i>	48	40,3	39	38,6	43	35,2	130	38,0
	<i>Hayır</i>	71	59,7	62	61,4	79	64,8	212	62,0
<i>E-mail yoluyla</i>	<i>Evet</i>	41	34,5	30	29,7	26	21,3	97	28,4
	<i>Hayır</i>	78	65,5	71	70,3	96	78,7	245	71,6
<i>Web sitesi üzerinden</i>	<i>Evet</i>	55	46,2	40	39,6	48	39,3	143	41,8
	<i>Hayır</i>	64	53,8	61	60,4	74	60,7	199	58,2
<i>Sosyal Medya Aracılığıyla</i>	<i>Evet</i>	21	17,6	18	17,8	20	16,4	59	17,3
	<i>Hayır</i>	98	82,4	83	82,2	102	83,6	283	82,7
<i>Hiçbir yolla erişim</i>	<i>Hiçbir yolla erişmem</i>	10	8,4	10	9,9	8	6,6	28	8,2
	<i>Herhangi bir yöntemle erişim</i>	109	91,6	91	90,1	114	93,4	314	91,8

Katılımcıların belediyeye erişim tercihlerine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.3'te yer almaktadır. Belediyeye erişimde en çok tercih edilen yöntemlerin dilekçe (%75,4) ve bireysel görüşme (%65,8) olduğu görülmektedir. Belediyeye erişimde web sitesi üzerinden erişimi tercih edenlerin oranının %41,8 ve sosyal medya üzerinden erişimi tercih edenlerin oranının %17,3 olması e-belediye platformları üzerinden erişimin belirli bir seviyede olduğunu fakat henüz klasik yöntemlerle erişim kadar tercih edilmediğini

göstermektedir. Belediyeye erişim yöntemlerinin illere göre tercih edilme durumlarına bakıldığında İzmir’de katılımcıların daha çok bireysel görüşme yöntemini tercih ettiği buna karşın İstanbul ve Ankara’da dilekçe yönteminin daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 4.4: Sosyal medyaya erişim yöntemleri.

SOSYAL MEDYAYA ERİŞİM YÖNTEMLERİ	ERİŞİM DURUMU	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Kişisel</i>	<i>Evet</i>	94	79,0	85	84,2	103	84,4	282	82,5
<i>Bilgisayardan</i>	<i>Hayır</i>	25	21,0	16	15,8	19	15,6	60	17,5
<i>İnternet</i>	<i>Evet</i>	10	8,4	12	11,9	4	3,3	26	7,6
<i>Kafeden</i>	<i>Hayır</i>	109	91,6	89	88,1	118	96,7	316	92,4
<i>Okuldaki</i>	<i>Evet</i>	11	9,2	5	5,0	6	4,9	22	6,4
<i>Bilgisayardan</i>	<i>Hayır</i>	108	90,8	96	95,0	116	95,1	320	93,6
<i>Cep</i>	<i>Evet</i>	111	93,3	92	91,1	118	96,7	321	93,9
<i>Telefonundan</i>	<i>Hayır</i>	8	6,7	9	8,9	4	3,3	21	6,1
<i>Tabletten</i>	<i>Evet</i>	27	22,7	24	23,8	25	20,5	76	22,2
	<i>Hayır</i>	92	77,3	77	76,2	97	79,5	266	77,8
	<i>Hiçbir yolla erişmem</i>	2	1,7	0	0,0	0	0,0	2	0,6
<i>Hiçbir yoldan</i>	<i>Herhangi bir yöntemle erişim</i>	117	98,3	101	100,0	122	100,0	340	99,4

Katılımcıların sosyal medyaya erişim yöntemlerine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.4’te verilmiştir, bu istatistiklere göre cep telefonundan erişim (%93,9) ve bilgisayardan (%82,5) erişim en çok tercih edilen erişim yöntemleridir. Tablet üzerinden sosyal medyaya erişenlerin oranı %22,2 olurken, katılımcıların % 7,6’sının internet kafeden %6,4’ünün okul bilgisayarından sosyal medyaya eriştiği tespit edilmiştir. Katılımcıların

%0,6'sı ise herhangi bir yoldan sosyal medyaya erişmeyi tercih etmemektedir, bu ise katılımcıların %99,4'ünün bu yöntemlerden en az biri ile sosyal medyaya eriştiğini göstermektedir. Katılımcıların sosyal medyaya erişim yöntemlerinin sıralaması illere göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 4.5: Akıllı telefon kullanımı.

KULLANIM DURUMU	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Akıllı telefon kullanıyorum</i>	112	94,1	97	96,0	116	95,1	325	95,0
<i>Akıllı telefon kullanmıyorum</i>	7	5,9	4	4,0	6	4,9	17	5,0

Katılımcıların akıllı telefon kullanımına ait betimleyici istatistikler Tablo 4.5'te verilmiştir, tabloda yer alan istatistiklere bakıldığında iller arasında akıllı telefon kullanım oranları açısından önemli bir farklılaşma olmadığı ve katılımcıların büyük çoğunluğunun (%95,0) akıllı telefon kullandıkları görülmektedir.

Tablo 4.6: Belediyeye ait mobil uygulama kullanımı.

KULLANIM DURUMU	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Belediyeye ait mobil uygulama kullanıyorum</i>	56	47,1	64	63,4	33	27,0	153	44,7
<i>Belediyeye ait mobil uygulama kullanmıyorum</i>	63	52,9	37	36,6	89	73,0	189	55,3

Katılımcıların belediyeye ait mobil uygulamaları (ulaşım uygulamaları, e-belediye uygulamaları vb.) kullanımına dair betimleyici istatistikler Tablo 4.6'da verilmiştir, bu istatistiklere göre katılımcıların %44,7'si belediyeye ait bir mobil uygulama kullanmaktadır. Ankara katılımcılarının %63,4'ü belediyeye ait bir mobil uygulama kullanırken, İstanbul katılımcılarının %47,1'i ve İzmir katılımcılarının sadece %27'si belediyeye ait bir mobil uygulama kullanmaktadır.

Tablo 4.7: Belediyenin sahip olması beklenen nitelikler ölçeği betimleyici istatistikler.

MADDELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1. Demokrasiye önem vermesi ve e-demokrasi platformları oluşturmaya	Kesinlikle önemli	79	66,4	61	60,4	81	66,4	221	64,6
	Önemli	35	29,4	31	30,7	34	27,9	100	29,2
	Kararsızım	4	3,4	4	4,0	5	4,1	13	3,8
	Önemsiz	1	0,8	5	5,0	2	1,6	8	2,3
	Kesinlikle önemsiz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2. Şeffaflığa önem vermesi ve bilşim teknolojilerini bu yönde kullanması	Kesinlikle önemli	81	68,1	60	59,4	83	68,0	224	65,5
	Önemli	35	29,4	34	33,7	35	28,7	104	30,4
	Kararsızım	3	2,5	7	6,9	3	2,5	13	3,8
	Önemsiz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Kesinlikle önemsiz	0	0,0	0	0,0	1	0,8	1	0,3
3. Hesap verebilir olması ve elektronik platformları bu yönde kullanması	Kesinlikle önemli	82	68,9	67	66,3	83	68,0	232	67,8
	Önemli	34	28,6	31	30,7	34	27,9	99	28,9
	Kararsızım	2	1,7	2	2,0	5	4,1	9	2,6
	Önemsiz	1	0,8	1	1,0	0	0,0	2	0,6
	Kesinlikle önemsiz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
4. Karar verme süreçlerine halkın doğrudan katılımını sağlması	Kesinlikle önemli	81	68,1	60	59,4	80	65,6	221	64,6
	Önemli	34	28,6	36	35,6	34	27,9	104	30,4
	Kararsızım	3	2,5	5	5,0	7	5,7	15	4,4
	Önemsiz	1	0,8	0	0,0	1	0,8	2	0,6
	Kesinlikle önemsiz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
5. Teknolojik gelişmelere dayalı olması	Kesinlikle önemli	89	74,8	65	64,4	78	63,9	232	67,8
	Önemli	27	22,7	30	29,7	39	32,0	96	28,1
	Kararsızım	3	2,5	5	5,0	4	3,3	12	3,5
	Önemsiz	0	0,0	1	1,0	1	0,8	2	0,6
	Kesinlikle önemsiz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
6. Vatandaşla etkileşimi arttırmak için sosyal medya platformlarını kullanması	Kesinlikle önemli	78	65,5	58	57,4	71	58,2	207	60,5
	Önemli	36	30,3	38	37,6	45	36,9	119	34,8
	Kararsızım	3	2,5	4	4,0	4	3,3	11	3,2
	Önemsiz	1	0,8	1	1,0	2	1,6	4	1,2
	Kesinlikle önemsiz	1	0,8	0	0,0	0	0,0	1	0,3

Belediyenin sahip olması beklenen nitelikler ölçeğine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.7’de verilmiştir, bu istatistiklere göre katılımcıların büyük çoğunluğu maddelerde yer alan niteliklerin belediyelerinde bulunmasının “kesinlikle önemli” olduğunu belirtmiştir.

Ölçekteki altı maddenin her biri için kullanıcıların %60'ından fazlası, belediyelerinin söz konusu niteliklere sahip olmasının “kesinlikle önemli” olduğunu belirtmiştir. Ölçek maddelerinin her biri için “kesinlikle önemli” ya da “önemli” seçeneklerini işaretleyen katılımcılarının oranı ise %93'ün üzerindedir. Belediyenin nitelikleri ölçeğine ait betimleyici istatistiklere bakıldığında illere göre önemli bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.8: Belediyenin bilgi edinme hakkı konusunda tutumu.

MADDE	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Belediyeniz kamuyu ilgilendiren konulardaki bilgileri nasıl paylaşıyor?	<i>Vatandaşlar Bilgi Edinme Kanunu ile doğan haklarını kullandığında bilgileri paylaşmalı</i>	30	25,2	39	38,6	36	29,5	105	30,7
	<i>Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir isteğe gerek kalmaksızın bilgileri paylaşmalı</i>	75	63,0	51	50,5	70	57,4	196	57,3
	<i>Kararsızım</i>	14	11,8	11	10,9	16	13,1	41	12,0

Belediyelerin bilgi edinme hakkı konusunda tutumunun nasıl olması gerektiğine dair betimleyici istatistikler Tablo 4.8'de verilmiştir. Tabloda yer alan verilere göre katılımcıların %57,3'ü belediyelerin “Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir isteğe gerek kalmaksızın bilgileri kamunun erişimine açması” gerektiğini belirtmektedir. Katılımcıların %30,7'si ise belediyelerin “Vatandaşlar Bilgi Edinme Kanunu ile doğan haklarını kullandığında ilgili bilgileri paylaşması” gerektiğini düşünmektedir. İstatistiklere bakıldığında iller arasında önemli bir farklılaşma görülmezken, “Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir isteğe gerek kalmaksızın” seçeneğini tercih eden katılımcıların daha çok İstanbul ilinde yoğunlaştığı, “Vatandaşlar Bilgi Edinme Kanunu ile doğan haklarını kullandığında” seçeneğini tercih eden katılımcıların ise daha çok Ankara ilinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Belediyenin şeffaf olmasının yolsuzluklar üzerinde etkisine dair betimleyici istatistikler Tablo 4.9’da verilmiştir. Tabloda yer alan istatistiklere göre katılımcıları %71,3’ü şeffaflığın yolsuzlukları engelleyici bir nitelik taşıdığını düşünürken, %14’ü ise şeffaflığın yolsuzluklarla bir ilgisi olmadığını düşünmektedir.

Tablo 4.9: Belediyenin şeffaf olmasının yolsuzluklar üzerinde etkisi.

MADDE	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Belediyenin şeffaf olması yolsuzluklara karşı bir engel oluşturabilir mi?</i>	<i>Evet, yolsuzlukları engelleyici bir nitelik taşır</i>	85	71,4	73	72,3	86	70,5	244	71,3
	<i>Hayır, yolsuzluklarla bir ilgisi olmadığını düşünüyorum</i>	18	15,1	11	10,9	19	15,6	48	14,0
	<i>Kararsızım</i>	16	13,4	17	16,8	17	13,9	50	14,6

Şeffaflık ölçeğine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.10’da verilmiştir, bu istatistiklere bakıldığında katılımcıların “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden çok “katılıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerini tercih ettiği görülmektedir, bu durum belediyenin sosyal medya kullanımında şeffaflık ile ilgili faaliyetleri hakkında katılımcıların kesin yargılara sahip olmadığını göstermektedir. İstatistiklere bakıldığında katılımcıların şeffaflık ölçeğine verdiği yanıtların illere göre önemli bir farklılaşma göstermediği görülmektedir.

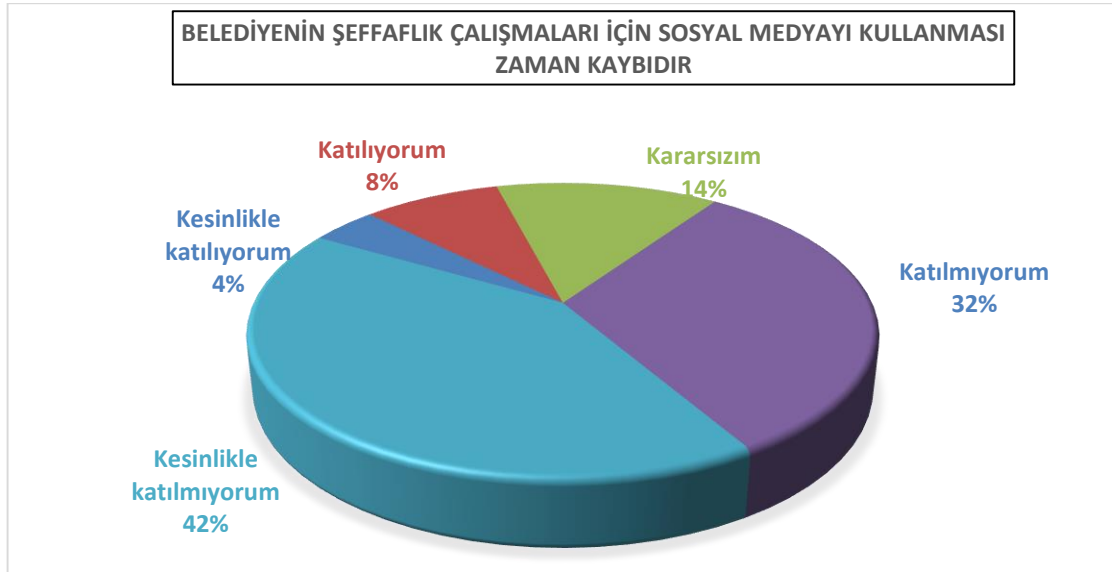
Tablo 4.10: Şeffaflık ölçeği betimleyici istatistikler.

MADDELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>1. Belediyem özel bir isteğe karşın bilgi ve belgeleri sosyal medya aracılığıyla kamunun erişimine sunar</i>	<i>Kesinlikle katılıyorum</i>	21	17,6	18	17,8	15	12,3	54	15,8
	<i>Katılıyorum</i>	46	38,7	26	25,7	31	25,4	103	30,1
	<i>Kararsızım</i>	30	25,2	31	30,7	46	37,7	107	31,3
	<i>Katılmıyorum</i>	17	14,3	18	17,8	25	20,5	60	17,5
	<i>Kesinlikle katılmıyorum</i>	5	4,2	8	7,9	5	4,1	18	5,3

MADELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
2. Belediyem özel bir istek olmaksızın sosyal medya aracılığıyla bilgi ve belgeleri kamu ile paylaşır	Kesinlikle katılıyorum	16	13,4	12	11,9	12	9,8	40	11,7
	Katılıyorum	32	26,9	20	19,8	22	18,0	74	21,6
	Kararsızım	38	31,9	31	30,7	49	40,2	118	34,5
	Katılmıyorum	24	20,2	27	26,7	30	24,6	81	23,7
	Kesinlikle katılmıyorum	9	7,6	11	10,9	9	7,4	29	8,5
3. Belediyem herhangi bir konu ile ilgili bilgi ve belgeleri sosyal medya aracılığıyla isteme olanağı sunar	Kesinlikle katılıyorum	16	13,4	12	11,9	13	10,7	41	12,0
	Katılıyorum	35	29,4	32	31,7	29	23,8	96	28,1
	Kararsızım	44	37,0	29	28,7	46	37,7	119	34,8
	Katılmıyorum	17	14,3	19	18,8	28	23,0	64	18,7
	Kesinlikle katılmıyorum	7	5,9	9	8,9	6	4,9	22	6,4
4. Belediyem sosyal medya aracılığıyla ona duyulan güveni artırır	Kesinlikle katılıyorum	20	16,8	11	10,9	10	8,2	41	12,0
	Katılıyorum	44	37,0	28	27,7	42	34,4	114	33,3
	Kararsızım	30	25,2	28	27,7	46	37,7	104	30,4
	Katılmıyorum	20	16,8	22	21,8	15	12,3	57	16,7
	Kesinlikle katılmıyorum	5	4,2	12	11,9	9	7,4	26	7,6
5. Belediyem demokrasi gelişimine katkıda bulunmak için sosyal medyayı kullanır	Kesinlikle katılıyorum	18	15,1	10	9,9	7	5,7	35	10,2
	Katılıyorum	36	30,3	22	21,8	45	36,9	103	30,1
	Kararsızım	31	26,1	33	32,7	38	31,1	102	29,8
	Katılmıyorum	25	21,0	23	22,8	22	18,0	70	20,5
	Kesinlikle katılmıyorum	9	7,6	13	12,9	10	8,2	32	9,4
6. Belediyem sosyal medyayı kullanarak yönetsel etkililiğini ve verimliliğini artırır	Kesinlikle katılıyorum	27	22,7	12	11,9	10	8,2	49	14,3
	Katılıyorum	44	37,0	30	29,7	53	43,4	127	37,1
	Kararsızım	31	26,1	29	28,7	33	27,0	93	27,2
	Katılmıyorum	13	10,9	18	17,8	20	16,4	51	14,9
	Kesinlikle katılmıyorum	4	3,4	12	11,9	6	4,9	22	6,4
7. Belediyem sosyal medya yoluyla belgeleri kamuya anlaşılır bir yolla aktarır	Kesinlikle katılıyorum	17	14,3	13	12,9	7	5,7	37	10,8
	Katılıyorum	31	26,1	20	19,8	40	32,8	91	26,6
	Kararsızım	39	32,8	30	29,7	43	35,2	113	32,7
	Katılmıyorum	24	20,2	23	22,8	21	17,2	68	19,9
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	15	14,9	11	9,0	34	9,9
8. Belediyem kamu harcamalarının daha hesap verebilir olması için gerekli bilgileri sosyal medyadan sunar	Kesinlikle katılıyorum	14	11,8	15	14,9	11	9,0	40	11,7
	Katılıyorum	25	21,0	22	21,8	27	22,1	74	21,6
	Kararsızım	38	31,9	21	20,8	44	36,1	103	30,1
	Katılmıyorum	29	24,4	24	23,8	30	24,6	83	24,3
	Kesinlikle katılmıyorum	13	10,9	19	18,8	10	8,2	42	12,3

MADDELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
9. Belediyem karar süreçleri ile ilgili gerekli duyuruları sosyal medya üzerinden paylaşıyor	Kesinlikle katılıyorum	21	17,6	11	10,9	13	10,7	45	13,2
	Katılıyorum	32	26,9	24	23,8	38	31,1	94	27,5
	Kararsızım	42	35,3	33	32,7	41	33,6	116	33,9
	Katılmıyorum	18	15,1	21	20,8	23	18,9	62	18,1
	Kesinlikle katılmıyorum	6	5,0	12	11,9	7	5,7	25	7,3
10. Belediyemin şeffaflık çalışmalarını için sosyal medyayı kullanması zaman kaybedir	Kesinlikle katılıyorum	6	5,0	4	4,0	4	3,3	14	4,1
	Katılıyorum	9	7,6	11	10,9	9	7,4	29	8,5
	Kararsızım	16	13,4	16	15,8	15	12,3	47	13,7
	Katılmıyorum	34	28,6	31	30,7	44	36,1	109	31,9
	Kesinlikle katılmıyorum	54	45,4	39	38,6	50	41,0	143	41,8
11. Belediyemde karar süreçleri şeffaflık ve sosyal medyadan takip edilebilir	Kesinlikle katılıyorum	12	10,1	9	8,9	10	8,2	31	9,1
	Katılıyorum	25	21,0	20	19,8	31	25,4	76	22,2
	Kararsızım	47	39,5	40	39,6	50	41,0	137	40,1
	Katılmıyorum	27	22,7	17	16,8	19	15,6	63	18,4
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	15	14,9	12	9,8	35	10,2

Şekil 4.1’de görüldüğü gibi katılımcıların %42’si belediyenin şeffaflık çalışmalarının zaman kaybı olduğu fikrine “kesinlikle katılmamakta”dır ve %32’si ise bu fikre “katılmadığını” belirtmektedir.



Şekil 4.1: Belediyenin şeffaflık çalışmaları için sosyal medyayı kullanması.

Tablo 4.11: Belediyenin hesap verebilir olması gerekliliği.

MADDE	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		L		N	%	N	%	N	%
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Belediyenin hesap verebilir olması bir gereklilik midir?</i>	<i>Gerekliliktir</i>	116	97,5	97	96,0	119	97,5	332	97,1
	<i>Gereksiz bir iş yüküdür</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	<i>Kararsızım</i>	3	2,5	4	4,0	3	2,5	10	2,9

Belediyenin hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmasına ait betimsel istatistikler Tablo 4.11’de verilmiştir. Tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların %97,1’ine göre belediyenin hesap verebilir olması bir gerekliliktir. Betimsel istatistiklere bakıldığında illere göre belediyenin hesap verebilir olması gerekliliği ile ilgili önemli bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.12: Belediyeler kimlere karşı hesap verebilir olmalı?

PAYDAŞLAR	YANIT	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Vatandaşlara</i>	<i>Evet</i>	115	96,6	97	96,0	119	97,5	331	96,8
	<i>Hayır</i>	4	3,4	4	4,0	3	2,5	11	3,2
<i>Devlet kurumlarına</i>	<i>Evet</i>	90	75,6	63	62,4	83	68,0	236	69,0
	<i>Hayır</i>	29	24,4	38	37,6	39	32,0	106	31,0
<i>Çalışanlarına</i>	<i>Evet</i>	84	70,6	50	49,5	89	73,0	223	65,2
	<i>Hayır</i>	35	29,4	51	50,5	33	27,0	119	34,8
<i>Özel Kurum ve Şirketlere</i>	<i>Evet</i>	32	26,9	28	27,7	39	32,0	99	28,9
	<i>Hayır</i>	87	73,1	73	72,3	83	68,0	243	71,1
<i>Hukuk Sistemine</i>	<i>Evet</i>	99	83,2	79	78,2	100	82,0	278	81,3
	<i>Hayır</i>	20	16,8	22	21,8	22	18,0	64	18,7
<i>Hiçbirine</i>	<i>Evet</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	<i>Hayır</i>	119	100	101	100	122	100	342	100

Belediyenin kimlere karşı hesap verebilir olması gerektiği ile ilgili Tablo 4.12’de yer alan betimleyici istatistiklere göre katılımcıların %100’ü belediyenin en az bir paydaşa karşı hesap verebilir olması gerektiğini belirtmektedir. Katılımcıların %96,8’i vatandaşlara,

%81,3 hukuk sistemine, %69'u devlet kurumlarına, %65,2'si çalışanlarına ve %28,9'u özel kurum ve şirketlere karşı belediyenin hesap verebilir olması gerektiğini düşünmektedir. İllere göre katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde ise belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerektiği ile ilgili bir farklılaşma görülmektedir; Ankara ili katılımcılarının %49,5'i belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünürken bu oran İstanbul ili katılımcıları için %70,6 ve İzmir ili katılımcıları için %73'tür.

Tablo 4.13: Belediyenin hesap verebilirliğinin demokratik olması üzerinde etkisi.

MADDE	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Belediyenin hesap verebilir olması daha demokratik olmasına katkı sağlar mı?</i>	<i>Evet, sağlar</i>	115	96,6	92	91,1	117	95,9	324	94,7
	<i>Hayır, ilgisi olduğunu düşünmüyorum</i>	1	0,8	5	5,0	4	3,3	10	2,9
	<i>Kararsızım</i>	3	2,5	4	4,0	1	0,8	8	2,3

Belediyenin hesap verebilirliğinin demokratik olması üzerindeki etkisine ait Tablo 4.13'te verilen betimleyici istatistiklere bakıldığında katılımcıların %94,7'sinin belediyenin hesap verebilir olmasının demokratik olmasına katkı sağlayacağını düşündüğü görülmektedir. Tablo 4.13'te yer alan istatistiklere göre belediyenin hesap verebilirliğinin demokratik olması üzerinde etkisi ile ilgili katılımcı yanıtlarının illere göre farklılaşmadığı görülmektedir.

Hesap verebilirlik ölçeğine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.14'te verilmiştir, bu istatistiklere bakıldığında katılımcıların “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden çok “katılıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerini tercih ettiği görülmektedir. Bu durum belediyenin sosyal medya kullanımında hesap verebilirlik ile ilgili faaliyetleri hakkında katılımcıların kesin yargılara sahip olmadığını ve bu nedenle “katılıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerinin daha fazla tercih edildiğini göstermektedir. İstatistiklere bakıldığında katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdiği yanıtların illere göre önemli bir farklılaşma göstermediği görülmektedir.

Tablo 4.14: Hesap verebilirlik ölçeği betimleyici istatistikler.

MADDELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1. Sosyal medya ile hantal bürokrasiye gerek kalmadan belediyeme erişebiliyorum	Kesinlikle katılıyorum	27	22,7	23	22,8	31	25,4	81	23,7
	Katılıyorum	41	34,5	31	30,7	42	34,4	114	33,3
	Kararsızım	24	20,2	28	27,7	23	18,9	75	21,9
	Katılmıyorum	21	17,6	16	15,8	19	15,6	56	16,4
	Kesinlikle katılmıyorum	6	5,0	3	3,0	7	5,7	16	4,7
2. Belediyemden bir konu hakkında bilgi edinmem için sosyal medyayı kullanmam yeterli	Kesinlikle katılıyorum	10	8,4	8	7,9	15	12,3	33	9,6
	Katılıyorum	31	26,1	29	28,7	28	23,0	88	25,7
	Kararsızım	40	33,6	31	30,7	47	38,5	118	34,5
	Katılmıyorum	30	25,2	24	23,8	26	21,3	80	23,4
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	9	8,9	6	4,9	23	6,7
3. Vatandaşlar diletiğinde sosyal medyayı kullanarak rahatlıkla belediyeme hesap sorabilir	Kesinlikle katılıyorum	12	10,1	9	8,9	17	13,9	38	11,1
	Katılıyorum	26	21,8	16	15,8	25	20,5	67	19,6
	Kararsızım	41	34,5	31	30,7	39	32,0	111	32,5
	Katılmıyorum	28	23,5	27	26,7	29	23,8	84	24,6
	Kesinlikle katılmıyorum	12	10,1	18	17,8	12	9,8	42	12,3
4. Belediyemin performansını, sosyal medyadan vatandaşın beklentilerine göre değerlendirebilir	Kesinlikle katılıyorum	21	17,6	15	14,9	21	17,2	57	16,7
	Katılıyorum	50	42,0	37	36,6	61	50,0	148	43,3
	Kararsızım	28	23,5	26	25,7	24	19,7	78	22,8
	Katılmıyorum	12	10,1	14	13,9	13	10,7	39	11,4
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	9	8,9	3	2,5	20	5,8
5. Belediyem sosyal medyayı kullanarak vatandaşlara doğru ve açık bilgiler verir	Kesinlikle katılıyorum	11	9,2	9	8,9	13	10,7	33	9,6
	Katılıyorum	35	29,4	24	23,8	35	28,7	94	27,5
	Kararsızım	39	32,8	37	36,6	42	34,4	118	34,5
	Katılmıyorum	26	21,8	21	20,8	24	19,7	71	20,8
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	10	9,9	8	6,6	26	7,6
6. Belediyem sosyal medya üzerinden kamu kaynakları kullanımını Faaliyet Raporlarıyla vatandaşlara bildirir	Kesinlikle katılıyorum	15	12,6	11	10,9	13	10,7	39	11,4
	Katılıyorum	30	25,2	24	23,8	34	27,9	88	25,7
	Kararsızım	32	26,9	31	30,7	40	32,8	103	30,1
	Katılmıyorum	26	21,8	19	18,8	26	21,3	71	20,8
	Kesinlikle katılmıyorum	16	13,4	16	15,8	9	7,4	41	12,0
7. Sosyal medyada belediyem ile ilgili negatif eleştirileri ve sorgulayıcı soruları rahatlıkla dile	Kesinlikle katılıyorum	24	20,2	13	12,9	21	17,2	58	17,0
	Katılıyorum	43	36,1	29	28,7	45	36,9	117	34,2
	Kararsızım	26	21,8	26	25,7	26	21,3	78	22,8
	Katılmıyorum	16	13,4	20	19,8	22	18,0	58	17,0
	Kesinlikle katılmıyorum	10	8,4	13	12,9	8	6,6	31	9,1

Belediyenin karar süreçlerine paydaşların katılımını sağlaması gerekliliği ile ilgili Tablo 4.15'te verilen betimsel istatistiklere göre katılımcıların %93'ü karar süreçlerine katılımın belediyenin daha demokratik olması ve toplumsal huzur için bir gereklilik olduğunu belirtmiştir. İstatistiklere bakıldığında belediyenin katılımı sağlaması gerekliliği ile ilgili illere göre önemli bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.15: Belediyenin karar süreçlerine katılımı sağlaması gerekliliği.

MADDE	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Belediyenin karar süreçlerine tarafların katılımını sağlaması gerekli midir?</i>	<i>Evet, belediyenin daha demokratik olması ve toplumsal huzur için bu bir gerekliliktir</i>	113	95,0	87	86,1	118	96,7	318	93,0
	<i>Hayır, her karar sürecine katılımı sağlamak gereksizdir, belediyeyi zaten halk seçiyor</i>	4	3,4	7	6,9	0	0,0	11	3,2
	<i>Kararsızım</i>	2	1,7	7	6,9	4	3,3	13	3,8

Katılım ölçeğine ait betimleyici istatistikler Tablo 4.16'da verilmiştir, bu istatistiklere bakıldığında yanıtlayıcıların “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden çok “katılıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerini tercih ettiği görülmektedir, bu durum belediyenin sosyal medya kullanımında katılım ile ilgili faaliyetleri hakkında yanıtlayıcıların kesin yargılara sahip olmadığını göstermektedir. İstatistiklere bakıldığında yanıtlayıcıların katılım ölçeğine verdiği yanıtların illere göre farklılaştığı görülmektedir. Ölçekte bulunan maddeler incelendiğinde Ankara yanıtlayıcılarının, “belediyenin sosyal medya kullanımında katılımı arttırmaya yönelik faaliyetlere yer verdiği” yönündeki ifadeler diğer illerin yanıtlayıcılarından daha az katıldıkları görülmektedir. Tablo 4.16 incelendiğinde ölçekte bulunan yedi maddenin her birinde bu farklılaşmanın olduğu görülmektedir, bu nedenle İstanbul ve İzmir illerinin katılımcılarının belediyelerinin sosyal medya aracılığıyla yaptığı katılım faaliyetleri ile ilgili yapmış olduğu değerlendirme Ankara ili katılımcılarının değerlendirmesinden daha yüksektir.

Tablo 4.16: Katılım ölçeği betimleyici istatistikler.

MADDELER	YANITLAR	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1. Belediyem sosyal medya anketlerini kullanarak yerel gündem ile ilgili vatandaşın görüşüne	Kesinlikle katılıyorum	18	15,1	11	10,9	14	11,5	43	12,6
	Katılıyorum	37	31,1	28	27,7	41	33,6	106	31,0
	Kararsızım	31	26,1	26	25,7	39	32,0	96	28,1
	Katılmıyorum	21	17,6	22	21,8	20	16,4	63	18,4
	Kesinlikle katılmıyorum	12	10,1	14	13,9	8	6,6	34	9,9
2. Belediyem konu ve sorunların çözümünde aktif katılımcı olmama sosyal medya üzerinden teşvik eder	Kesinlikle katılıyorum	18	15,1	6	5,9	14	11,5	38	11,1
	Katılıyorum	37	31,1	26	25,7	40	32,8	103	30,1
	Kararsızım	32	26,9	32	31,7	42	34,4	106	31,0
	Katılmıyorum	19	16,0	21	20,8	19	15,6	59	17,3
	Kesinlikle katılmıyorum	13	10,9	16	15,8	7	5,7	36	10,5
3. Belediyem tartışma forumları ve toplantı gibi etkinlikleri sosyal medya aracılığıyla vatandaşlara duyurur	Kesinlikle katılıyorum	16	13,4	11	10,9	13	10,7	40	11,7
	Katılıyorum	49	41,2	29	28,7	47	38,5	125	36,5
	Kararsızım	31	26,1	32	31,7	39	32,0	102	29,8
	Katılmıyorum	15	12,6	20	19,8	18	14,8	53	15,5
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	9	8,9	5	4,1	22	6,4
4. Belediyem sosyal medya üzerinden beni, kolaylaştırılmış e-dilekçeler veya benzer formları kullanmaya	Kesinlikle katılıyorum	16	13,4	10	9,9	16	13,1	42	12,3
	Katılıyorum	44	37,0	28	27,7	41	33,6	113	33,0
	Kararsızım	32	26,9	28	27,7	43	35,2	103	30,1
	Katılmıyorum	20	16,8	26	25,7	18	14,8	64	18,7
	Kesinlikle katılmıyorum	7	5,9	9	8,9	4	3,3	20	5,8
5. Belediyem karar süreçlerinde vatandaşların sosyal medya üzerinden verdiği tepkileri	Kesinlikle katılıyorum	15	12,6	6	5,9	12	9,8	33	9,6
	Katılıyorum	41	34,5	14	13,9	36	29,5	91	26,6
	Kararsızım	33	27,7	46	45,5	51	41,8	130	38,0
	Katılmıyorum	22	18,5	21	20,8	16	13,1	59	17,3
	Kesinlikle katılmıyorum	8	6,7	14	13,9	7	5,7	29	8,5
6. Belediyem yerel gündem ile ilgili gelişmeleri sosyal medya üzerinden her zaman takip eder	Kesinlikle katılıyorum	13	10,9	13	12,9	13	10,7	39	11,4
	Katılıyorum	34	28,6	31	30,7	41	33,6	106	31,0
	Kararsızım	48	40,3	36	35,6	46	37,7	130	38,0
	Katılmıyorum	18	15,1	14	13,9	18	14,8	50	14,6
	Kesinlikle katılmıyorum	6	5,0	7	6,9	4	3,3	17	5,0
7. Belediyem sosyal medyayı vatandaşların bir konu hakkındaki fikirlerini ulaştırması için önemli bir araç	Kesinlikle katılıyorum	29	24,4	21	20,8	33	27,0	83	24,3
	Katılıyorum	44	37,0	33	32,7	40	32,8	117	34,2
	Kararsızım	34	28,6	30	29,7	29	23,8	93	27,2
	Katılmıyorum	9	7,6	13	12,9	13	10,7	35	10,2
	Kesinlikle katılmıyorum	3	2,5	4	4,0	7	5,7	14	4,1

Belediyenin karar süreçlerine kimlerin katılımını sağlaması gerektiği ile ilgili Tablo 4.16’da verilen betimsel istatistiklere göre; katılımcıların %91,8’i vatandaşların, %64’ü çalışanlarının, %34,2’si hükümetin ve %21,6’sı özel şirketlerin karar süreçlerine katılımının sağlanması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 4.17: Belediyeler karar süreçlerine kimlerin katılımını sağlamalı?

PAYDAŞLAR	YANIT	İSTANBUL		ANKARA		İZMİR		TOPLAM	
		N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Vatandaşların</i>	<i>Evet</i>	111	93,3	88	87,1	115	94,3	314	91,8
	<i>Hayır</i>	8	6,7	13	12,9	7	5,7	28	8,2
<i>Çalışanlarının</i>	<i>Evet</i>	79	66,4	51	50,5	89	73,0	219	64,0
	<i>Hayır</i>	40	33,6	50	49,5	33	27,0	123	36,0
<i>Özel Şirketlerin</i>	<i>Evet</i>	25	21,0	20	19,8	29	23,8	74	21,6
	<i>Hayır</i>	94	79,0	81	80,2	93	76,2	268	78,4
<i>Hükümetin</i>	<i>Evet</i>	38	31,9	30	29,7	49	40,2	117	34,2
	<i>Hayır</i>	81	68,1	71	70,3	73	59,8	225	65,8
<i>Hiçbirinin</i>	<i>Evet</i>	4	3,4	8	7,9	3	2,5	15	4,4
	<i>Hayır</i>	115	96,6	93	92,1	119	97,5	327	95,6

Tablo 4.17’de illere göre katılımcıların yanıtları incelendiğinde ise belediyenin karar süreçlerine çalışanlarının katılımını sağlaması gerektiği ile ilgili bir farklılaşma görülmektedir. Ankara ili katılımcılarının %50,5’i belediyenin karar süreçlerine çalışanlarının katılımını sağlaması gerektiğini düşünürken, bu oran İstanbul ili için %66,4 ve İzmir ili için %73 olarak istatistiklere yansımıştır.

Tablo 4.18: Belediyelerin ölçeklerden aldığı puanlar.

ÖLÇEKLER	İSTANBUL			ANKARA			İZMİR			TOPLAM		
	N	X	SS	N	X	SS	N	X	SS	N	X	SS
Şeffaflık Ölçeği	119	57,4	21,1	101	50,6	24,9	122	53,5	20,0	342	54,0	22,1
Hesap Verebilirlik Ölçeği	119	56,0	22,2	101	52,4	23,1	122	57,8	19,7	342	55,6	21,7
Katılım Ölçeği	119	59,0	21,6	101	52,2	21,6	122	59,1	21,4	342	57,0	21,7

Çalışmada kullanılan ölçeğin alt ölçeklerinde belediyelerin aldıkları puanlar ile ilgili betimleyici istatistikler Tablo 4.18’de verilmiştir. Tabloda yer alan betimsel istatistiklere

göre her üç ölçekte de Ankara Büyükşehir Belediyesinin aldığı puanlar İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesinden daha düşüktür. Katılım ölçeği puanlarında bu farklılaşmanın daha fazla yaşandığı görülmektedir.

4.3. BELEDİYENİN NİTELİKLERİ ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların sosyal medya kullanıcısı profilinin ve vatandaş profilinin belirlenmesine yönelik ölçekte bulunan maddeler ve betimsel istatistikler göz önüne alınarak, belediyenin nitelikleri ölçeği puanları ile ilgili istatistiksel bulgular ele alınmaktadır.

H₀: Kadın ve erkek katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Kadın ve erkek katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin uygulanan Mann Whitney-U testi sonuçları Tablo 4.19’da verilmiştir. Kadın katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_k= 90,89$), erkek katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e= 88,81$) daha yüksek olduğu görülmüştür. Farklı cinsiyete sahip katılımcıların, belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan Mann Whitney-U testi sonucunda, $p>0,05$ olduğundan, gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka ($p=0,189$, $U=13432,5$) rastlanmamıştır (**H₀** hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.19: Cinsiyete göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.

Cinsiyet	N	S.O.	S.T.	U	z	p
Kadın	177	178,11	31525,50			
Erkek	165	164,41	27127,50	13432,5	-1,314	,189
Toplam	342					

H₀: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Mann Whitney-U testi sonuçları Tablo 4.20’de verilmiştir. Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e=90,75$), sağlamayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h=89,71$) daha yüksek olduğu görülmüştür. Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan non-parametrik Mann Whitney-U testi sonucunda, $p>0,05$ olduğundan gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka ($p=0,336$, $U=7700,5$) rastlanmamıştır (**H₀** hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.20: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.

Sosyal medya yoluyla erişim	N	S.O.	S.T.	U	z	p
Evet	59	182,48	10766,50			
Hayır	283	169,21	47886,50	7700,5	-,963	,336
Toplam	342					

H₀: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye web sitesi yoluyla erişim durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Mann Whitney-U testi sonuçları Tablo 4.21’de verilmiştir. Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e= 91,70$), sağlamayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h= 88,59$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan non-parametrik Mann Whitney-U testi sonucunda, $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka ($p=0,015$, $U=12095,0$) rastlanmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu farkın web sitesi yoluyla belediyeye erişim sağlayanların belediyenin nitelikleri ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 4.21: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.

Web sitesi yoluyla erişim	N	S.O.	S.T.	U	z	p
Evet	143	186,42	26658,00			
Hayır	199	160,78	31995,00	12095,0	-2,428	,015
Toplam	342					

H₀: Belediyeye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların ve kullanmayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların ve kullanmayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye ait mobil uygulama kullanma durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Mann Whitney-U testi sonuçları Tablo 4.22’de verilmiştir. Belediyeye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e=91,18$), kullanmayan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h= 88,84$) yüksek olduğu görülmektedir. Belediyeye ait mobil uygulama kullanan ve kullanmayan

katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan non-parametrik Mann Whitney-U testi sonucunda, $p > 0,05$ olduğundan gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka ($p = 0,047$, $U = 12702,0$) rastlanmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu farkın belediyeye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 4.22: Belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumuna göre belediyenin nitelikleri ölçeği puanları Mann Whitney-U testi sonuçları.

Mobil uygulama kullanımı	N	S.O.	S.T.	U	z	p
Evet	153	182,98	27996,00			
Hayır	189	162,21	30657,00	12702,0	-1,983	,047
Toplam	342					

4.4. ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların sosyal medya kullanıcısı profilinin ve vatandaş profilinin belirlenmesine yönelik ölçekte bulunan maddeler ve betimsel istatistikler göz önüne alınarak, şeffaflık ölçeği puanları ile ilgili istatistiksel bulgular ele alınmaktadır.

H₀: Kadın ve erkek katılımcıların şeffaflık ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Kadın ve erkek katılımcıların şeffaflık ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin cinsiyete göre şeffaflık ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.23'te verilmiştir. Kadın katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_k = 54,34$), Erkek katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e = 53,66$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F = 0,851$, $P = 0,357$) varsayımı doğrulanmıştır. Analiz sonucunda $t_{(340)} = 0,280$, $p = 0,780 > 0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak kadın ve erkek katılımcıların şeffaflık ölçeği puanları arasında

istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır (**H₀** hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.23: Cinsiyete göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Şeffaflık ölçeği puanları	Kadın	177	54,34	21,21	,280	340	,780
	Erkek	165	53,66	23,02			

H₀: Şeffaflık ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Şeffaflık ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin yaşanan şehre göre şeffaflık ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan ANOVA testi sonuçları Tablo 4.24'te verilmiştir. İstanbul katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{X}_i=57,40$, Ankara katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{X}_{an}=50,64$ ve İzmir katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{X}_{iz}=53,50$ 'dir. Analiz sonucunda ($F_{(2,339)}=2,631$, $p=0,073>0,05$) hesap verebilirlik ölçeği puanlarının yaşanan şehre göre istatistiksel açıdan farklılık göstermediği tespit edilmiştir (**H₀** hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.24: Yaşanılan şehre göre şeffaflık ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K.T.	Sd	K.O.	F	P
Şeffaflık ölçeği puanları	İstanbul	119	57,40	1,94	G.Arası	2539,3	2	1269,7	2,631	0,073
	Ankara	101	50,64	2,48	G.İçi	163571,4	339	482,5		
	İzmir	122	53,50	1,82	Toplam	166110,7	341			
	Toplam	342	54,01	1,19						

H₀: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların şeffaflık ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların şeffaflık ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre şeffaflık ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.25'te verilmiştir. Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e= 60,08$), sosyal medya yoluyla erişim sağlamayan katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h= 52,75$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,089$, $P=0,766$) varsayımı doğrulanamamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(84,61)}=2,356$, $p=0,021<0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan ve sağlamayan katılımcıların şeffaflık ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların şeffaflık ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.25: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Sosyal medya yoluyla erişim	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Şeffaflık ölçeği puanları	Evet	59	60,08	21,72	2,356	84,61	,021
	Hayır	283	52,75	21,97			

H_0 : Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların şeffaflık ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H_1 : Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların şeffaflık puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.26'da verilmiştir. Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_h=70,91$), bunun bir gereklilik olduğunu düşünen katılımcıların şeffaflık ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e=$

53,45) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=2,336$, $P=0,127$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(11,51)}=-3,755$, $p=0,003>0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların şeffaflık ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların şeffaflık ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.26: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre şeffaflık ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

Belediye vatandaşlara karşı hesap verebilir olmalı		N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Şeffaflık ölçeği puanları	Evet	331	53,45	22,06	-3,755	11,51	0,003
	Hayır	11	70,91	14,89			

4.5. HESAP VEREBİLİRLİK ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların sosyal medya kullanıcısı profilinin ve vatandaş profilinin belirlenmesine yönelik ölçekte bulunan maddeler ve betimsel istatistikler göz önüne alınarak, hesap verebilirlik ölçeği puanları ile ilgili istatistiksel bulgular ele alınmaktadır.

H₀: Kadın ve erkek katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Kadın ve erkek katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin cinsiyete göre hesap verebilirlik ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.27'de verilmiştir. Erkek katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e=56,60$), kadın katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_k=54,68$)

yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=5,948$, $P=0,015$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(318,8)}=-0,813$, $p=0,414>0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak kadın ve erkek katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.27: Cinsiyete göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Hesap Verebilirlik ölçeği puanları	Kadın	177	54,68	19,60	-,813	318,8	,414
	Erkek	165	56,60	23,72			

H₀: Hesap verebilirlik ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Hesap verebilirlik ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin yaşanan şehre göre hesap verebilirlik ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan ANOVA testi sonuçları Tablo 4.28'de verilmiştir. İstanbul katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{is}=56,03$, Ankara katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{an}=52,44$ ve İzmir katılımcılarının hesap verebilirlik ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{iz}=57,82$ 'dir. Analiz sonucunda ($F_{(2,339)}=1,742$, $p=0,177>0,05$) hesap verebilirlik ölçeği puanlarının yaşanan şehre göre istatistiksel açıdan farklılık göstermediği tespit edilmiştir (H_0 hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.28: Yaşanan şehre göre hesap verebilirlik ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K.T.	Sd	K.O.	F	P
Hesap verebilirlik ölçeği puanları	İstanbul	119	56,03	2,04	G.Arası	1630,0	2	815,0	1,742	0,177
	Ankara	101	52,44	2,30	G.İçi	158597,2	339	467,8		
	İzmir	122	57,82	1,78	Toplam	166227,2	341			
	Toplam	342	55,61	1,17						

H₀: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların hesap verebilirlik ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların hesap verebilirlik ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.29’da verilmiştir. Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e= 61,14$), sosyal medya yoluyla erişim sağlamayan katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h= 54,45$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene’s testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,004$, $P=0,948$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(82,86)}=2,137$, $p=0,036<0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan ve sağlamayan katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların hesap verebilirlik ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (**H₀** hipotezi reddedilir ve **H₁** hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.29: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

Sosyal medya yoluyla erişim		N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Hesap verebilirlik ölçeği puanları	Evet	59	61,14	21,93	2,137	82,86	,036
	Hayır	283	54,45	21,48			

H₀: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların hesap verebilirlik puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.30'da verilmiştir. Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_h=69,16$), bunun bir gereklilik olduğunu düşünen katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e= 55,16$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,826$, $P=0,364$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(11,01)}=-2,555$ $p=0,027>0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmadığını düşünen katılımcıların hesap verebilirlik ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (**H₀** hipotezi reddedilir ve **H₁** hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.30: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre hesap verebilirlik ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

Belediye vatandaşlara karşı hesap verebilir olmalı		N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Hesap verebilirlik ölçeği puanları	Evet	331	55,16	21,67	-2,555	11,01	0,027
	Hayır	11	69,16	17,73			

H₀: Katılımcıların belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihi yaşadığı şehirden bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Katılımcıların belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihi yaşadığı şehir ile bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.31’de görüldüğü gibi, belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=15,719$, $p=0,000<0,05$) (**H₀** hipotezi reddedilir ve **H₁** hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihinin, yaşadığı şehre göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Tabloda yer alan verilere göre daha çok İzmir ve İstanbul’da yaşayan katılımcıların belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşündüğü görülmektedir.

Tablo 4.31: Belediyenin çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Belediye çalışanlarına karşı hesap verebilir olmalı		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
	İstanbul	84					35
Yaşanılan şehir	Örneklem içinde %	70,6%	29,4%	100%			
	Ankara	50	51	101			
Yaşanılan şehir	Örneklem içinde %	49,5%	50,5%	100%	15,719	2	0,000
	İzmir	89	33	122			
Yaşanılan şehir	Örneklem içinde %	73,0%	27,0%	100%			
	Toplam	223	119	342			
Örneklem içinde %	65,2%	34,8%	100%				

4.6. KATILIM ÖLÇEĞİ İLE İLGİLİ BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların sosyal medya kullanıcısı profilinin ve vatandaş profilinin belirlenmesine yönelik ölçekte bulunan maddeler ve betimsel istatistikler göz önüne alınarak, katılım ölçeği puanları ile ilgili istatistiksel bulgular ele alınmaktadır.

H₀: Kadın ve erkek katılımcıların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Kadın ve erkek katılımcıların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin cinsiyete göre katılım ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.32’de verilmiştir. Kadın yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanlarının ortalama puanının ($\bar{X}_k=57,02$), Erkek yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanlarının ortalama puanından ($\bar{X}_e=56,97$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene’s testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=5,851$, $P=0,012$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(322)}=0,022$, $p=0,982>0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak kadın ve erkek yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır (**H₀** hipotezi reddedilemez).

Tablo 4.32: Cinsiyete göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Katılım ölçeği puanları	Kadın	177	57,02	19,87	,022	322,0	,982
	Erkek	165	56,97	23,53			

H₀: Katılım ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Katılım ölçeği puanı ile yaşanan şehir arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin yaşanan şehre göre katılım ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan ANOVA testi sonuçları Tablo 4.33’te verilmiştir. İstanbul katılımcılarının katılım ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{is}=58,94$, Ankara katılımcılarının katılım ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{an}=52,19$ ve İzmir katılımcılarının katılım ölçeği puan ortalaması $\bar{x}_{iz}=59,07$ ’dir. Analiz sonucunda ($F_{(2,339)}=3,572$, $p=0,029<0,05$) yaşanan en

az bir şehrin katılım ölçeği puanlarının diğerlerine göre istatistiksel açıdan farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.33: Yaşanılan şehre göre katılım ölçeği puanları ANOVA testi sonuçları.

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	SH_x	Var. K.	K.T.	Sd	K.O.	F	P
Katılım ölçeği puanları	İstanbul	119	58,94	1,98	G.Arası	3309,2	2	1654,6	3,572	0,029
	Ankara	101	52,19	2,15	G.İçi	157040,6	339	463,2		
	İzmir	122	59,07	1,94	Toplam	160349,8	341			
	Toplam	342	57,00	1,17						

ANOVA testi sonucunda anlamlı farklılığın kaynağını saptamak için Post-Hoc çoklu karşılaştırma testlerinden LSD testi uygulanmış ve istatistiksel anlamlılık değeri 0.05 olarak belirlenmiştir. Tablo 4.33'teki ANOVA testi sonucunda çıkan farklılığın, Tablo 4.34'te görüldüğü gibi katılım ölçeği Ankara puanlarının, İstanbul ve İzmir puanlarından daha düşük olmasından kaynaklandığı görülmektedir ($p_{\text{ank-ist}}=0,021$ ve $p_{\text{ank-izm}}=0,018$).

Tablo 4.34: Yaşanılan şehre göre katılım ölçeği puanları arasında hangi şehirler arasında farklılaşma olduğunu belirlemek üzere uygulanan Post-Hoc LSD testi sonuçları.

Şehir (i)	Şehir (j)	Ort. Farkı (i-j)	SH_x	p
İstanbul	Ankara	6,751(*)	2,912	0,021
	İzmir	-0,131	2,773	0,962
Ankara	İstanbul	-6,751(*)	2,912	0,021
	İzmir	-6,882(*)	2,895	0,018
İzmir	İstanbul	0,131	2,773	0,962
	Ankara	6,882(*)	2,895	0,018

H_0 : Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H_1 : Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre katılım ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için

T testi sonuçları Tablo 4.35'te verilmiştir. Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_h= 63,86$), sosyal medya yoluyla erişim sağlamayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e= 55,57$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,192$, $P=0,661$) varsayımı doğrulanamamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(86,76)}=2,785$, $p=0,007<0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyeye sosyal medya yoluyla erişim sağlayan ve sağlamayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın sosyal medya yoluyla erişim sağlayanların katılım ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.35: Belediyeye sosyal medya yoluyla erişim durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

Sosyal medya yoluyla erişim		N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Katılım ölçeği puanları	Evet	59	63,86	21,65	2,785	86,76	,007
	Hayır	283	55,57	20,63			

H₀: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayanların ve sağlamayanların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Hipotezlere ilişkin uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.36'da verilmiştir. Belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_e= 61,39$), web sitesi yoluyla erişim sağlamayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_h= 53,84$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene's testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,109$, $P=0,741$) varsayımı doğrulanamamıştır, grup heterojen dağılım göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(313,98)}=3,242$, $p=0,001<0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyeye web sitesi yoluyla erişim sağlayan ve sağlamayan yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın web sitesi yoluyla erişim

sağlayanların katılım ölçeği puanlarının daha yüksek olması şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir).

Tablo 4.36: Belediyeye web sitesi yoluyla erişim durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Web Sitesi yoluyla erişim	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Katılım ölçeği puanları	Evet	143	61,39	20,82	3,242	313,98	,001
	Hayır	199	53,84	21,79			

H_0 : Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H_1 : Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.37: Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre katılım ölçeği puanları Bağımsız gruplar için T testi sonuçları.

	Belediye vatandaşlara karşı hesap verebilir olmalı	N	\bar{X}	SS	t	Sd	p
Katılım ölçeği puanları	Evet	331	56,69	21,78	-1,844	11,16	0,092
	Hayır	11	66,23	16,70			

Hipotezlere ilişkin belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünme durumuna göre katılım ölçeği puanları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için uygulanan Bağımsız gruplar için T testi sonuçları Tablo 4.37’de verilmiştir. Belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olmasının bir gereklilik olmadığını düşünen yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanının ($\bar{X}_h=66,23$), bunun bir gereklilik olduğunu düşünen yanıtlayıcıların katılım ölçeği ortalama puanından ($\bar{X}_e=56,69$) yüksek olduğu görülmektedir. Levene’s testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu ($F=0,782$, $P=0,377$) varsayımı doğrulanmamıştır, grup heterojen dağılım

göstermektedir. Analiz sonucunda $t_{(11,16)}=-1,844$, $p=0,092>0,05$ olduğu görülmüştür. Bu analize bağlı olarak belediyenin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini düşünen ve bunun bir gereklilik olmadığını düşünen yanıtlayıcıların katılım ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır (H_0 hipotezi reddedilemez).

H₀: Katılımcıların belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihi yaşadığı şehirden bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Katılımcıların belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihi yaşadığı şehir ile bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.38: Belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Belediye karar süreçlerine çalışanlarının katılımını sağlamalı		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
	İstanbul	79					40
Yaşanılan şehir	Örneklem içinde %	66,4%	33,6%	100%			
	Ankara	51	50	101			
	Örneklem içinde %	50,5%	49,5%	100%	12,537	2	0,002
	İzmir	89	33	122			
	Örneklem içinde %	73,0%	27,0%	100%			
Toplam	219	123	342				
Örneklem içinde %	64,0%	36,0%	100%				

Tablo 4.38’de görüldüğü gibi, belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihinin yaşanılan şehre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=12,537$, $p=0,002<0,05$) (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerekliliği tercihinin, yaşadığı şehre göre farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tabloda yer alan verilere göre daha çok İzmir ve İstanbul'da yaşayan katılımcıların belediyenin çalışanlarının karar süreçlerine katılımını sağlaması gerektiğini düşündüğü görülmektedir.

4.7. GENEL BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların sosyal medya kullanıcısı profilinin ve vatandaş profilinin belirlenmesine yönelik ölçekte bulunan maddeler ve betimsel istatistikler göz önüne alınarak, ölçek ile ilgili genel istatistiksel bulgular ele alınacaktır.

H₀: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumundan bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumuna bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.39: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Bireysel görüşme yoluyla		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
Mobil uygulama kullanımı	Evet	93	60	153	3,082	1	0,079
	Örneklem içinde %	60,8%	39,2%	100%			
	Hayır	132	57	189			
	Örneklem içinde %	69,8%	30,2%	100%			
Toplam	225	117	342				
Örneklem içinde %	65,8%	34,2%	100%				

Tablo 4.39'da görüldüğü gibi, belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=3,082$, $p=0,079>0,05$) (**H₀** hipotezi reddedilemez). Bu durumda katılımcıların belediyeye bireysel görüşme yoluyla erişimlerinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına göre farklılık göstermediği söylenebilir.

H₀: Belediyeye erişimde web sitesi yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumundan bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye erişimde web sitesi yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumuna bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.40: Belediyeye erişimde web sitesi üzerinden erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Web sitesi yoluyla		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
Mobil uygulama kullanımı	Evet	78	75	153	9,564	1	0,002
	Örnekleme içinde %	51,0%	49,0%	100%			
	Hayır	65	124	189			
	Örnekleme içinde %	34,4%	65,6%	100%			
Toplam		143	199	342			
Örnekleme içinde %		41,8%	58,2%	100%			

Tablo 4.40’da görüldüğü gibi, belediyeye erişimde web sitesi yoluyla erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=9,564$, $p=0,002<0,05$) (**H₀** hipotezi reddedilir ve **H₁** hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyeye web sitesi yoluyla erişimlerinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığın belediyeye ait mobil uygulama kullananların daha çok web sitesi yoluyla erişimi tercih ettiği şeklinde olduğu görülmektedir.

H₀: Belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumundan bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimin tercih edilmesi belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumuna bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.41’de görüldüğü gibi, belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=11,158$, $p=0,001<0,05$) (**H₀** hipotezi

reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyeye sosyal medya yoluyla erişimlerinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığın belediyeye ait mobil uygulama kullananların daha çok sosyal medya yoluyla erişimi tercih ettiği şeklinde olduğu görülmektedir.

Tablo 4.41: Belediyeye erişimde sosyal medya üzerinden erişimin tercih edilmesinin belediyeye ait mobil uygulama kullanımına bağlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Sosyal Medya		Toplam	X ²	Sd	p	
	yoluyla						
	Evet	Hayır					
Mobil uygulama kullanımı	Evet	38	115	153	11,158	1	0,001
	Örneklem içinde %	24,8%	75,2%	100%			
	Hayır	21	168	189			
	Örneklem içinde %	11,1%	88,9%	100%			
Toplam		59	283	342			
Örneklem içinde %		17,3%	82,7%	100%			

H_0 : Katılımcıların belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumu yaşadığı şehirden bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H_1 : Katılımcıların belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumu yaşadığı şehir ile bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.42: Belediyeye ait mobil uygulama kullanımının yaşanılan şehre bağlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Mobil Uygulama Kullanımı		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
Yaşanılan şehir	İstanbul	56	63	119	29,876	2	0,000
	Örneklem içinde %	47,1%	52,9%	100%			
	Ankara	64	37	101			
	Örneklem içinde %	63,4%	36,6%	100%			
	İzmir	33	89	122			
	Örneklem içinde %	27,0%	73,0%	100%			
Toplam		153	189	342			
Örneklem içinde %		44,7%	55,3%	100%			

Tablo 4.42’de görüldüğü gibi, belediyeye ait mobil uygulama kullanımının yaşanılan şehre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=29,876$, $p=0,000<0,05$) (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyeye ait mobil uygulama kullanım durumlarının, yaşadığı şehre göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Tabloda yer alan verilere göre belediyeye ait mobil uygulama kullanım oranı en yüksek olan şehir Ankara, en düşük olan şehir ise İzmir’dir.

H₀: Katılımcıların belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişim tercihi yaşadığı şehirden bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Katılımcıların belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişim tercihi yaşadığı şehir ile bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.43: Belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişim tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Bireysel görüşme yoluyla		Toplam	X ²	Sd	p	
	Evet	Hayır					
Yaşanılan şehir	İstanbul	69	50	119	7,512	2	0,023
	Örneklem içinde %	58,0%	42,0%	100%			
	Ankara	65	36	101			
	Örneklem içinde %	64,4%	35,6%	100%			
	İzmir	91	31	122			
	Örneklem içinde %	74,6%	25,4%	100%			
Toplam	225	117	342				
Örneklem içinde %	65,8%	34,2%	100%				

Tablo 4.43’te görüldüğü gibi, belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişim tercihi, yaşanılan şehre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($X^2=7,512$, $p=0,023<0,05$) (H_0 hipotezi reddedilir ve H_1 hipotezi kabul edilir). Bu durumda katılımcıların belediyeye erişimde bireysel görüşme yoluyla erişimi tercihinin, yaşadığı şehre göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Tabloda yer alan verilere bakıldığında belediyeye erişimde bireysel görüşme yolu ile erişimin, en çok İzmir’de en az ise İstanbul’da tercih edildiği görülmektedir.

H₀: Katılımcıların belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişim tercihi yaşadığı şehirden bağımsızdır ($H_0: \mu_1 = \mu_2$).

H₁: Katılımcıların belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişim tercihi yaşadığı şehir ile bağımlıdır ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$).

Tablo 4.44: Belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişim tercihinin yaşanılan şehre bağımlılığı Ki-Kare testi sonuçları.

Gruplar	Sosyal medya yoluyla		Toplam	χ^2	Sd	p	
	Evet	Hayır					
Yaşanılan şehir	İstanbul	21	98	119	0,099	2	0,952
	Örneklem içinde %	17,6%	82,4%	100%			
	Ankara	18	83	101			
	Örneklem içinde %	17,8%	82,2%	100%			
	İzmir	20	102	122			
	Örneklem içinde %	16,4%	83,6%	100%			
Toplam	59	283	342				
Örneklem içinde %	17,3%	82,7%	100%				

Tablo 4.44’de görüldüğü gibi, belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişim tercihi, yaşanılan şehre bağımlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonucunda değişkenler arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($X^2=0,099$, $p=0,952>0,05$) (**H₀** hipotezi reddedilemez). Bu durumda katılımcıların belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimi tercihinin, yaşadığı şehre göre farklılık göstermediği söylenebilir.

Tablo 4.45: Şeffaflık ölçeği puanı ve hesap verebilirlik ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.

	Şeffaflık ölçeği puanı	Hesap verebilirlik ölçeği puanı
Şeffaflık ölçeği puanı	$X_{\bar{S}}=54,01$	$r=0,692$
	$SS=22,07$	
	$N=342$	
Hesap verebilirlik ölçeği puanı	$p=0,000<0,01$	$X_{\bar{H}}=55,61$
		$SS=21,68$
		$N=342$

Tablo 4.45'te görüldüğü gibi şeffaflık ölçeği puanı ve hesap verebilirlik ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon analizi sonucunda puanlar arasında $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu, bu ilişkinin pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır ($r=0,692$, $p=0,000 < 0,01$).

Tablo 4.46: Şeffaflık ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.

	Şeffaflık ölçeği puanı	Katılım ölçeği puanı
	$X_{\text{Ş}}=54,01$	
Şeffaflık ölçeği puanı	$SS=22,07$ $N=342$	$r=0,630$
		$X_{\text{K}}=57,00$
Katılım ölçeği puanı	$p=0,000 < 0,01$	$SS=21,68$ $N=342$

Tablo 4.46'da görüldüğü gibi şeffaflık ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon analizi sonucunda puanlar arasında $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu, bu ilişkinin pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır ($r=0,630$, $p=0,000 < 0,01$).

Tablo 4.47: Hesap verebilirlik ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi sonuçları.

	Hesap verebilirlik ölçeği puanı	Katılım ölçeği puanı
	$X_{\text{H}}=55,61$	
Hesap verebilirlik ölçeği puanı	$SS=21,68$ $N=342$	$r=0,706$
		$X_{\text{K}}=57,00$
Katılım ölçeği puanı	$p=0,000 < 0,01$	$SS=21,68$ $N=342$

Tablo 4.47'de görüldüğü gibi hesap verebilirlik ölçeği puanı ve katılım ölçeği puanı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon

analizi sonucunda puanlar arasında $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu, bu ilişkinin pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır ($r=0,706$, $p=0,000 < 0,01$).

4.8. AÇIK UÇLU MADDELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ölçeklerinde yer alan açık uçlu maddeler, katılımcıların düşüncelerini açık bir şekilde ifade edebileceği bir kalıpta katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların açık uçlu maddelere verdikleri yanıtlarda genellikle “belediyelerin katılım, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine yönelik sosyal medya çalışmalarına daha fazla eğilmesi” düşüncesinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Şeffaflık ölçeğinde “*Sizce şeffaflık çerçevesinde bilgilerin kamu erişimine açılmasında, sosyal medya nasıl etkili kullanılabilir? Birkaç öneride bulunabilir misiniz?*” şeklinde yer verilen maddeye verilen yanıtlar derlenmiş ve katılımcıların bazı ortak düşünceler üzerinde yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Katılımcılar belediyelerin sosyal medya kullanımları için genellikle; sosyal medyanın yararlı kullanımının teşvik edilmesi ve katılımın artırılması, vatandaşlara sosyal medya üzerinden özellikle bütçenin kullanımı konusunda çeşitli bilgilendirmeler yapılması, bilgilerin güncel tutulması, paylaşımlarda anlaşılabilir bir dil kullanılması ve bu platformlar üzerinden anketlerin kullanılması gibi tavsiyelerde bulunmuşlardır:

- *Sosyal medya hesaplarının güvenilirliği sağlanmalı, tüm belediye sakinlerinin aktif katılımı sağlanmalı, bunun için de teşvik uygulamaları söz konusu olabilir. En fazla aktif olana küçük ödüller gibi (Anket no: 34020).*
- *Belediye resmi sitesinde bütün maddi işlerin detaylı açıklamasını belgeleriyle yapmalıdır, bu şekilde insanlar verilen hizmetleri de görüp değerlendirmiş olur. Verilen ihaleler rakamlarıyla açıklamalıdır. Bu şekilde yolsuzluğun önüne bir nebze olsun geçilebilir (Anket no: 34092).*
- *Sosyal medya ile birçok insana aynı anda kolaylıkla ulaşılabilmesinden dolayı faydalı bir platform olduğu için halkın bilgilendirilmesi gereken konularda belediyenin sitesinin küçük bir köşesinde değil de bu mecralar yoluyla bilgilendirme yapılabilir (Anket no: 34113).*
- *Özellikle mali şeffaflık konusunda belediyenin mali kaynaklarının nerelere aktarıldığı ya da aktarılacağı ayrıntılı biçimde halkla paylaşılmalıdır (Anket no: 35007).*
- *Anlaşılır bir biçimde ve kısa olabilir (Anket no: 34085).*

- Sosyal medya üzerinden bilgiler, öneriler olduğu gibi kamuya aktarılabilir gerektiğinde anketlerde bu tür platformlar üzerinden yürütülebilir (Anket no: 34088).
- Sadece bu paylaşımlara yönelik hesaplar açılabilir yapılacak açıklama ve paylaşımlar takvime bağlanabilir, bu kanallar üzerinden bilgi talebinde bulunulabilir (Anket no: 34098).
- Twitter üzerinden anketler yapılabilir, önemli duyurular herkesin ulaşabildiği ve dikkatini çekecek şekilde duyurulur (Anket no: 34100).

Şeffaflık ölçeğinde yer alan açık uçlu maddeye katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların bazı yorumlarda belediyenin sosyal medya kullanımları için oluşabilecek sorunlar ve kısıtlar ile ilgili çeşitli noktalara dikkat çektiği görülmüştür:

- Sosyal medya bilgilerin kamuya erişime açılmasında yeterli değildir çünkü her kesim sosyal medyayı aktif olarak kullanmıyor (Anket no: 35120).
- Bir sosyal medya kullanıcı olsam da -ki bunu jenarasyonuma ayak uydurabilmek için tercih ediyorum- sosyal medyanın her şeyi çabuk tükettiğini düşünüyorum ve güvenli bulmuyorum. Belki de bir grup kurulup (Facebook'ta) o gruba dâhil olan dâhil olan üyelerle bilgiler paylaşılabilir (Anket no: 35104).
- Sosyal medya platformlarında (Örneğin Facebook) sayfalar oluşturulup duyurular yapılabilir. Fakat sosyal medyayı kullanmayan anne-babalarımız ne yapacak? Bence baklagillerin arkalarına (paketlerin arkaları) veya ekmekle birlikte kanunlar ve değişiklikler duyurulmalı (Anket no: 35098).
- Şeffaflık çerçevesinde kamuoyunun bilmesi gereken konuların bildirileceği güvenli bir platform açılabilir. Ancak her konuda bilginin bildirilmesini doğru bulmuyorum. Çünkü bu konuya uzmanlık gerektiren hâkim olmayanlar tarafından yanlış yorumlanabilir kötüye kullanılabilir. Ancak bir sosyal platformda alt başlıklarla kategoriler oluşturulup, buradan kamuoyunun güvenilir ve anlaşılır şekilde öğrenmesi zaman zaman anketler yapılması etkili olacaktır diye düşünüyorum (Anket no: 06006).

Hesap verebilirlik ölçeğinde “Belediyenizin daha hesap verebilir olması adına, sosyal medyada gerçekleştirebileceği faaliyetler hakkında birkaç öneride bulunabilir misiniz?” şeklinde yer verilen maddeye verilen yanıtlar derlenmiş ve katılımcıların bazı ortak düşünceler üzerinde yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Katılımcılar belediyelerin sosyal medya kullanımları için genellikle; sosyal medyanın daha aktif kullanılarak eleştirilere yanıt verilmesi, sosyal medya üzerinden soru – cevap saatleri gibi erkinliklerin düzenlenmesi, bütçe harcamaları gibi bilgileri paylaşılması, vatandaşın sosyal medya

platformlarında muhatap bulabilmesi, olumsuz eleştirilerinde göz önüne alınması ve mutlaka geri bildirim verilmesi gibi tavsiyelerde bulunmuşlardır:

- Belediye kendi bünyesinde sosyal iletişim müdürlüğü oluşturarak bu konuda gelişim sağlamalıdır. Böylece insanlar yorulmadan kırtasiyecilik azaltılabilir. Bu konu yönetim çerçevesinde geliştirilmelidir (Anket no: 35003).
- Belediye başkanı vatandaşların soru ve önerilerini belirli aralıklarla sosyal medya üzerinden cevaplayabilir (Anket no: 06090).
- Sosyal medya belediyelere, halkla belediye arasındaki anlaşmazlıkları halkın şikâyetine gerek kalmadan görebilmek ve bunlara anında (mahkemelerde uğraşmalara gerek kalmadan) vakit kaybetmeden çözüm bulabilme olanağı tanır (Anket no: 35105).
- Belediyelerimizin sosyal medyada hesap verebilir olması için öncelikle internetin gücünün halk – vatandaş tarafından fark edilmesi gerekmektedir (Anket no: 34016).
- Her istediğimiz konuda karşımızda bir muhatap bulabilmeliyiz (Anket no: 34100).
- Üç aylık bilançolarını ve kapsamlı gelir - gider tablolarını açık bir şekilde paylaşırlarsa, halkın o belediyenin çalışma performansını değerlendirebilmesi kolaylaşır (Anket no: 35028).
- Vatandaşın dilekçeleri, yaşadığı yerin sorunları e-posta gibi yollarla belediyeye bildirilebilmeli ve karşılık verilmelidir. Geribildirim mutlaka verilmeli. Bu işlem sosyal medya aracılığıyla daha büyük kitlelere ulaşabilir (Anket no: 35053).
- Sadece olumlu eleştiriler değil, olumsuz eleştiriler de dikkate alınıp cevap verilebilir (Anket no: 35103).

Hesap verebilirlik ölçeğinde yer verilen açık uçlu madde için katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların bazı yorumlarda belediyenin sosyal medya kullanımları için oluşabilecek sorunlar ve kısıtlar ile ilgili çeşitli noktalara dikkat çektiği görülmüştür:

- Sosyal medya denilen şey, tüm kitleye hitap eden bir platformdur. Bu nedenle bunu kontrol etmek zor olabilir. Dezavantajları avantajlarından daha fazla ise hesap verilebilir olması durumu tekrar gözden geçirilebilir (Anket no: 35104).
- Oluşturulacak sosyal platformda kişilerin eleştirilerinin dilek ve önerilerinin bildirilip dikkate alınacağı bir alan olması çok önemli. Hesap verebilirlik açısından bakıldığında belediyenin her faaliyetini sosyal medyada raporlaması mümkün olmadığı gibi güvenilir de olmaz. Bu durum belediyeye karşı tehlikeli veya yanlış durumların çıkmasına sebep olabilir. Önemli olan bireylerin hukuka uygunluk içerisinde bu belgelere talep ile rahatça ulaşabilmesidir. Yani önemli olan aradaki iletişimidir (Anket no: 06006).

- *Sosyal medyanın hesap verebilirlik çerçevesinde kullanılması bazen gizlilik ilkesine aykırı olabilir (Anket no: 35120).*
- *Belediye kendi bünyesinde sosyal iletişim müdürlüğü oluşturarak bu konuda gelişim sağlamalıdır. Böylece insanlar yorulmadan kırtasiyecilik azaltılabilir. Bu konu yönetim çerçevesinde geliştirilmelidir (Anket no: 35003).*

Katılım ölçeğinde “*Vatandaşın katılımını arttırmaya yönelik belediyenizin sosyal medya üzerinden erişilebilir olmasına yönelik önerileriniz nelerdir?*” şeklinde yer verilen maddeye verilen yanıtlar derlenmiş ve katılımcıların bazı ortak düşünceler üzerinde yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Katılımcılar belediyelerin sosyal medya kullanımları için genellikle; sosyal medya üzerinden katılımın arttırılmasına yönelik etkinliklerin yapılması, önerilerin ciddiye alındığı bir sistemin oluşturulması, sosyal medya anket araçlarının daha sık kullanılması, sosyal medya kullanımlarının mobil uygulamalarla desteklenmesi, şikâyetlerin özgür bir şekilde dile getirilebilmesi ve gibi tavsiyelerde bulunmuşlardır:

- *Toplumsal olaylar yerel gündem ile ilgili anketler yapılmalı; ancak bu anketler an be an vatandaşların takibine açık ve güvenli olmalı, vatandaşların görüşleri kesinlikle dikkate alınmalı ve takip edilmelidir. Dilekçeler, şikâyet/tavsiye yolları teşvik edilmelidir, yani vatandaş belediye arasındaki sosyal medya kullanımı güvenilirliği taahhüt edilerek yaygınlaştırılmalı bu iletişim artmalıdır (Anket no: 06006).*
- *Yarışmalar düzenlenebilir en iyi fikir sahibine ödül verilebilir (Anket no: 34009)*
- *Belediye sosyal medyada gerekli toplantıları duyurmalı, halkın katılımını teşvik etmelidir. Yöneticiler kendilerine uygun saatler seçeceğine halkla kararlaştırılmış ortak saatler belirleyerek yerel gündem katılımını geliştirmelidirler. Katılım çoğunluğunun sağlanması için sosyal medyada anketler düzenlenmelidir (Anket no: 35003).*
- *Vatandaşların katılımını arttırmak için özel alan oluşturulmalı, bu alan örgütlenmeli. Bu alana sakin, duygudaşlık kurabilen, pratik zekâli ve dinamik kişiler yerleştirilmelidir. Bu kişiler inisiyatif alabilmelidir (Anket no: 35105).*
- *Telefona veya dilekçeye olan gereksinimin yerini sosyal medya araçlarının yanı sıra mobil uygulamalarla desteklenmesi olabilir. Örneğin faaliyetlere dair herhangi bir olumsuz durumda direkt akıllı telefonunuzdan uygulamaya girip şikâyet bildirebilir ve öneride bulunulabilir ki bu durumun dilekçe yahut yüz yüze görüşmek kadar etkin olabilmesi adına makul bir zaman diliminde mobil cihaza bildirim gelmesi yoluyla sağlanabilir (Anket no: 34103).*

- *Duyurular ile birlikte belediyenin yapacağı etkinlikler daha önceden haber verilip mizaç, bürokratik halden daha eğlenceli hale getirilebilir (Anket no: 34116).*
- *Belediyeler yapacağı projelere internet üzerinde oylama yaparak karar vermeli, belediye olarak bir grup değil birden fazla grup kurmalıdır. Örneğin mahalleler... Bu mahalleler sayesinde değişik sosyal ve kültürel yapıda olan mahallelere nitelikli hizmet götürebilir (Anket no: 35099).*

Katılım ölçeğinde yer verilen açık uçlu maddeye verilen yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların bazı yorumlarda belediyenin sosyal medya kullanımları için oluşabilecek sorunlar ve kısıtlar ile ilgili çeşitli noktalara dikkat çektiği görülmüştür:

- *Halkın her konuda bu kadar ulaşabileceği bir platform dezavantajlar içerebilir, mail yolu daha akılcı olabilir (Anket no: 35104).*
- *Belediye sosyal medya üzerinden erişilebilir olmalıdır. Fakat her karar sürecine vatandaşları katmamalıdır. Verdiği kararlar ile ilgili geri dönüşleri almalı bunları da değerlendirmelidir, fakat yine kendi kararlarını kendi vermelidir. Belediyeyi zaten halk seçiyor (Anket no: 06093).*
- *Sadece sosyal medya değil; sosyal medyayı kullanmayanların, dezavantajlı grupların veya bilgi sahibi olmayanların çeşitli araçlarla katılımı sağlanmalıdır (Anket no: 35098).*

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

BİT’lerde yaşanan gelişmeler ve sosyal medyanın platformlarına yönelimin artışı kamu kurumlarını ve belediyeleri sosyal medya kullanımına yönlendirmiştir. Sosyal medya teknolojileri, yönetsel iş alanına, katılımı ve geliştirilen kamu hizmetini gerçekleştirme araçları olarak giriş yapmaya başlamıştır (Oliveira ve Welch, 2013) ve belediyeler için sosyal medya kullanımı, vatandaşlarla etkili iletişim kurma, hızlı dönüt alma ve halkın görüşlerinin–eğilimlerinin tespiti açısından, önemli bir fırsata dönüşmüştür (Golbeck ve diğ., 2010; Graham ve diğ., 2015; Mossberger ve diğ., 2013; Agostino, 2013). Sosyal medya platformları vatandaş etkileşiminde sunduğu fırsatlar ile şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım faktörleri açısından belediyelere, e-belediye faaliyetlerinde yönetişim ilkelerini hayata geçirme şansı sunmaktadır.

Belediyelerin sosyal medya kullanımında yönetişim prensiplerini, özellikle şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerini ne ölçüde hayata geçirdiği irdelenmelidir. Yapılan çalışma ile belediyelerin e-belediye faaliyetlerinin e-yönetişim üzerinde etkisi ele alınmıştır. Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının yönetişim ve ilkelerinin hayata geçirilmesinde ne ölçüde etkili olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Ankara Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi bölgeleri; erişilebilirlik, büyükşehir belediyelerinin sosyal medyayı daha etkin kullanmaları ve ülke nüfusunun yaklaşık üçte birinin bu üç büyükşehir bölgesinde yaşaması yönünden (TÜİK, 2016) örneklem bölgesi olarak seçilmiştir. Örneklem seçiminde diğer il ve ilçe ve belde belediyelerin, özellikle küçük belediyelerin sosyal medya faaliyetlerinin e-yönetişim üzerinde etkisinin incelenememiş olması çalışmanın seçilen bölge yönünden örneklem kısıtıdır. Çalışmanın uygulanacağı katılımcıların seçiminde ise; sosyal medyayı etkin olarak kullanan, yönetişim kavramına yabancı olmayan, akıllı telefon ve mobil uygulama gibi yeni teknolojilere aşina olan vatandaşların çalışmaya dâhil edilmesi gerekliliği ve erişilebilirlik faktörleri göz önüne alınmıştır. Bu faktörler doğrultusunda bulunduğu şehirde en az iki yıldır yaşayan ve yönetişim kavramına aşina olabileceği bölümlerde okuyan üniversite öğrencileri çalışmaya katılımcı olarak dâhil edilmiştir. Katılımcıların yaş aralığının, mesleğinin ve eğitim seviyesinin yeterince farklılaşmaması çalışmanın katılımcı yönünden örneklem

kısıttır. Çalışma esnasında söz konusu kısıtların en aza indirgenmesi için; ön koşulların dikkate alınması kaydıyla rastgelelik ilkesi çerçevesinde katılımcı seçimi yapılmıştır. Örneklem seçimi açısından daha geniş bölgeleri ve farklı katılımcı profillerini yansıtabilecek şekilde genişletilmiş çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışma kapsamında katılımcıların betimleyici özellikleri, sosyal medya kullanım durumları, belediyeye erişim tercihleri, akıllı telefon ve mobil uygulama kullanım durumlarının tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada belediyenin alt nitelikleri ölçeği, şeffaflık ölçeği, hesap verebilirlik ölçeği ve katılım ölçeği olmak üzere dört alt ölçek kullanılmıştır. Belediyenin nitelikleri alt ölçeği ile katılımcıların belediyelerde bulunması gereken nitelikler hususunda düşünceleri tespit edilmeye çalışılmış ve şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ölçekleri ile belediyelerin sosyal medya kullanımlarının; yönetim ilkeleri olan şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri üzerinde etkileri saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler öncelikle betimsel istatistikler olarak ele alınıp incelenmiş, ardından istatistiksel analizler ve testler kullanılarak bulgular elde edilmiştir.

Çalışmaya katılan katılımcıların sosyal medya araçları kullanım oranlarının (%98,2) oldukça yüksek olduğu görülmüş, buna karşın katılımcıların belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimi tercih etme oranının (%17,3) yeterli seviyede olmadığı tespit edilmiştir. Belediyeye erişimde daha çok dilekçe (%75,4) ve bireysel görüşme yöntemi (%65,8) tercih edilmektedir. Katılımcıların belediyeye erişimde web sitesi aracılığıyla erişimi (%41,8) ve sosyal medya aracılığıyla erişimi (%17,3) tercih oranlarının yeterli seviyede olmaması bu yöntemlerin belediyeye erişimde henüz klasik erişim yöntemleri kadar tercih edilmediğini göstermektedir. Bu yöntemlerin yeterince tercih edilmemesi; belediyenin ya da vatandaşların bu teknolojileri yeterince kullanmıyor oluşu, söz konusu teknolojiler üzerinden yapılacak işlemlerde güvenlik sorunu, gizlilik kaygısı, yöntemleri kapsayacak hukuki çerçevenin geliştirilmemiş olması gibi nedenlerle açıklanabilir. Fakat bu yöntemlerin tercih edilme oranlarının düşük olması; farklı nedenlerin ortaya konması ve hangi faktörün ne ölçüde etkili olduğunun tespit edilmesi açısından irdelenmesi gereken bir araştırma konusudur.

Çalışmaya katılan katılımcıların en çok kullandığı ağlar; Facebook (%85,4), Youtube (%82,5), Instagram (%73,7), Twitter (%68,7) ve Google Plus (%62,6)'dır. Bir check-in ağı olan Foursquare'in kullanım oranı (%45,0) ve bir iş ağı olan LinkedIn'in kullanım oranı %21,1'dir. LinkedIn kullanım oranının en yüksek olduğu il İstanbul, en düşük olduğu il ise İzmir'dir.

Çalışmaya katılan katılımcıların akıllı telefon kullanım oranlarının (%95,0) oldukça yüksek olduğu görülmüş, buna karşın katılımcıların bulunduğu belediyeye ait mobil uygulamaları (ulaşım ve e-belediye gibi uygulamalar) kullanım oranlarının (%44,7) bu orana paralel olarak gerçekleşmediği görülmüştür;

- ✚ İstanbul Büyükşehir Belediyesinde akıllı telefon kullanım oranı %94,1 iken mobil uygulama kullanımı %47,1,
- ✚ Ankara Büyükşehir Belediyesinde akıllı telefon kullanım oranı %96,0 iken mobil uygulama kullanımı %63,4,
- ✚ İzmir Büyükşehir Belediyesinde akıllı telefon kullanım oranı %95,1 iken mobil uygulama kullanımı %27,0,

olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların yaşadığı şehre göre belediyeye ait mobil uygulama kullanımları arasında istatistiksel anlamda farklılık tespit edilmiş ve bu farklılığın Ankara Büyükşehir Belediyesi lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Katılımcıların sosyal medyaya daha çok cep telefonundan (%93,9) ve kişisel bilgisayarından (%82,5) erişim sağladığı tespit edilmiştir. Bu durum, belediyelerin sosyal medya kullanımlarını mobil uygulamalarla desteklemesi gerekliliğini gözler önüne sermektedir.

Belediyeye ait mobil uygulama kullanımı ile belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimin tercih edilmesi arasında ilişki tespit edilmiş, bu ilişkinin sosyal medya yoluyla erişimi tercih edenlerin mobil uygulama kullanım oranlarının daha yüksek olması şeklinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Yine belediyeye ait mobil uygulama kullanımı ile belediyeye erişimde web sitesi yoluyla erişimin tercih edilmesi arasında ilişki tespit edilmiş ve bu ilişkinin web sitesi yoluyla erişimi tercih edenlerin mobil uygulama kullanım oranlarının daha yüksek olması şeklinde gerçekleştiği saptanmıştır. Mobil uygulama kullanımı ile sosyal medya yoluyla ve web sitesi yoluyla belediyeye erişim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunması, belediyeye web üzerinden

(sosyal medya ve web sitesi) erişim sağlamayı tercih eden vatandaşların belediyeye ait mobil uygulama kullanmayı da tercih ettiklerini göstermektedir. Belediyelerin web sitesi ve sosyal medya ile erişim fırsatları sunmasının yanında, mobil uygulamalar yoluyla erişim olanağı sunması ile bu fırsatları taçlandırması gerekmektedir. Nitekim katılımcılar açık uçlu sorulara verdiği yanıtlarda belediyelerin sosyal medya çalışmalarının mobil uygulamalarla desteklenmesi gerektiğini belirtmiştir.

Belediyeye erişimde sosyal medya yoluyla erişimi tercih eden katılımcıların şeffaflık ölçeği, katılım ölçeği ve hesap verebilirlik ölçeği puanlarının diğer katılımcılardan daha yüksek olduğu ve bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya üzerinden belediyeye erişimi tercih eden vatandaşlar belediyelerin sosyal medya kullanımlarını daha iyi takip edebilmektedir. Sosyal medya üzerinden belediyesine erişen katılımcıların şeffaflık ölçeği, katılım ölçeği ve hesap verebilirlik ölçeği puanlarının daha yüksek olması; Ankara, İstanbul ve İzmir büyükşehir belediyelerinin sosyal medya kullanımlarının şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerini sağlamada doğrudan etkili olduğunu göstermektedir.

Belediyeye erişimde web sitesi yoluyla erişimi tercih eden katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanlarının diğer katılımcılardan daha yüksek olduğu ve bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde belediyeye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanlarının diğer katılımcılardan daha yüksek olduğu ve bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Web sitesi üzerinden belediyesine erişen katılımcıların ve belediyeye ait mobil uygulama kullanan katılımcıların belediyenin nitelikleri ölçeği puanlarının daha yüksek olması, web sitesi yoluyla erişimi tercih eden vatandaşların ve belediyeye ait mobil uygulama kullanan vatandaşların belediyenin sahip olması gereken nitelikler hususunda beklentilerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu farklılığın; söz konusu katılımcıların, belediyeye erişimde web ve mobil teknolojilerinin etkili çözümler sunması hususunda farkındalığının yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Belediyeler şeffaflık ilkesi çerçevesinde bilgilerin paylaşımı konusunda iki seçeneğe sahiptir. Bu seçeneklerin ilki vatandaşlardan Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir istek geldiğinde bilgilerin paylaşımı, ikincisi ise Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir istek oluşmasına gerek kalmaksızın bilgilerin paylaşılmasıdır. Bu hususta katılımcıların

%30,7'si Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir istek oluştuğunda, %57,3'ü ise Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir istek oluşmasına gerek kalmaksızın belediyelerin bilgileri paylaşması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcıların %12,0'si ise bu konuda kararsız kalmıştır. Bu durum katılımcıların önemli bir bölümünün belediyenin bilgileri herhangi bir isteğe gerek kalmadan halkla paylaşması gerektiğini düşündüğünü göstermektedir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %71,3'ü belediyelerin şeffaflığı sağlamanın yolsuzlukları engellemede engelleyici bir nitelik taşıdığını düşünmektedir. Bu durum belediyelerin sosyal medya üzerinden yürüteceği şeffaflık çalışmaları ile yolsuzluklarla mücadelede hem vatandaşın desteğini alma hem de vatandaşın yolsuzluklar ile ilgili güvenini sağlama fırsatına sahip olduğunu göstermektedir.

Belediyenin hesap verebilir olmasının bir gereklilik olup olmadığı sorusuna katılımcıların %97,1'i bunun bir gereklilik olduğu şeklinde yanıt vermiştir. Ayrıca katılımcıların; %96,8'si vatandaşlara, %81,3'ü hukuk sistemine, %69,0'ı devlet kurumlarına, %65,2'si çalışanlarına ve %28,9'u özel kurum ve şirketlere karşı yaşadığı belediyenin hesap verebilir olması gerektiğini düşünmektedir. Katılımcıların yaşadığı belediyenin özellikle vatandaşlara, hukuk sistemine, devlet kurumlarına ve çalışanlarına karşı hesap verebilir olması gerektiğini, özel kurumlara ve şirketlere karşı hesap verebilir olmasının ise bir zorunluluk olmadığını düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların %94,7'sinin belediyenin hesap verebilir olmasının daha demokratik olmasına katkı sağlayacağını düşündüğü tespit edilmiştir.

Belediyelerin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini belirten katılımcıların şeffaflık ölçeği ve hesap verebilirlik ölçeği puanlarının diğer katılımcılardan daha düşük olduğu ve bu farkın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür. Bu durum belediyelerin vatandaşlara karşı hesap verebilir olması gerektiğini belirten katılımcıların şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri açısından beklentilerinin daha yüksek olduğunu ve yaşadığı belediyenin sosyal medya çalışmalarının şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından yeterli seviyede olmadığını düşündüğünü göstermektedir. Nitekim katılımcılar açık uçlu sorularda belediyelerin daha hesap verebilir olması adına; gerçekleştirilen ihalelerin ve faaliyetlerin sosyal medya aracılığıyla duyurulması gerektiğini, vatandaşın belediyeye iletişim kurduğunda muhatap bulabilmesi gerektiğini ve sosyal medya aracılığıyla iletilen eleştirilere yanıt verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılar açık uçlu sorularda

belediyenin daha şeffaf olması adına sosyal medyada; anlaşılabilir bir dille paylaşımların yapılması gerektiğini, sayısal verilerin ve istatistiklerin paylaşılması gerektiğini ve bütçe harcamalarına dair bilgilendirmeler yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Belediyelerin paydaşların karar süreçlerine katılımını sağlaması hususunda, katılımcıların; %91,8'i vatandaşların, %64,0'ü çalışanlarının, %34,2'si hükümetin ve %21,6'sı özel şirketlerin karar süreçlerine katılımının yaşadığı belediye tarafından sağlanması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcıların önemli bir bölümü vatandaşların ve belediye çalışanlarının karar süreçlerine katılımlarını sağlaması gerektiğini düşünürken, hükümetin ve özel şirketlerin karar süreçlerine katılımının sağlanması gerektiğini düşünen katılımcıların azınlıkta olduğu görülmektedir. Belediyelerin sosyal medyayı etkin olarak kullanarak vatandaş katılımını artırma şansı bulunmaktadır. Nitekim açık uçlu sorulara verilen yanıtlara bakıldığında, katılımcıların; yaşadıkları belediyelerin karar süreçlerinde sosyal medya üzerinden halkın görüşlerine başvurması gerektiğini, belediyelerin sosyal medya üzerinden alınacak kararlar ile ilgili anketler düzenlemesi gerektiğini ve belediyelerde kurulacak iletişim birimleri vasıtasıyla sosyal medya üzerinden halkın tepkilerinin takip edilmesi ve dikkate alınması gerektiğini düşündükleri görülmektedir.

Katılımcıların yaşadıkları belediyenin sosyal medya kullanımlarında şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerini ne ölçüde hayata geçirdiğini değerlendirdiği alt ölçek puanlarına bakıldığında katılım ölçeği açısından şehirler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Şeffaflık ölçeği, hesap verebilirlik ölçeği ve katılım ölçeği puanlarına bakıldığında her üç ölçek içinde Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin ölçek puanlarının daha düşük olduğu; fakat istatistiksel açıdan sadece katılım ölçeği puanları açısından Ankara Büyükşehir Belediyesinin katılım puanının diğer belediyelerden farklılaştığı ve daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda Ankara Büyükşehir bölgesinde yaşayan katılımcıların belediyenin sosyal medya kullanımlarında katılımı arttırmaya yönelik faaliyetlere yer verme konusunda daha yetersiz gördüğü tespit edilmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi katılımcıları, belediyelerinin sosyal medya kullanımlarında katılımı arttırmaya yönelik faaliyetlere yer verme hususunda belediyelerini Ankara Büyükşehir Belediyesinden daha yeterli görmektedir.

Şeffaflık ölçeği – hesap verebilirlik ölçeği, şeffaflık ölçeği – katılım ölçeği ve hesap verebilirlik ölçeği – katılım ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde güçlü bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bulgu, belediyelerin sosyal medya çalışmalarında şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkeleri ile ilgili yürüttüğü yararlı faaliyetlerin üç ilkeyi aynı anda pozitif yönde etkileyeceğini göstermektedir. Nitekim literatürde yer alan çalışmalarda (Golbeck ve diğ., 2010; Kösekahya, 2003; Bertot ve diğ., 2010) şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerinin güçlü bir ilişki içerisinde olduğu belirtilmektedir.

Gerek betimleyici istatistiklerde, gerek istatistiksel analizlerde ve test sonuçlarında, gerekse açık uçlu sorulara verilen yanıtlarda belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişim ilkeleri üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. Etkili iletişim, hızlı geri bildirim ve e-anket, e-oylama teknolojileri gibi fırsatlar açısından belediyeler, sosyal medya kullanımları ile daha şeffaf ve daha hesap verebilir olma ve karar süreçlerine paydaşların daha fazla katılımı sağlama şansına sahiptirler. Belediyeler sosyal medya kullanımlarında gelişigüzel kullanım yerine, sistematik ve halk odaklı bir sosyal medya kullanımını tercih etmeli ve belediye-halk etkileşiminde bir ihtiyaç haline gelen şeffaflık, hesap verebilirlik, katılım gibi ilkeleri bu platformlar üzerinden hayata geçirmeye çalışmalıdır.

Gelecekte e-belediye faaliyetleri çerçevesinde sosyal medya kullanımının e-yönetişim açısından ele alınacağı çalışmalarda şeffaflık, katılım ve hesap verebilirlik ilkeleri birlikte ele alınmalıdır. Ayrıca yapılacak çalışmalarda katılımcıların belediyeye erişim tercihleri, mobil uygulama ve akıllı telefon kullanma tercihleri dikkate alınmalıdır. Söz konusu tercihlerin belediyelerin sosyal medya çalışmalarını değerlendirme açısından katılımcılar arasında anlamlı farklılıklar oluşturabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Her belediyenin sosyal medya kullanımının farklı olduğu göz önünde bulundurulmalı ve sosyal medya faaliyetlerinin e-yönetişim üzerinde etkileri incelenirken belediyeler arasında yönetim ilkelerini hayata geçirme açısından farklılıklar oluşabileceği unutulmamalıdır. Yapılacak çalışmaların katılımcı profili seçimi açısından örneklemin doğru ve anlamlı seçilmesine dikkat edilmeli, sosyal medyayı etkin olarak kullanmayan ve yönetim kavramına aşina olmayan katılımcılar araştırmalara dâhil edilmemelidir.

KAYNAKLAR

- Abdellatif, A. M., 2003, Good governance and its relationship to democracy and economic development, *Global Forum III on Fighting Corruption and Safeguarding Integrity*, Seoul (Vol. 20, p. 31).
- Abhamyan, N., 2015, *LinkedIn, 400 milyon üyeye ulaştı*, <http://blog.publik.com.tr/2015/11/linkedin-400-milyon-uyeye-ulasti/>, [Ziyaret Tarihi: 10.02.2016].
- Abounoori, A. A. & Mahbobian, A., 2015, The effect of good governance on economic growth in oil countries in the MENA, *Cumhuriyet Science Journal*, 36(3), 3838-3845.
- Acar, A., 1999, Türkiye'de Temsili Demokrasi-Katılma İlişkisi ve 'Seçmen' birey Profili, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1).
- Acar, P., 2003, Cevap Verebilirlik ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, TC Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Acı, E. Y., 2005, Neoliberal Yaklaşım Ve Yönetişim Kavramı, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 201-216.
- Acılar, A., 2015, Küçük Şehir Belediyelerinde Web Sitesi ve E-Belediye Kullanımı: Bilecik Belediyesi Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(32).
- Agostino, D., 2013, Using social media to engage citizens: A study of Italian municipalities, *Public Relations Review*, 39(3), 232-234.
- Aksoy, T., 2013, *Zamanın Ruhu Şeffaflık İstiyor*, <http://www.temelaksoy.com/zamanin-ruhu-seffaflik-istiyor/>, [Ziyaret Tarihi: 12.08.2015].
- Aksu, M., ve Kosedag, A., 2006, Transparency and disclosure scores and their determinants in the Istanbul Stock Exchange, *Corporate Governance: An International Review*, 14(4), 277-296.
- Aktan, C. C., 2002a, İyi Yönetişim Kavramı, <http://www.canaktan.org/politika/yonetisim/ozellikler.htm>, [Ziyaret Tarihi: 03.07.2015].
- Aktan, C. C., 2002b, İyi Yönetişim Kavramı, <http://www.canaktan.org/politika/yonetisim/tanim.htm>, [Ziyaret Tarihi: 03.07.2015].
- Alexa, 2016, *Top Sites In Turkey*, <http://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Anderson, M., 2016, *Parents, Teens And Digital Monitoring*, Pew Research Center, January 2016.
- Anklam, P., 2009, *Ten years of net work*, The Learning Organization, 16(6), 415-426.

- Archarya, V. V., Mehran, H., Schuermann, T., & Thakor, A. V., 2012, Robust capital regulation, *Current Issues in Economics and Finance*, 18(4).
- Arslan, G., 2015, Ergenlerde psikolojik sağlamlık: Bireysel koruyucu faktörlerin rolü, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(44).
- Arı, B. E., 2014, *E-Devlet ve Türk Emniyet Teşkilatı: POLNET*, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Bursa.
- Arifoğlu, A., Paçin, Y. ve Kurfalı, M., 2015, *Türkiye ve Dünya Belediyelerinde Akıllı Mobil Uygulamalar*, E-Devlet Araştırma ve Uygulama Merkezi, http://edmer.metu.edu.tr/tr/T%C3%BCrkiye_ve_D%C3%BCnya_Belediyelerinde_Ak%C4%B1ll%C4%B1_Mobil_Uygulamalar, [Ziyaret Tarihi: 10.03.2016].
- Aslan, P., 2011, *Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Auffret, J. P., 2010, Rural and Municipal e-Government Initiatives in Developing Countries: Best Practices and a Framework for Success, *Journal of E-Governance*, 33(3), 139-143.
- Avrupa Komisyonu, *European Governance: A White Paper*, Brussels, 2001.
- Aydın, E. S., Yerlikaya, H. ve Gürçan, F., 2012, *Türkiye'deki E-devlet Araştırma ve Uygulamalarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi ve Öneriler*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız, M. (eds.), V. Kısım Bölüm 2, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 529-547.
- Aydın, M. D., 2012, *Veri Güvenliği, Mahremiyet, Gözetim Uygulamaları ve E-devlet*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), V. Kısım Bölüm 1, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 529-547.
- Aytekin, Ç., 2011, Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi, *Online Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 7-17.
- Babacan, M. E., Haşlak, İ. & Hira, İ., 2011, *Sosyal medya ve arap baharı*, Akademik İncelemeler Dergisi, 6(2), 63-92.
- Bakkal, H. ve Kasımoğlu, A., 2015, Bütçe Sürecinde Mali Saydamlık ve Hesap Verebilirliğin Önemi, *Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 52(599).
- Ball, R., 2001, Infrastructure requirements for an economically efficient system of public financial reporting and disclosure, *Brookings-Wharton papers on financial services*, 2001(1), 127-169.

- Barros, C. P. Boubaker, S., & Hamrouni, A., 2013, Corporate governance and voluntary disclosure in France, *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 29(2), 561-578.
- Bat, M., 2012, *Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi*, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, İzmir.
- Bauer, I., 2012, *Role of social media in Serbia*, *The European Journal of Applied Economics*, 9(2), 1-8.
- BEDK, 2015, *Bilgi Edinme Hakkı*, <http://www.bedk.gov.tr/BilgiEdinmeHakki.aspx>, [Ziyaret Tarihi: 12.08.2015].
- Belanger, F. & Hiller, J. S., 2006, A framework for e-government: privacy implications, *Business process management journal*, 12(1), 48-60.
- Belediye Kanunu, 2005, Kanun No: 5393, *T.C. Resmi Gazete*, 25874, 13.07.2005.
- Benhabib, J. & Przeworski A., 2010, *International Journal of Economic Theory*, 6(1), 77-95.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T. & Grimes, J. M., 2010, Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies, *Government information quarterly*, 27(3), 264-271.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T. & Hansen, D., 2012, The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations, *Government information quarterly*, 29(1), 30-40.
- Bies, A. L., 2003, *Nongovernmental Accountability in Poland: Mandatory versus Discretionary Self-Regulation*, PhD Thesis, Minneapolis, University of Minnesota.
- Bijalwan, J. G. & Madan, P., 2013, Corporate governance practices, transparency and performance of Indian companies, *IUP J Corporate Governance*, 12(3), 45-79.
- Birleşmiş Milletler, 2015, Responsive and Accountable Public Governance, *World Public Sector Report*, New York.
- Birleşmiş Milletler, 2016a, *Governance*, <http://www.un.org/en/globalissues/governance/>, [Ziyaret Tarihi : 08/03/2016].
- Birleşmiş Milletler, 2016b, *Corruption*, <https://www.un.org/ruleoflaw/thematic-areas/governance/corruption/>, [Ziyaret Tarihi : 08/03/2016].
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F., 2012, Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities, *Government information quarterly*, 29(2), 123-132.
- Borges, B., 2009, *Marketing 2.0: Bridging the Gap between Seller ad Buyer through Social Media Marketing*, Wheatmark, Arizona, ISBN : 978-1-60494-288-0.

- Brodie, E. & Cowling, E. & Nissen, N., 2009, *Katılımı anlamak: Bir literatür taraması*, <http://www.sp.gov.tr/upload/Sayfa/47/files/katilimi-anlamak-web.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 16.08.2015].
- BTK, 2015, *2015 Yılı 2. Çeyrek Raporu*, https://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSayfalar%2FPazar_Verileri%2F2015-Q2.pdf, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2015].
- Bushman, R. M. & Smith, A. J., 2001, Financial accounting information and corporate governance, *Journal of accounting and Economics*, 32(1), 237-333.
- Büke, A., 2002, *e-Devlet Kavramı ve Türkiye’de e-Devlet*, Enformasyon ve Dokümantasyon Müdürlüğü, İzmir Ticaret Odası.
- Bülbül, A., 2013, *E-Devlet Uygulamalarının Bilgi Ve Belge Yönetimi Açısından Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. & Köklü, N., 2012, *Sosyal Bilimler İçin İstatistik (11 b.)*, Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 2004, Kanun No: 5216, *T.C. Resmi Gazete*, 25531, 23.07.2004.
- Callahan, K. M., 1999, *Citizen participation: The utilization and effectiveness of citizen advisory committees in local government*, Doctoral dissertation, Rutgers, The State University of New Jersey.
- Can, T. ve Şimşek İ., 2015, The Use of 3D Virtual Learning Environments in Training Foreign Language Pre-Service Teachers, *The Turkish Online Journal of Distance Education (TOJDE)*, vol.16, pp.114-124.
- Carrizales, T., Melitski, J., Manoharan, A. & Holzer, M., 2011, E-governance approaches at the local level: A case study in best practice, *International Journal of Public Administration*, 34(14), 935-945.
- Charles, P., 2014, *Rebuilding Haiti's Institutions: Transparency and Accountability at the Administration General of Customs*, Doctoral dissertation, Walden University.
- Chaney, P., 2009, *The Digital Handshake: Seven Proven Strategies to Grow Your Business Using Social Media*, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Chang, A. M. & Kannan, P. K., 2008, *Leveraging Web 2.0 in government*, Washington, DC: IBM Center for the Business of Government.
- Chen, K. C., Chen, Z. & Wei, K. J., 2009, Legal protection of investors, corporate governance, and the cost of equity capital, *Journal of Corporate Finance*, 15(3), 273-289.

- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R., & Hovy, E., 2010, Government 2.0: Making connections between citizens, data and government, *Information Polity*, 15(1), 1.
- Colter, C., 2012, *What the accountability loop means for your business*, <http://newhope360.com/blog/what-accountability-loop-means-your-business>, [Ziyaret Tarihi: 09.08.2015].
- comScore, 2010, *Visitor Demographics to Facebook.com*, <http://www.comscore.com/Insights/Data-Mine/Visitor-Demographics-to-Facebook>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- comScore, 2011, *U.S. Demographic Profiles at Facebook and Twitter*, <http://www.comscore.com/Insights/Data-Mine/US-Demographic-Profiles-at-Facebook-and-Twitter>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- comScore, 2015, *Which Social Networks Have the Most Engaged Audience?*, <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Which-Social-Networks-Have-the-Most-Engaged-Audience>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Cook, M. E., 2000, What citizens want from e-government, *Center for Technology in Government*.
- COPPA, 1998, *Children's Online Privacy Protection Act*, <http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=4939e77c77a1a1a08c1cbf905fc4b409&node=16%3A1.0.1.3.36&rgn=div5>, [Ziyaret Tarihi: 03.02.2016].
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G., 2010, *Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use*, *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- Corrigan, C. C., 2014, Breaking the resource curse: Transparency in the natural resource sector and the extractive industries transparency initiative, *Resources Policy*, 40, 17-30.
- Coşkun, R., 2007, *İyi yönetim Her Derde Deva Mı*, <http://www.yerelsiyaset.com/v4/sayfalar.php?goster=ayrinti&id=391> [Ziyaret Tarihi:03.07.2015].
- Cromer, C., 2010, Understanding Web 2.0's influences on public e-services: A protection motivation perspective, *Innovation*, 12(2), 192-205.
- Cronbach, L. J., 1951, Coefficient alpha and the internal structure of tests, *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Crowther, D., 2012, *Social media landscape*, <https://lh3.ggpht.com/-7cKJNkLFGKc/UHif0hv3rrI/AAAAAAAAAYI/dCebU7Ew1p8/s1600/socialprof-it-landscape.png>, [Ziyaret Tarihi: 06.02.2016].

- Curtin, D., Mair, P., & Papadopoulos, Y., 2014, Introduction, *In Accountability and European governance*, Curtin, et al. (ed.) 1, Routledge, 1-15.
- Cülcüoğlu, E., 2007, E-Belediyecilik Uygulamalarında Fırsatlar, Ekrem Yener ile Yapılan Görüşme, *IT Business Weekly*, 2(41).
- Czaputowicz, J., 2007, The Influence Of Globalisation Upon Public Governance, *Public Administration* (16484541), 1/2(13), 26-33.
- Çakır, M. A., 2004, Mesleki karar envanterinin geliştirilmesi, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 37(2), 1-14.
- Çakır, C., 2015, E-belediye: Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(1-2), 1-15.
- Çetin, E. B., 2010, *Halkla İlişkilerin Sosyal Medya Ortamında İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H. K., Küçük, E., & Albayrak, D., 2012, Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü, *Akademik Bilişim Konferansı*, <http://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 02.02.2015].
- Çoruh, M., 2009a, Kent Bilişim Sistemi ve e-Belediye, *XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Çoruh, M., 2009b, Türkiye'de e-Belediye Araştırma Sonuçları, *inet-tr'09 - XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, Bilgi Üniversitesi, İstanbul, <http://inet-tr.org.tr/inetconf14/bildiri/2.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 09.03.2016].
- Çukurçayır, M. A., 2003, Çok Boyutlu Bir Kavram Olarak Yönetişim, *Çağdaş Kamu Yönetimi I içinde*, Acar, M. ve Özgür, H. (ed.) Nobel Yayınları, Ankara.
- Çukurçayır, M. A., Özer, M. A. ve Turgut, K., 2012, Yerel Yönetimlerde Yolsuzlukla Mücadelede Yönetişim İlke Ve Uygulamaları, *Sayıştay Dergisi*, (86), 18-1.
- Dağıtmaç, M., 2015, *Sosyal Medya Tercihlerinde Kullanıcıyı Etkileyen Faktörler*, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.
- Dailymotion, 2016, Hakkında, <http://www.dailymotion.com/tr/about>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Dawes, S. S., 2008, The evolution and continuing challenges of e-governance, *Public Administration Review*, 68(s1), 86-102.
- Delibaş, K., & Akgül, A. E., 2010, Dünyada ve Türkiye'de E-devlet Uygulamaları: Türkiye'de E-demokrasi ve E-katılım Potansiyellerinin Harekete Geçirilmesi, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(1).
- Demirel, D., 2010, *Yönetişimde Yeni Bir Boyut: E-Yönetişim*, Türk İdare Dergisi, 65.

- Demirkıran, A. G. Ö., Eser, H. B. ve Keklik, B., 2011, Demokrasinin Tabana Yayılması Yönetimde Şeffaflık Ve Hesap Verebilirlik Bağlamında Bilgi Edinme Hakkı Kanunu, *Journal of Alanya Faculty of Business*, 3(2).
- Denhardt, R. B., 2002, Trust as capacity: The role of integrity and responsiveness, *Public Organization Review*, 2(1), 65-76.
- Digitalage, 2015, *Türkiye’de cep telefonu kullanıcı sayısı 72 milyona yaklaştı*, <http://www.digitalage.com.tr/turkiyede-cep-telefonu-kullanici-sayisi-72-milyona-yaklasti/>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2015].
- DMR, 2015, *SoundCloud Stats and Facts*, <http://expandedramblings.com/index.php/business-directory/19927/soundcloud/>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Doğan, K. C. ve Ustakara, F., 2013, Kamuda Bir Yapılanma Dönüşümü Olarak E-Devlet ve E-Yönetişim İlişkisi Üzerine, *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(3), 01-11.
- DPT, 2007, Kamuda İyi Yönetişim, *Dokuzuncu Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, DPT Yayını, Ankara.
- Dur, İ.İ., 2011, *Yerel Yönetişim ve Kent Konseyleri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Dünya Bankası, 1989, *Sub-Saharan Africa: From Crisis To Sustainable Growth*, 60, VII, Washington, DC: World Bank Publish.
- Dünya Bankası, 1992, *Governance and Development*, Washington, DC: World Bank Publish.
- Dünya Bankası, 1994, *Governance: the World Bank's experience*, Washington, DC: World Bank Publish.
- Dünya Bankası, 1997, *World Development Report 1997*, http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2013/02/28/000425962_20130228154147/Rendered/PDF/173000REPLACEMENT0WDR01997.pdf, [Ziyaret Tarihi : 08/07/2015].
- Dorris, M., 2008, Service transformation in government, *Executive Challenges: Today, Tomorrow, and Beyond*, 1, 25.
- Durna, U. ve Özel, M., 2008, Bilgi Çağında Bir Yönetişim Dönüşümü Yaklaşımı: E-(Yerel) Yönetim, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10).
- Dünya Bankası, 2013, *Social Accountability and Demand for Good Governance*, <http://www.worldbank.org/en/topic/socialdevelopment/brief/social-accountability>, [Ziyaret Tarihi: 08/03/2016].

- Edmiston, K. D., 2003, State and Local E-Government Prospects and Challenges, *The American Review of Public Administration*, 33(1), 20-45.
- Eldeniz, L., 2010, *İkinci Medya Çağında İnternet*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Eltantawy, N. & Wiest, J. B., 2011, *Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory*, *International Journal of Communication*, 5(18).
- Eren, A., & Aydın, A., 2014, *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014(3), 197-205.
- Ergin, Y. D., 1995, Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, 125-148.
- Ergin, D., 2003, Demokrasinin değişen yüzü ve yeni planlama yaklaşımı. *Pivolka*, 2(6).
- Ergün, İ., 2006, *Yerel Yönetimlerde Yönetişim Kavramı ve Avrupa Birliği'yle Kıyaslanması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Erkoşar, N., 2013, *Good Governance in Terms of Accountability in Municipality Services: Küçükçekmece Municipality*, MA Thesis, Political Science and Public Administration, Fatih University.
- Ertunç, M. A., 2016, *Google, Picasa'yı Kapatıyor!*, <http://shiftdelete.net/google-picasayi-kapatiyor-68696>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Eryılmaz, B. ve Biricikoğlu, H., 2011, Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik ve Etik, *İş Ahlakı Dergisi*, 4(7), 19-45.
- Eryılmaz, B., ve Zengin, B., 2014, Sosyal Medyada Konaklama İşletmelerine Yönelik Tüketici Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Bilimi Dergisi*, 2(1), 147-167.
- Evans, D., 2008, *Social media marketing: an hour a day*, Indianapolis, Ind. : Wiley.
- Evans, D., & Yen, D. C., 2006, E-Government: Evolving relationship of citizens and government, domestic, and international development, *Government information quarterly*, 23(2), 207-235.
- Eyidilli, S., 2012, *Facebook, Instagram'ı 1 milyar dolara satın aldı*, <http://webrazzi.com/2012/04/09/facebook-instagram-1-milyar-dolar-satin-aldi/>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- E-içişleri, 2016, *Türkiye Mülki İdare Bölümleri Envanteri*, <https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx>, [Ziyaret Tarihi: 05.03.2016].
- Fan, W., & Gordon, M. D., 2014, *The power of social media analytics*, *Communications of the ACM*, 57(6), 74-81.

- Fb.com, 2015, *U.S. Facebook Reports First Quarter 2015 Results*, <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=908022>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- Fb.com, 2016, *Company Info*, <http://newsroom.fb.com/company-info/>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Forte Counsultancy, 2010, *The Social Media Buzz – What’s It All About?*, <http://www.fortewares.com/wp/The%20Social%20Media%20Buzz%20%E2%80%93%20What%E2%80%99s%20It%20All%20About.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 06.02.2016].
- Foursquare, 2016, *Hakkında*, <https://tr.foursquare.com/about>, [Ziyaret Tarihi: 10.02.2016].
- Frederickson, G. & Smith, K., 2003, *The Public Administration Primer*, Boulder, CO: Westview Press.
- Frederickson, H. G., 2005, Whatever happened to public administration? Governance, governance everywhere, *The Oxford handbook of public management*, 281-304.
- Fung, A., 2006, Varieties of participation in complex governance, *Public administration review*, 66(s1), 66-75.
- Gaille, B., 2013, *How Many Blogs Are On The Internet*, <http://www.wpvirtuoso.com/how-many-blogs-are-on-the-internet/>, [Ziyaret Tarihi: 11.02.2016].
- Gaventa, J. & Goetz, A. M., 2001, Bringing citizen voice and client focus into service delivery Case study, *Education Guarantee Scheme*, Madhya Pradesh, India, Brighton: IDS.
- Gaventa, J., & Valderrama, C., 1999, Participation, citizenship and local governance, *Strengthening participation in local governance*, 21-24 June 1999, Institute of Development Studies.
- Genç, H., 2010, İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve E-İş 2.0 Uygulamaları, *Akademik Bilişim*, 481-487.
- George, D. & Mallery, P., 2003, *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.)*, Boston: Allyn & Bacon.
- Ghyasi, A. F. & Kushchu, I., 2004, m-Government: Cases of developing countries, *M-GovLab*, International University of Japan, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan040050.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 10.03.2016].
- Glasco, J. E., 2012, Web 2.0 and Government Transformation: How E-Government and Social Media, *Public Service, Governance and Web 2.0 Technologies: Future Trends in Social Media*, 201-202.

- Gliem, R. R., & Gliem, J. A., 2003, Calculating, interpreting and reporting Cronbach's alpha reliability coefficient for Likert-type scales, *Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*, <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/344/Gliem%20&%20Gliem.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 06.02.2016].
- Goetz, A. M. & Jenkins, R., 2005, *Reinventing accountability: Making democracy work for human development*. Hampshire, Palgrave Macmillan.
- Golbeck, J., Grimes, J. M. & Rogers, A., 2010, Twitter use by the U.S. Congress, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(8), 1612–1621.
- Goodin, R. E., & Dryzek, J. S., 2006, Deliberative impacts: the macro-political uptake of mini-publics, *Politics & society*, 34(2), 219-244.
- Gotta, 2004, *Social Computing: Getting Ahead of the Blog*, <http://www.zdnet.com/article/social-computing-getting-ahead-of-the-blog/>, [Ziyaret Tarihi: 11.02.2016].
- Gökçe, O. ve Örselli, E., 2012, *E-Demokrasi Vatandaşın Siyasete İlgilerinin ve Katılımlarının Arttırılmasının Bir Aracı mı?*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), I. Kısım Bölüm 2, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 39-64.
- Göküş, M., 2010, *Kamu Hizmeti Kavramı ve Yönetişim Yaklaşımı*, Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama içinde, In: Çukurçayır M. A., Eroğlu H.T. & Uğuz, H. E. (eds.), Çizgi Kitabevi, Konya, 585-615.
- Göymen, K., 2010, *Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Yönetişim: Gereksinmeler, Önergeler, Yönelimler*, Boyut Yayınları, İstanbul, 978-975-23-0696-7.
- Graham, J., Amos, B. & Plumtre, T., 2003 Principles for good governance in the 21st century, *Policy brief*, 15, 1-6.
- Gupta, A., Nair, A. P., & Gogula, R., 2003, Corporate governance reporting by Indian companies: A content analysis study, *The ICFAI Journal of Corporate Governance*, 2(4), 7-18.
- Graham, M. W., Avery, E. J., & Park, S., 2015, The role of social media in local government crisis communications, *Public Relations Review*, 41(3), 386-394.
- Gupta, M. S., & Abed, M. G. T., 2002, Governance, corruption, and economic performance, *International Monetary Fund*.
- Gül, S. K., 2008, Kamu Yönetiminde ve Güvenlik Hizmetlerinde Hesap Verebilirlik, *Polis Bilimleri Dergisi*, 10(4), 71-94.

- Güler, B. A., 2001, Yerel Yönetimler ve İnternet, *Türkiye'yi İnternete Taşımak Konferansı*, <http://inet-tr.org.tr/inetconf7/Sunum/yerelyonetim.doc>, [Ziyaret Tarihi: 08.03.2016].
- Güler, B. A., 2003, Yönetişim: Tüm iktidar sermayeye, *Praksis*, Kış-Bahar, 9(105), 93-116.
- Güler, M. ve Döventaş, E., 2009, Elektronik Devletten (E-Devlet) Mobil Devlete (M-Devlet) Geçişte Türkiye'de Yerel Yönetim Uygulamaları, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 25-48.
- Gümüş, F., 2009, *Yönetişim Kavramına Eleştirel Bir Yaklaşım ve Tuzla Kent Konseyi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Güzelsarı, S., 2003, Neo-Liberal Politikalar ve Yönetişim Modeli, *Amme İdaresi Dergisi*, 36(2), 17-34.
- Haber Şefi, 2015, *Taylor Swift Apple'ı Kararından Caydırdı*, <http://habersefi.com/haber/taylor-swift-apple-i-kararindan-caydirdi-2473.html>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Hai-Jew, S., 2015, *The Confluence: Web 2.0, Social Media Platforms, and Big Data*, <http://scalar.usc.edu/works/querying-social-media-with-nodexl/what-is-social-media>, [Ziyaret Tarihi: 09.01.2016].
- Hamamcı, E., 2015, *Televizyon ve Sosyal Medya İlişkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.
- Harrison, T. M. & Sayogo, D. S., 2014, Transparency, participation, and accountability practices in open government: A comparative study, *Government Information Quarterly*, 31(4), 513-525.
- Hassan Che Haat, M., Abdul Rahman, R., & Mahenthiran, S., 2008, Corporate governance, transparency and performance of Malaysian companies, *Managerial Auditing Journal*, 23(8), 744-778.
- Hausmann, A., 2012, *16 Differences Between Traditional Media and Social Networking*, <https://www.hausmanmarketingletter.com/16-differences-between-social-media-and-traditional-media/>, [Ziyaret Tarihi: 03.02.2016].
- Hayes, G., 2006, *Virtual Worlds, Web 3.0 and Portable Profiles*, <http://www.personalizemedia.com/virtual-worlds-web-30-and-portable-profiles>, [Ziyaret Tarihi : 08/01/2016].
- Heeks, R., 2001, *Understanding e-Governance for Development*, i-Government Working Paper Series, University of Manchester, Manchester, Paper No: 11.

- Heeks, R., 2008, *What is eGovernment*, <http://www.egov4dev.org/success/definitions.shtml>, [Ziyaret Tarihi: 27.02.2016].
- Henden, Ö. G. H. B. ve Henden, R., 2005, Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(14).
- Hendler, J., 2009, *Web 3.0 Emerging*, *Computer*, 42(1), 111-113.
- Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S., 2012, Information disclosure and corporate governance, *The Journal of Finance*, 67(1), 195-233.
- Heylings, P. & Bravo, M., 2007, Evaluating governance: a process for understanding how co-management is functioning, and why, in the Galapagos Marine Reserve, *Ocean & Coastal Management*, 50(3), 174-208.
- Ho, A. T. K., 2002, Reinventing local governments and the e-government initiative, *Public administration review*, 62(4), 434-444.
- Holden, S. H., Norris, D. F. & Fletcher, P. D., 2003, Electronic government at the local level: Progress to date and future issues, *Public Performance & Management Review*, 26(4), 325-344.
- Holotescu, C. & Grosseck, G., 2010, Learning to microblog and microblogging to learn. A case study on learning scenarios in a microblogging context, *In The 6th International Scientific Conference eLearning and Software for Education Bucharest*, 15-16, Bucharest: Romania.
- Howard, M., 2001, E-government across the globe: how will e-change government, *E-Government*, 90, 80.
- IMF, 1997, *Good Governance: The IMF's Role*, Washington, DC: IMF.
- İnci, H., 2007, *Yerel yönetimler yasasındaki değişikliklerin belediyelerin yönetim ve organizasyon yapısı üzerindeki etkileri: Edirne Belediyesi örnek olayı*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- İslam, A., 2015, *Local governance and social accountability*, Doctoral dissertation, University of Dhaka.
- Kabakuş, 2014, Türkiye'deki Büyükşehirlerin İlçe Belediyelerine Göre E-Belediye Hizmetlerinde Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçülmesi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3).
- Kalkınma Bakanlığı, 2013, Kamu Bilgi ve İletişim Teknolojileri Projeleri Hazırlama Kılavuzu, http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/1/Diger/Kamu_BIT_Projeleri_Hazirlama_Kilavuzu_2013.pdf, [Ziyaret Tarihi: 20.04.2016].

- Kankaya, M. M., 2010, *E-Devlet Uygulamaları ve Mali Saydamlık İlişkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M., 2009, The Fairyland of Second Life: Virtual Social Worlds and How to Use Them, *Business Horizons*, 52, 563-572.
- Kapucu, N. ve Gündoğan E., 2010, Yönetişim, Ekonomik Kalkınma ve Demokrasi, *Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama içinde*, Çukurçayır M. A., Eroğlu H.T. & Uğuz, H. E. (ed.), Çizgi Kitabevi , Konya, 553-584.
- Kara, M., 2015, *Facebook'un Türkiye'deki aylık kullanıcı sayısı 40 milyona dayandı*, <http://webrazzi.com/2015/09/03/facebook-turkiye-aylik-kullanici-sayisi/>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- Karabacak, H., 2003, Hukukun Üstünlüğü ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, Ankara: Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı.
- Karakaş, M., ve Çak, M., 2007, Yolsuzlukla mücadelede uluslararası kuruluşların rolü, *Maliye Dergisi*, 153, 74-101.
- Karakuş, G., 2010, *5018 Sayılı Kanun İle Yönetişim İlke ve Esasları Çerçevesinde Kamu Hizmetlerinin Sunumu*, Mesleki Yeterlilik Tezi, Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.
- Karakuş, G., 2011, *Yönetişim Yaklaşımı Perspektifinden Türkiye'de E-Devlet Uygulamaları ve Maliye Sgb.Net Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Isparta.
- Karasar, N., 2005, *Bilimsel araştırma yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, S. 79.
- Karkın, N., ve Çalhan, H. S., 2011, Vilayet Ve İl Özel İdare Web Sitelerinde E-Katılım Olgusu, *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 1(13).
- Karkın, N. ve Özgür, H., 2012, *Türkiye'nin Yönetimsel Düzeninde E-Devletten E-Yönetişime Geçiş*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, Sobacı M. Z., Yıldız M., I. Kısım Bölüm 4, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 85-102.
- Kayalı, C. A. ve Yereli, A. N., 2002, Türkiye'de bilgi toplumu yaratılması ve e-devlet uygulamalarına genel bir bakış, *I. Ulusal Bilgi, E-konomi ve Yönetim Kongresi*, KÜİİ BF Yayını, İzmit, 119-130.
- Kazaka, O., 2011, *Corporate Communication in Social Media in Latvia*, Acta Universitatis Sapientiae, Social Analysis, 1(2), 241-259.

- Kefela, G., 2011, Good governance enhance the efficiency and effectiveness public spending-Sub Saharan countries, *African journal of business management*, 5(11), 3995.
- Keleş, R., 2010, Yönetişim Kavramına Eleştirel Bir Yaklaşım, *Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama içinde*, Çukurçayır M. A., Eroğlu H.T. & Uğuz, H. E. (ed.), Çizgi Kitabevi , Konya, 57-71.
- Kemp, 2016, Digital, Social & Mobile Worldwide in 2015, <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-social-mobile-worldwide-2015>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- Kılıç, Ç., 2015, *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Medya ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı.
- Kılınç, U., 2009, Bilgi Edinme Hakkı Kanunu ve Türkiye Uygulaması, *Kamu Mevzuatı Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2.
- Kırık, A. M., 2012, *Arap Baharı Bağlamı'nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm*, 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1(3).
- Kızıllarslan, A., 2012, *Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir Yaklaşım*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S., 2011, Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media, *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Kleinrock, L., 1961, <http://www.lk.cs.ucla.edu /data /files /Kleinrock /Information %20Flow %20in %20Large %20Communication %20Nets.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 08.01.2016].
- Klitgaard, R., 2014, Addressing Corruption Together, *Background paper prepared for the OECD Symposium on Anti-Corruption Development Assistance: Good Practices among Providers of Development Co-operation*, Paris.
- Knibbs, K., 2014, *Instagram is growing faster than Twitter, Facebook, and Pinterest combined*, <http://www.digitaltrends.com/social-media/instagram-is-growing-faster-than-twitter-facebook-and-pinterest-combined-in-2013/>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Kocaoğlu, M. ve Emimi F. K., 2014, *Yerel Hizmet Sunumunda Bilgi Teknolojisi Kullanımının Önemi Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma: Kırşehir İl Özel İdaresi*, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(1), 203-222.

- Koçak, S.Y., 2010, Avrupa Birliği ve Yönetişim, *Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama içinde*, Çukurçayır, M. A., Eroğlu, H.T. & Uğuz, H. E. (ed.), Çizgi Kitabevi , Konya, 465-493.
- Kolstad, I., & Wiig, A., 2009, Is transparency the key to reducing corruption in resource-rich countries?, *World Development*, 37(3), 521-532.
- Köktürk, E., 2002, *e-Belediye ve Kent Bilgi Sistemleri*, http://www.erolkokturk.net/FileUpload/ks85423/File/2002-04_e-belediye_ve_kent_bilgi_sistemleri.pdf, [Ziyaret Tarihi: 09.03.2016].
- Kösekahya, G., 2003, Katılımcılık ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, Ankara: Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, 34-47.
- Köseoğlu, Ö., & Köker, N. E. (2014). *Türk Üniversiteleri Twitter'ı Diyalogsal İletişim Açısından Nasıl Kullanıyor: Beş Türk Üniversitesi Üzerine Bir İçerik Analizi*, *Global media journal: turkish edition*, 4(8).
- Kural, S., 2015, *Facebook'un Yeni "Embed Post" Özelliği Kullanıma Açıldı*, <http://sosyalmedya.co/facebook-embed-post-kullanima-acildi/>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Kushchu, I. & Borucki, C., 2005, A Mobility Response Model For Government, *EUROmGov 2005 Conference: From E-Government To M-Government*, July 10-12, Brighton, UK.
- Kushchu, I. & Kuscu, H., 2003, From E-government to M-government: Facing the Inevitable, *The 3rd European Conference on e-Government*, 253-260.
- Kuzey, P., 2003, Şeffaflık ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, TC Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Kuzma, J., 2010, Asian government usage of Web 2.0 social media, *European Journal of ePractice*, (9), 1-13.
- Küstür, S., 2013, *Instagram'a ilk 24 saatte 5 milyon video yüklendi*, <http://www.teknoblog.com/instagram-ilk-24-saat-5-milyon-video-59855/>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Lam, N. V., 2002, A perspective on Good Governance, *Bullettin on Asia-Pacific Perspectives*.
- Layne, K., & Lee, J., 2001, Developing fully functional E-government: A four stage model, *Government information quarterly*, 18(2), 122-136.
- Lenhart, A., 2009, *Teens and sexting*, A Pew Internet & American Life Project Report, Retrieved July, 4, 2010.

- Levine, R., Loayza, N., & Beck, T., 2000, Financial intermediation and growth: Causality and causes, *Journal of monetary Economics*, 46(1), 31-77.
- Lincoln, S. R., 2009, *Mastering Web 2.0: transform your business using key website and social media tools*, Kogan Page Publishers.
- Lindahl, N. P., 2010, *Responsive e-government: A study of local government e-feedback methodology*, Doctoral dissertation, Walden University.
- LinkedIn, 2016, About LinkedIn, <https://press.linkedin.com/about-linkedin>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Liu, C., 2015, *Renren Announces Unaudited Third Quarter 2015 Financial Results*, <http://www.prnewswire.com/news-releases/renren-announces-unaudited-third-quarter-2015-financial-results-300184940.html>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Lutz, M., 2009, *The Social Pulpit Barack Obama's Social Media Toolkit*, <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/social-business-planning/>, [Ziyaret Tarihi: 03.02.2016].
- Lynn Jr, L. E., Heinrich, C. J. & Hill, C. J., 2001, Improving governance: A new logic for empirical research, *Georgetown University Press*.
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A. & Beaton, M., 2013, *Teens, social media, and privacy*, Pew Research Center, May 2013.
- Maliye Bakanlığı, 2016, *İyi Yönetişim*, <http://www.maliye.gov.tr/Sayfalar/iyi-Yonetisim.aspx>, [Ziyaret Tarihi: 08/03/2016].
- Maraş, G., 2011, Kamu Yönetimlerinde E-Devlet ve E-Demokrasi İlişkisi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (37), 121-144.
- Marche, S., & McNiven, J. D., 2003, E-government and e-governance: the future isn't what it used to be, *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 20(1), 74-86.
- Magee, Y. S., 2012, *Public Participation in Local Governments: Urban Planning Processes and Decision-Making*, Doctoral dissertation, Walden University.
- Marchionini, G., Samet, H., & Brandt, L., 2003, Digital government, *Communications of the ACM*, 46(1), 25-27.
- Markova, N., 2014, *The analysis of social media usage: Case Study: Fashion Designer X*, Tampereen ammattikorkeakoulu Tampere University of Applied Sciences Degree Programme in Tourism.
- Mayfield, A., 2008, *What is Social Media?*, http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, [Ziyaret Tarihi: 12.01.2016].

- McCarthy, C., 2008, *Facebook overtakes MySpace globally*, <http://www.zdnet.com/article/facebook-overtakes-myspace-globally/>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- McClure, D. L., 2000, Statement of David L. McClure, US General Accounting Office, Before the Subcommittee on Government Management, Information and Technology, House of Representatives, *Committee on Government Reform*.
- Medeni, T., Kaplan, A., Dalbay, Ö., Medeni, T., Aktekin, E., 2012, *e-Devlet Kapısı: Sunulan e-Hizmetlerin Değerlendirilmesi ve Öneriler*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), III. Kısım Bölüm 2, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 263-278.
- Michel, F., 2016, *How many public photos are uploaded to Flickr every day, month, year*, <https://www.flickr.com/photos/franckmichel/6855169886>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Michel, J., 2014, Linking Growth and Governance for Inclusive Development and Effective International Cooperation, *Trends in Global Development*, Creative Associates International.
- Milbrath, L. W. ve Goel, M. L., 1965, *Political Participation*, Boston: Rand McNally College.
- MİGM, 2011, *E-Devlet (Yerel) Uygulamaları Anketi Raporlaması*, Ankara, [http://www.migm.gov.tr/Dokumanlar/eDevlet\(Yerel\)UygulamalariAnketi.pdf](http://www.migm.gov.tr/Dokumanlar/eDevlet(Yerel)UygulamalariAnketi.pdf), [Ziyaret Tarihi: 05.03.2016].
- Milliyet, 2011, *Murdoch MySpace'i 30 milyon \$'a sattı*, <http://www.milliyet.com.tr/murdoch-myspace-i-30-milyon-a-satti/gundem/gundemdetay/30.06.2011/1408553/default.htm>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Milliyet, 2013, *2.5 milyon insan 79 ilde sokağa indi*, <http://www.milliyet.com.tr/2-5-milyon-insan-79-ilde-sokaga/gundem/detay/1726600/default.htm>, [Ziyaret Tarihi: 02.02.2016].
- Mistry, J. J., 2012, The Role of eGovernance in mitigating corruption, *Accounting and the Public Interest*, 12(1), 137-159.
- Mitchell, M., & Jolley, J., 2010, *Research design explained (Seventh Edition)*, Cengage Learning, Wadsworth, ISBN: 0-495-60221-3.
- Morehead, W.A., 2007, *Internal Control and Governance in Non-Governmental Organizations Designed to Provide Accountability and Deter, Prevent, and Detect Fraud and Corruption*, PhD Thesis, University of Southern Mississippi.
- Morgan, G. A., Leech, N. L. Gloeckner, G. W. & Barrett, K. C., 2004, *SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*, Psychology Press.

- Mossberger, K., Wu, Y. & Crawford, J., 2013, Connecting citizens and local governments? Social media and interactivity in major US cities, *Government Information Quarterly*, 30(4), 351-358.
- Mousavi, S. A. A., Pimenidis, E. & Jahankhani, H., 2007 Challenges to e-municipality in the developing countries, *First International Conference on Electronic Municipality*, Tehran-Iran (pp. 16-17).
- Mulgan G., 2005, *Involve: People and Participation – How to put citizens at the heart of decision-making*, <http://www.involve.org.uk/wp-content/uploads/2011/03/People-and-Participation.pdf>, [Ziyaret Tarihi: 16.08.2015].
- Navarra, D. D., & Cornford, T., 2012, The state and democracy after new public management: Exploring alternative models of e-governance, *The Information Society*, 28(1), 37-45.
- Negiz, N. & Saraçbaşı, Y., 2012, Demokratik Yönetişim Sağlanmasında E-Belediye Ve Uygulamaları: Akdeniz Bölgesi Örneği, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1).
- Norris, D. F. & Moon, M. J., 2005, Advancing e-government at the grassroots: tortoise or hare?, *Public administration review*, 65(1), 64-75.
- Norris, D. F., & Reddick, C. G., 2013, Local E-Government in the United States: Transformation or Incremental Change?, *Public Administration Review*, 73(1), 165-175.
- Oakley, K., 2002, What is e-governance?, *e-Governance Workshop*, 10–11 Haziran, Strasbourg.
- OECD, 2001a, *Puma Work Programme 2001-2002*, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=PUMA\(2000\)10&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=PUMA(2000)10&docLanguage=En), [Ziyaret Tarihi : 08/03/2016].
- OECD, 2001b, *Understanding Digital Divide*, OECD Publications, Paris.
- OECD, 2002, Regulatory Reform in the UK: Government Capacity to Assure High Quality Regulation, *OECD Reviews of Regulatory Reform*, Paris.
- Oliveira, G. H. M. & Welch, E. W., 2013, Social media use in local government: Linkage of technology, task, and organizational context, *Government Information Quarterly*, 30(4), 397-405.
- Olsen, J. P., 2015, Democratic Order, Autonomy, and Accountability, *Governance*, 28(4), 425-440.
- On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Altı İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 2012, Kanun No: 6360, *T.C. Resmi Gazete*, 28489, 06.12.2012.

- On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Altı İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, 2013, Kanun No: 6447, *T.C. Resmi Gazete*, 28595, 22.03.2013.
- Oreskovic, A. & Saba, J., *Yahoo buying Tumblr for \$1.1 billion, vows not to screw it up*, <http://www.reuters.com/article/us-tumblr-yahoo-idUSBRE94I0C120130520>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Osman, I. H., Anouze, A. L., Irani, Z., Al-Ayoubi, B., Lee, H., Balcı, A., & Weerakkody, V., 2014, COBRA framework to evaluate e-government services: A citizen-centric perspective, *Government Information Quarterly*, 31(2), 243-256.
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K., 2011, *The impact of social media on children, adolescents, and families*, *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- O’Reilly, T., 2005, *Whats is Web 2.0-Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> , [Ziyaret Tarihi : 09/01/2016].
- Ök, F., 2013, *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Elazığ.
- Öncel, Ü., 2014, *Mert Canlı: Türkiye’de Facebook’un günlük aktif mobil kullanıcı sayısı 9,5 milyon*, <http://webrazzi.com/2014/02/19/mert-canli-turkiyede-facebookun-gunluk-aktif-mobil-kullanici-sayisi-95-milyon/>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- Örselli, E., 2010, Kamu Yönetiminde Yolsuzluk Sorunu ve Yönetişim Yaklaşımı, *Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama içinde*, Çukurçayır M. A., Eroğlu H.T. & Uğuz, H. E. (ed.), Çizgi Kitabevi , Konya, 495-522.
- Özer, M. A., 2005, Günümüzün yükselen değeri: Yeni kamu yönetimi, *Sayıştay Dergisi*, 59, 3-46.
- Özer, M. A., 2006, Yönetişim Üzerine Notlar, *Sayıştay Dergisi*, 63, 59-89.
- Özgökçeler, S., 2012, *Özürllüler İçin Sosyal Bütünleşme Aracı Olarak E-Devlet: Politikalar ve Uygulamalar*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), IV. Kısım Bölüm 3, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 451-481.
- Özkara, N., 2010, *E-Belediye: Tarsus Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Öztoprak, A. A., 2011, *Yönetişim yaklaşımı ve belediyeler: Yönetişim göstergeleri açısından Malatya belediyeleri araştırması*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İlter, K., Küçükylmaz, M.M. ve Arı, Y., 2014, *Sosyal Medya'nın ABC'si*, Alfa Yayıncılık, İstanbul, ISBN: 978-605-106-872-5.
- Pallant, J., 2005, *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows (Version 12)*, Open University Press, Maidenhead, ISBN: 1-74114-478-7.
- Papadomichelaki, X. & Mentzas, G., 2012, e-GovQual: A multiple-item scale for assessing e-government service quality, *Government information quarterly*, 29(1), 98-109.
- Parigi, V. K., Geeta, P. & Kailasam, R., 2004, Ushering in transparency for good governance, *Centre for Good Governance*, Hyderabad.
- Pcworld, 2014, *Orkut resmen veda etti*, <http://www.pcworld.com.tr/gundem/orkut-resmen-veda-etti/>, [Ziyaret Tarihi: 06.02.2016].
- Pendik.bel.tr, 2012, e-Devlet Kapısı'nda ilk belediye; Pendik Belediyesi, <http://uygulama.pendik.bel.tr/bpi.asp?caid=175&cid=11312>, [Ziyaret Tarihi: 01.03.2016].
- Peters, B. G. & Pierre, J., 1998, Governance without government? Rethinking public administration, *Journal of public administration research and theory*, 8(2), 223-243.
- Peterson, R. A., 1994, A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha, *Journal of consumer research*, 381-391.
- Pina, V., Torres, L., & Acerete, B., 2007, Are ICTs promoting government accountability?: A comparative analysis of e-governance developments in 19 OECD countries, *Critical Perspectives on Accounting*, 18(5), 583-602.
- Polat, N., 2003, Saydamlık, Hesap Verme Sorumluluğu Ve Denetimin Etkinliği, *Sayıştay Dergisi*, 49, 65-80.
- Polat, R. K., 2006, *E-Belediyecilik Kılavuzu Yerel Yönetim Vatandaş Etkileşimi*, İstanbul: TASAM Yayınları.
- Popescu, E., 2014, Providing collaborative learning support with social media in an integrated environment, *World Wide Web*, 17(2), 199-212.
- Potnis, D. D., 2010, Measuring e-Governance as an innovation in the public sector, *Government Information Quarterly*, 27(1), 41-48.
- Rabaiah, A., 2010, *Best-practice framework for developing and implementing e-government*, Academic & Scientific Publishers VUBPress UPA.
- Reddick, C. G., 2004, A two-stage model of e-government growth: Theories and empirical evidence for US cities, *Government Information Quarterly*, 21(1), 51-64.

- Reddick, C. & F. Norris, D., 2013, E-participation in local governments: An examination of political-managerial support and impacts, *Transforming Government: People, Process and Policy*, 7(4), 453-476.
- Reif, L. C., 2000, Building Democratic Institutions: The Role Of National Human Rights Institutions İn Good Governance And Human Rights Protection, *Harvard Human Rights Journal*, V 13, Spring 2000.
- Rhodes, R. A. W., 1996, The new governance: governing without government, *Political studies*, 44(4), 652-667.
- Ruige, A., Üskent S. & Micka, P., 2014, *Yönetişim ve Katılım: Etkili Katılım için Araçlar, Yöntemler, Mekanizmalar*, Başak Matbaa, Ankara.
- Ruijer, E., 2013, *Proactive transparency and government communication in the USA and the Netherlands*, Doctoral dissertation, Virginia Commonwealth University, USA.
- Sá, F., Rocha, Á., & Cota, M. P., 2015, Potential dimensions for a local e-Government services quality, *Telematics and Informatics*, 33(2016) 270-276.
- Safko, L., 2010, *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*, John Wiley & Sons.
- Samsun, N., 2003, Hesap Verebilirlik ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, TC Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Sansarcı, İ., 2013, *Elektronik Devlet ve E-Demokrasi*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Muğla.
- Santos, J. R. A., 1999, Cronbach's alpha: A tool for assessing the reliability of scales, *Journal of extension*, 37(2), 1-5.
- Saraçbaşı, Y., 2010, *Türkiye'de E-Belediyecilik Uygulamalarında Belediye Vatandaş İlişkisi: Malatya Belediyesi Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Isparta.
- Sarı, M. N., 2013, *Social Media Monitoring And Measurement Methods: A Research Study*, Master's thesis, Yeditepe University.
- Satmaz, Ö., 2014, *Türkiye'de E-Devlet Uygulamaları: Hatay İli İskenderun İlçesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Mersin.
- Schmidt, M. G., 2002, *Demokrasi Kuramlarına Giriş*, çev: M. Emin Köktaş, Ankara: Vadi Yayınları, 2.
- Schwester, R., 2009, Examining the barriers to e-government adoption, *Electronic Journal of e-government*, 7(1), 113-122.

- Scott, P. R., & Jacka, J. M., 2011, *Auditing social media: A governance and risk guide*, John Wiley & Sons.
- Selimoğlu, Y., 2010, *Kamu Yönetiminde Yönetişimin Bir Unsuru Olarak Şeffaflık ve Bilgi Edinme Hakkı: Karaman Milli Eğitim Müdürlüğünde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Shelton, M. J. R., & General, D. S., 1999, The Importance of Corporate Governance in OECD and Non-OECD Economies, *Conference on Corporate Governance in Asia: A Comparative Perspective*, The Draft OECD Principles, March (3-5).
- Shirky, C., 2011, *The political power of social media*, *Foreign affairs*, 90(1), 28-41.
- Silcock, R., 2001, What is e-government, *Parliamentary affairs*, 54(1), 88–101.
- Smart Kiosk, 2016, *Kiosk Nedir?*, http://www.smart-kiosk.com/tr/blog/kiosk_nedir.html, [Ziyaret Tarihi: 05.03.2016].
- Smith, A., Lehman Schlozman, K., Verba, S. ve Brady, H., 2009, *The Internet and Civic Engagement*, <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/15--The-Internet-and-Civic-Engagement.aspx>, [Ziyaret Tarihi: 16.08.2015].
- Smith, C., 2016, *By the Numbers: 130+ Amazing Youtube Statistics*, <http://expandedramblings.com/index.php/youtube-statistics/>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Sobacı M. Z., 2012, *e-Devlet: Kuramsal Bir Bakış*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), I. Kısım Bölüm 1, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 3-37.
- Solberg, M., 2011, *A survey analysis of transparency in three Asian regulatory agencies responsible for medical products*, Faculty of the USC School of Pharmacy, University of Southern California.
- Soundcloud, 2016, *Press*, <https://soundcloud.com/press>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Soylu, H., 2003, Etkinlik ve İyi Yönetişim, *İyi Yönetişimin Temel Unsurları*, TC Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı.
- Stamati, T., Papadopoulos, T. & Anagnostopoulos, D., 2015, Social media for openness and accountability in the public sector: Cases in the Greek context, *Government Information Quarterly*, 32(1), 12-29.
- Statista, 2016a, *Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2015*, <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Statista, 2016b, *Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2015 (in millions)*,

<http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].

Stojanovska, M., Miovska, M., Jovanovska, J. & Stojanovski, V., 2014, The process of forest management plans preparation in the Republic of Macedonia: Does it comprise governance principles of participation, transparency and accountability?, *Forest Policy and Economics*, 49, 51-56.

Stoker, G., 1998, Governance as theory: five propositions, *International social science journal*, 50(155), 17-28.

Stone Temple Consulting, 2015, *Hard Numbers for Public Posting Activity on Google Plus*, <https://www.stonetemple.com/real-numbers-for-the-activity-on-google-plus/>, [Ziyaret Tarihi: 10.02.2016].

Swift, T., 2015, *To Apple Love Taylor*, <http://taylorswift.tumblr.com/post/122071902085/to-apple-love-taylor>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].

Şahin, A., 2007, Türkiye'de E-Belediye Uygulamaları ve Konya Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(29).

Şat, N., 2008, *Demokrasi İçin Bir Araç: E-Belediye*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.

Şat, N., 2012, *Yerel Yönetimlerde E-Devlet Uygulamaları*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), III. Kısım Bölüm 1, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 235-262.

Şimşek, İ., Deniz, S., 2015, The Effect Of 3D Virtual Learning Environments On Mathematic Success: Second Life Sample, *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, vol.2, pp.576-580.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S., 2013, *Using multivariate statistics (6th ed.)*, Boston: Pearson.

TASAM, 2007, *Yeni bir yönetim anlayışı: Yönetişim*, http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/1619/yeni_bir_yonetim_anlayisiyonetisim, [Ziyaret Tarihi: 10.08.2015].

TBD, 2001, *Türkiye'de E-Devlet Nasıl Olmalı*, Kamu Bilgi İşlem Uygulamalarında Verimliliğin Artırılması I-II-III Toplantıları Sonuç Raporu, http://www.tbd.org.tr/usr_img/cd/kamubib14/raporlarPDF/Rapor-123.pdf, [Ziyaret Tarihi: 27.02.2016].

TBD, 2002, *e-Devlet Çalışma Grubu Raporu*, http://www.tbd.org.tr/usr_img/cd/kamubib12/diger/SuraRaporu.DOC, [Ziyaret Tarihi: 27.02.2016].

TBD, 2004, E-Belediye Raporu, II. *Türkiye Bilişim Şûrası*, Ankara.

- TBD, 2006, E-Devlet Kavramları El Kitabı Sürüm 2.0, http://www.tbd.org.tr/usr_img/cd/kamubib17/diger/BG3-2006.pdf, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2015].
- TBMM, 2015, *Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu Raporları*, https://www.tbmm.gov.tr/bilgiedinme/degerlendirme_kurulu_raporlari.htm, [Ziyaret Tarihi: 12.08.2015].
- TDK, 2015, *Güncel Türkçe Sözlük: Medya*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MEDYA, [Ziyaret Tarihi: 08.01.2016].
- TDK, 2016, *Güncel Türkçe Sözlük: Normatif*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=normatif, [Ziyaret Tarihi : 07/03/2016].
- Teknoyo, 2015, *Canlı yayın uygulaması Periscope'u kullananların sayısı 10 milyonu geçti*, <http://teknoyo.com/periscope-10-milyon-kullanici/>, [Ziyaret Tarihi: 06.02.2016].
- Telli, A., 2011, *Yönetişim Modelinin Evrim Sürecinde Yeni Bir Dönüm Noktası: Devlet Odaklı Yönetim Anlayışı "Devlet 1.0"dan Yurttaş Odaklı "Devlet 2.0" Anlayışına Geçiş*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TEPAV, 2011, *Yolsuzlukla Mücadele ve Sivil Toplum İlişkisi: Bir Perspektif Denemesi*, http://www.tepav.org.tr/upload/files/1295426395-1.Yolsuzlukla_Mucadele_ve_Sivil_Toplum_Iliskisi_Bir_Perspektif_Denemesi.pdf, [Ziyaret Tarihi : 08/03/2016].
- Toksöz, F., 2008, *İyi Yönetişim El Kitabı*, Tesev Yayınları, İstanbul.
- Tombalak, T. O., 2014, *CRM Ve Sosyal Medya Etkileşimi : Sosyal CRM'in Bir İşletme Uygulaması İle Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Enformatik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Toprak, Z., 2010, *E-yönetişim ve e-devlet*, Yönetişim, In H. T. Eroğlu, H. E. Uğuz, & M. A. Çukurçayır (eds.), Çizgi Kitabevi, Konya, 73-106.
- Trimi, S., & Sheng, H., 2008, Emerging trends in M-government, *Communications of the ACM*, 51(5), 53-58.
- TUENA, 1999, *Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Plânı Sonuç Raporu*, Ankara.
- Tumblr, 2016a, *About*, <https://www.tumblr.com/about>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Tumblr, 2016b, *Popüler*, <https://www.tumblr.com/explore/trending>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].

- Turgut, K., 2010, *Belediyelerde İyi Yönetişime İlişkin Düzenlemeler ve Uygulamalar*, Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama, In: Çukurçayır, M. A. ve diğ. (eds.), Bölüm 13, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, ISBN:978-605-5999-76-6, 415-444.
- Türkiye.gov.tr, 2016, Bilgilendirme, <https://www.turkiye.gov.tr/bilgilendirme?konu=siteHakkinda>, [Ziyaret Tarihi: 01.03.2016].
- Total, B. O., 2013, *Twitter Vine'ı Duyurdu*, <http://shiftdelete.net/twitter-vinei-duyurdu-42555>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- TÜİK, 2015, *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2015].
- TÜİK, 2016, http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=945 [Erişim Tarihi: 26.01.2016].
- Tümekaya, S., 2000, Akademik Tükenmişlik Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(19).
- Türe, F., 2008, Egemenlik, Temsili Demokrasi ve Ulus-Devlet, *Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 45(518).
- TÜSİAD, 2012, e-Devlet / e-Belediye Kullanıcı Memnuniyet Araştırması, *eTR Ödülleri ve Kongresi*, İstanbul, http://www.tusiad.org/tr/tum/item/download/5525_51909c85c2e9de22f7f19073ae664b8b, [Ziyaret Tarihi: 09.03.2016].
- Twitter, 2016a, *About*, <https://about.twitter.com/tr/company>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Twitter, 2016b, *Quarterly results*, <https://investor.twitterinc.com/results.cfm>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Twitter, 2016c, *Twitter*, <http://twitter.com>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Uçkan, Ö., 2003a, *e-Demokrasi ve Türkiye, kamu yönetiminin yeniden yapılanması için strateji ve politikalar-I*. Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Uçkan, Ö., 2003b, E-devlet, e-demokrasi ve e-yönetişim modeli: Bir ilkesel öncelik olarak bilgiye erişim özgürlüğü, *Stradigma Dergisi*, (5), 1-19.
- UNDP, 1997, *Governance For Sustainable Human Development: A UNDP Policy Document*, United Nations Development Programme.
- UNDP, 2007, *Reconceptualising Governance, Discussion Paper 2*, New York.
- UNESCO, 2016, *E-governance*, http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=3038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, [Ziyaret Tarihi : 08/03/2016].

- Ünal, A. T., 2015, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Üstüner, Y., 2003, Siyasa Oluşturma Sürecinde Ağ Yönetişimi Kuramı, *Amme İdaresi Dergisi*, 36(3), 49-65.
- Vigoda, E., 2002, From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration, *Public administration review*, 62(5), 527-540.
- Vk.com, 2016, *Catalog*, <http://vk.com/catalog.php>, [Ziyaret Tarihi: 09.02.2016].
- Weinberger, M., 2015, *Second Life is still around and getting ready to conquer virtual reality*, <http://www.businessinsider.com/second-life-is-still-around-and-getting-ready-to-conquer-virtual-reality-2015-3>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Williams, L. M., 2012, *Facebook Ruined My Marriage: Digital Intimacy Interference on Social Networking Sites*, Master's thesis, Media Studies at Syracuse University.
- Wikimedia, 2015, *Wikipedia Edit History*, <https://stats.wikimedia.org/EN/PlotsPngEditHistoryTop.htm>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Wikipedia, 2015a, *Toplumsal Eşitlik*, https://tr.wikipedia.org/wiki/Toplumsal_eşitlik, [Ziyaret Tarihi : 07/07/2015].
- Wikipedia, 2015b, *Standard & Poor's*, https://tr.wikipedia.org/wiki/Standard_%26_Poor%27s, [Ziyaret Tarihi : 03/09/2015].
- Wikipedia, 2015c, *Google+*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Google%2B>, [Ziyaret Tarihi: 10.02.2016].
- Wikipedia, 2015d, *Second Life*, https://en.wikipedia.org/wiki/Second_Life, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Wikipedia, 2016a, *Sosyal Medya sayfasını değiştirmektесiniz*, https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Sosyal_medya&veaction=edit&vesecti on=3, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Wikipedia, 2016b, *Wikipedia*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Wikipedia, 2016c, *Wikipedia:Size of Wikipedia*, https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Size_of_Wikipedia, [Ziyaret Tarihi: 13.02.2016].
- Wikipedia, 2016d, *Instagram*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].

- Wikipedia, 2016e, *Flickr*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Flickr>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].
- Wilson, E., 2015, *Towards Accountability in Democratic Network Governance*, Doctoral Dissertation, Dalhousie University.
- Wood, J. A., & Winston, B. E., 2005, Toward a new understanding of leader accountability: Defining a critical construct, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 11(3), 84-94.
- Yavuz, N., 2012, *Ulaşım ve E-devlet*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), IV. Kısım Bölüm 4, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 483-500.
- Yıldırım, M., 2006, *Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık (1980 Sonrası Türkiye Örneği)*, Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Sivas.
- Yıldırım, M., 2011, *e-Devlet ve Yurttaş Odaklı Kamu Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayıncılık, ISBN: 978-65-133-109-6.
- Yıldız, M. ve Polat, R. K., 2012, *Türkiye'deki E-devlet Araştırma ve Uygulamalarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi ve Öneriler*, E-devlet: Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, In: Sobacı M. Z., Yıldız M. (eds.), V. Kısım Bölüm 5, Nobel Yayınları, Ankara, ISBN:978-605-133-325-0, 623-647.
- Yıldız, M. A., & Çevik, G. B., 2016, A study on marital satisfaction and life satisfaction with married individuals, *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 227-242.
- Yıldız, M. M., 2014, *Gençlik Ve Siyasal Katılım: Diyarbakır Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Yıldız, S., 2012, *Türkiye' de İnternet Kullanımı – İnfografik*, <https://www.serhanyildiz.net.tr/turkiye-internet-kullanimi-infografik/>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2016].
- Yıldız, S., 2015, *Facebook, Instagram ve Whatsapp kullanıcı sayıları açıklandı*, <https://www.serhanyildiz.net.tr/facebook-instagram-ve-whatsapp-kullanici-sayilari-aciklandi/>, [Ziyaret Tarihi: 14.01.2015].
- Yılmaz, A., 2013, *Dijital Kent Uygulamalarının, Kent Yönetimine Etkileri: Trabzon İli E-Belediye Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Youtube, 2016a, *World View*, <https://www.youtube.com/user/worldview>, [Ziyaret Tarihi: 03.02.2016].
- Youtube, 2016b, *Press Room*, <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/>, [Ziyaret Tarihi: 14.02.2016].

- Yurttaş, Ö.U., 2011, Blogların Markalar Üzerindeki Gücü, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 2(8), 107-122.
- Yüksel, A., 2015, E-Municipality Brings Local Social and Economic Benefits for Bursa Metropolitan Municipality, *The Russian Academic Journal*, 31(1).
- Yüksel, M., 2000, Yönetişim Kavramı Üzerine, *Ankara Barosu Dergisi*, 58, 3:145-159.
- Zamahani, M., 2009, Good Governance and Fighting Corruption, 2. *International Conference on Social Sciences, ICSS, Public Economics, Public Management & Public Policy*, Volume 3, İzmir, ss. 117-128.
- Zengin, E. ve Öztaş, C., 2008, Kamu Yönetiminde Çağdaş Gelişmeler ve Türkiye, *Alatoo Academic Studies*, Cilt:3, Sayı:1, 85-91.
- Zeren, H. E., Sebetci, Ö. & Koçak, Y., 2015, E-Devlet ve E-Belediye Hizmetleri Çerçevesinde Aydın Halkının Katılma Duyarlılığının Ölçülmesi, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(9).
- Zitzewitz, E., 2014, Does transparency reduce favoritism and corruption? Evidence from the reform of figure skating judging, *Journal of Sports Economics*, 15(1), 3-30.
- Zyl, A.S.v., 2009, The Impact of Social Networking 2.0 on Organisations, *The Electronic Library*, 27 (6), 906-918.

EKLER**EK 1: Çalışmada Kullanılan Ölçek**

BELEDİYELERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ E-YÖNETİŞİM'E ETKİSİ ANKETİ

Bu anket İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Enformatik Bölümünde “E-Belediye Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımının Etkilerinin E-Yönetişim Bağlamında İncelenmesi” isimli tez çalışmasına yönelik bir araştırmaya dayalı olarak gerçekleştirilmektedir.

Belediyelerin sosyal medya kullanımlarının e-yönetişime katkısının araştırıldığı bu anket çalışmasına katıldığınız ve bilimin gelişmesine destek sağladığınız için teşekkür ederiz.

Danışman:
Yrd. Doç. Dr. Zümrüt Ecevit SATI

Hazırlayan:
Mehmet BÜTÜN

İletişim:

E-Posta: mehmetbutun@msn.com

Telefon: 0(530) 972 36 47

1. Üniversiteniz?
.....

2. Cinsiyetiniz?

Bayan

Erkek

3. Nerede ikamet ediyorsunuz?

Ailele birlikte

Özel yurttta

Öğrenci evinde

Diğer

Devlet yurdunda

4. Yaşınız?

16'dan küçük

20-22

16-18

22-24

18-20

25 üstü

5. Hangi sosyal ağları kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

Facebook

Tumblr

Twitter

Youtube

Google+

MySpace

Instagram

Pinterest

Foursquare

Hiçbiri

LinkedIn

6. Akıllı telefon kullanıyor musunuz?

Evet

Hayır

7. Belediye ile ilgili işlemlerinizi gerçekleştirmek için hangi yolu kullanırsınız? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

Bireysel görüşme yoluyla (Yüz yüze)

Web sitesi üzerinden

Dilekçe yoluyla

Sosyal Medya Aracılığıyla

Telefon yoluyla

Hiçbiri

E-mail yoluyla

8. Sosyal medyaya hangi yollarla erişiyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

Kişisel bilgisayarından

Cep Telefonumdan

İnternet kafelerden

Tabletinden

Okuldaki bilgisayarlardan

Hiçbiri

9. Daha önce hiç belediyenize ait bir mobil uygulama kullandınız mı? (Mobil Belediye Uyg., Ulaşım Uyg. gibi)

Evet

Hayır

10. Aşağıdaki niteliklerin belediyenizde bulunması gerekliliğini "önemine göre" değerlendiriniz.

	BELEDİYENİN SAHİP OLMASI GEREKEN NİTELİKLER ANKETİ	KESİNLİKLE ÖNEMLİ	ÖNEMLİ	KARARSIZIM	ÖNEMSİZ	KESİNLİKLE ÖNEMSİZ
10.1	Demokrasiye önem vermesi ve e-demokrasi platformları oluşturması	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2	Şeffaflığa önem vermesi ve bilişim teknolojilerini bu yönde kullanması	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3	Hesap verebilir olması ve elektronik platformları bu yönde kullanması	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4	Karar verme süreçlerine halkın doğrudan katılımını arttırmaya yönelik çalışmalar yapması	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5	Teknolojik gelişmelere duyarlı olması	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6	Vatandaşla iletişim ve etkileşimi arttırmak için sosyal medya platformlarını etkin olarak kullanmalı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Belediyelerin sosyal medya kullanımında e-yönetişim ilkelerinden "şeffaflık ilkesi", "hesap verilebilirlik ilkesi" ve "katılım ilkesi" ile ilgili aşağıda anket soruları bulunmaktadır.

ŞEFFAFLIK İLKESİ

Şeffaflık, yönetimlerin aldıkları kararları, mali durumları ve faaliyetleri hakkında gerekli bilgileri zamanında, anlaşılır, nitelikli ve güvenilir bir şekilde halka erişilebilir kılma (paylaşma) şeklinde tanımlanmaktadır.

11. Belediyeniz kamuyu ilgilendiren konulardaki bilgileri nasıl paylaşmalı?
- Vatandaşlar Bilgi Edinme Kanunu ile doğan haklarını kullandığında bilgileri paylaşmalı.
 - Bilgi Edinme Kanunu yoluyla bir isteğe gerek kalmaksızın bilgileri paylaşmalı.
 - Kararsızım.
12. Belediyenizin şeffaf olması yolsuzluklara karşı bir engel oluşturabilir mi?
- Evet, yolsuzlukları engelleyici bir nitelik taşır.
 - Hayır, yolsuzluklarla bir ilgisi olmadığını düşünüyorum.
 - Kararsızım.
13. Belediyenizin faaliyetleri ile sosyal medya ilişkisini dikkate alarak aşağıdaki ifadeleri değerlendiriniz.

ŞEFFAFLIK ANKETİ		KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
13.1	Vatandaşlardan gelen özel bir isteğe karşı belediyem ilgili bilgileri ve belgeleri sosyal medya aracılığıyla kamunun erişimine sunar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2	Belediyem özel bir isteği beklemeksizin sosyal medya aracılığıyla yönetim bilgilerini ve belgelerini kamu ile paylaşır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3	Belediyem vatandaşlara herhangi bir konu ile ilgili bilgi ve belgeleri sosyal medya aracılığıyla isteme olanağı sunar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4	Belediyem sosyal medya aracılığıyla ona duyulan güveni artırır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5	Belediyem demokrasinin gelişimine katkıda bulunmak için sosyal medyayı kullanır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.6	Belediyem sosyal medyayı kullanarak yönetsel etkililiğini ve verimliliğini artırır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.7	Belediyem sosyal medya üzerinden belgeleri kamuya anlaşılabilir bir yolla aktarır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.8	Belediyem kamu fonu harcamalarının daha hesap verebilir olması için gerekli olan bilgileri sosyal medya üzerinden sunar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.9	Belediyem karar verme süreçlerine ve ilgili politikalara halkın katılımı için gerekli bilgilendirmeyi sosyal medya üzerinden paylaşır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.10	Belediyemin şeffaflık çalışmaları için sosyal medyayı kullanması zaman kaybıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.11	Belediyemde yönetmelik ve düzenlemeler ile ilgili karar süreçleri şeffaftır ve sosyal medya üzerinden takip edilebilir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Sizce şeffaflık çerçevesinde bilgilerin kamu erişimine açılmasında, sosyal medya nasıl etkili kullanılabilir? Birkaç öneride bulunabilir misiniz?

HESAP VEREBİLİRLİK İLKESİ

Hesap verebilirlik, bir kişi veya kurumun sorumluluklarını hangi ölçüde gerçekleştirdiğini ortaya koyması, raporlaması, açıklaması ve muhakeme edilmeye hazır olması şeklinde tanımlanmaktadır.

15. Belediyenizin hesap verebilir olması bir gereklilik midir?

- “Faaliyetlerinin kalitesini arttıracığından” bir gerekliliktir.
 “Faaliyetlerini yavaşlatıp verimliliği düşüreceğinden” gereksiz bir iş yüküdür.
 Kararsızım.

16. Belediyenizin aşağıdakilerden hangisine/hangilerine karşı hesap verebilir olması gerekir? (Birden çok işaretleyebilirsiniz)

- Vatandaşlara Özel Kurum ve Şirketlere
 Devlet Kurumlarına Hukuk Sistemine
 Çalışanlarına Hiçbirine

17. Belediyenin hesap verebilir olması daha demokratik olmasına katkı sağlar mı?

- Evet, sağlar. Hesap verebilirliğin demokrasiye katkısı olduğunu düşünüyorum.
 Hayır, ilgisi olduğunu düşünmüyorum.
 Kararsızım.

18. Belediyenizin faaliyetleri ile sosyal medya ilişkisini dikkate alarak aşağıdaki ifadeleri değerlendiriniz.

HESAP VEREBİLİRLİK ANKETİ		KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
18.1	Sosyal medya ile hantal bürokrasiye (sıra beklemek, birçok birime uğramak vb.) gerek kalmadan belediyeme erişebilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2	Belediyemden bir konu hakkında bilgi edinmem için sosyal medyayı kullanmam yeterlidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3	Vatandaşlar dilediğinde sosyal medyayı kullanarak rahatlıkla belediyeme hesap sorabilir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.4	Belediyemin performansının, vatandaşın beklentilerine göre değerlendirmesi için sosyal medya önemli bir araçtır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.5	Belediyem sosyal medyayı kullanarak vatandaşlara doğru ve açık bilgiler verir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.6	Belediyem sosyal medya aracılığıyla sahip olduğu kaynakları verimli ve israf etmeden kullandığını “Faaliyet Raporları”yla vatandaşlara bildirir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.7	Belediyem ile ilgili negatif eleştirileri ve sorgulayıcı soruları sosyal medyada rahatlıkla dile getirebilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Belediyenizin daha hesap verebilir olması adına, sosyal medyada gerçekleştirebileceği faaliyetler hakkında birkaç öneride bulunabilir misiniz?

KATILIM İLKESİ

Katılım, yönetimin kararlarından etkilenecek tüm vatandaşların ve kurumların, gerek doğrudan gerek kendilerini temsil eden aracı kurumlar aracılığıyla karar alma süreçlerine katılmaları olarak tanımlanmaktadır.

20. Belediyenizin karar süreçlerine halkın ve ilgili kuruluşların katılımını sağlaması gerekli midir?
- Evet, belediyemin daha demokratik olması ve toplumsal huzur için bu bir gerekliliktir.
- Hayır, her karar sürecine katılımı sağlamak gereksizdir, belediyeyi zaten halk seçiyor.
- Kararsızım.
21. Belediyeniz aşağıdakilerden hangisinin/hangilerinin karar süreçlerine katılımını sağlamalıdır. (Birden çok işaretleyebilirsiniz)
- Vatandaşların Hükümetin (Merkezi İdarenin)
- Çalışanlarının Hiçbirinin
- Özel Şirketlerin

22. Belediyenizin faaliyetleri ile sosyal medya ilişkisini dikkate alarak aşağıdaki ifadeleri değerlendiriniz.

KATILIM ANKETİ		KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
22.1	Belediyem sosyal medya platformları üzerinden anketleri kullanarak yerel gündem ile ilgili vatandaşın görüşüne başvurur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.2	Belediyem sosyal medya üzerinden yaptığı duyurularla ve paylaşımlarla yerel konu ve sorunların çözümünde aktif bir katılımcı olmamı teşvik eder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.3	Belediyem vatandaşların katılabileceği tartışma forumları, oturum ve toplantı gibi etkinlikleri sosyal medya aracılığıyla duyurur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.4	Belediyem sosyal medya üzerinden beni, vatandaşlar için kolaylaştırılmış e-dilekçeler veya tavsiye/şikâyet formları kullanmaya yöneltir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.5	Belediyem herhangi bir yerel faaliyet veya sorun ile ilgili bir karar alırken, vatandaşların sosyal medya üzerinden verdikleri olumlu/olumsuz tepkileri dikkate alır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.6	Belediyem yerel gündem ile ilgili gelişmeleri sosyal medya üzerinden her zaman takip eder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.7	Belediyem sosyal medyayı, vatandaşların bir konu hakkındaki fikirlerini belediyeye ulaştırması konusunda önemli bir araç olarak kullanır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Vatandaşın katılımını arttırmaya yönelik belediyenizin sosyal medya üzerinden erişilebilir olmasına yönelik önerileriniz nelerdir?

EK 2. Ölçek Maddelerinin Madde Ayırt Edicilikleri

ÖLÇEK	MADDE	GRUP	N	X	SS	t	Sd	p																																																																																																																																																																																													
BELEDİYENİN NİTELİKLERİ ÖLÇEĞİ	10.1	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,078	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	2,91	0,751				10.2	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,064	91	0,000	Alt Grup	92	2,98	0,611	10.3	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,064	91	0,000	Alt Grup	92	3,04	0,610	10.4	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,071	91	0,000	Alt Grup	92	3,05	0,685	10.5	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,072	91	0,000	Alt Grup	92	3,09	0,690	10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000	Alt Grup	92	2,96	0,755	ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36	0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92	0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup	92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000
	10.2	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,064	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	2,98	0,611				10.3	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,064	91	0,000	Alt Grup	92	3,04	0,610	10.4	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,071	91	0,000	Alt Grup	92	3,05	0,685	10.5	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,072	91	0,000	Alt Grup	92	3,09	0,690	10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000	Alt Grup	92	2,96	0,755	ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36		0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92	0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup	92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968							
	10.3	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,064	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	3,04	0,610				10.4	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,071	91	0,000	Alt Grup	92	3,05	0,685	10.5	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,072	91	0,000	Alt Grup	92	3,09	0,690	10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000	Alt Grup	92	2,96	0,755	ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36		0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92		0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup	92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																		
	10.4	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,071	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	3,05	0,685				10.5	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,072	91	0,000	Alt Grup	92	3,09	0,690	10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000	Alt Grup	92	2,96	0,755	ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36		0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92		0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup		92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																													
	10.5	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,072	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	3,09	0,690				10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000	Alt Grup	92	2,96	0,755	ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36		0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92		0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup		92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000		Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																								
	10.6	Üst Grup	92	4,00	0,000	0,079	91	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	2,96	0,755				ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000	Alt Grup	92	1,36		0,944	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92		0,93	0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup		92	1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000		Alt Grup	92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16		0,000	Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																			
ŞEFFAFLIK ÖLÇEĞİ	13.1	Üst Grup	92	3,27	0,743	15,272	182	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,36	0,944					13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000	Alt Grup	92	0,93		0,753	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup	92		1,17	0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup		92	1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000		Alt Grup	92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86		0,000	Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																															
	13.2	Üst Grup	92	3,13	0,788	19,328	181,63	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	0,93	0,753					13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000	Alt Grup	92	1,17		0,883	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92		1,07	0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup		92	0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000		Alt Grup	92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32		0,000	Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																											
	13.3	Üst Grup	92	3,23	0,772	17,346	180,93	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,17	0,883					13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000	Alt Grup	92	1,07		0,849	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92		0,87	0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup		92	1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000		Alt Grup	92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92		0,000	Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																							
	13.4	Üst Grup	92	3,28	0,635	20,063	168,49	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,07	0,849					13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,714	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92		1,22	0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup		92	0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000		Alt Grup	92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29		0,000	Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																			
	13.5	Üst Grup	92	3,17	0,765	21,121	181,16	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	0,87	0,714					13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000	Alt Grup	92	1,22		0,887	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92		0,87	0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup		92	0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000		Alt Grup	92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182		0,000	Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																															
	13.6	Üst Grup	92	3,35	0,702	18,058	172,86	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,22	0,887					13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,699	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92		0,77	0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup		92	1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000		Alt Grup	92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																												
	13.7	Üst Grup	92	3,23	0,743	22,184	181,32	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	0,87	0,699					13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000	Alt Grup	92	0,77		0,743	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92		1,07	0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup		92	0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																																									
	13.8	Üst Grup	92	3,23	0,728	22,657	181,92	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	0,77	0,743					13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000	Alt Grup	92	1,07		0,782	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92		0,68	0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																																																						
	13.9	Üst Grup	92	3,29	0,734	19,927	181,29	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,07	0,782					13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000	Alt Grup	92	0,68		0,983	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																																																																			
	13.10	Üst Grup	92	1,38	1,389	3,921	182	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	0,68	0,983					13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000	Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																																																																																
	13.11	Üst Grup	92	2,97	0,919	13,509	181,51	0,000																																																																																																																																																																																													
		Alt Grup	92	1,09	0,968																																																																																																																																																																																																

ÖLÇEK	MADDE	GRUP	N	X	SS	t	Sd	p																																																																																																																																																									
HESAP VEREBİLİRLİK ÖLÇEĞİ	18.1	Üst Grup	92	3,48	0,703	14,588	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,50	1,094				18.2	Üst Grup	92	3,08	0,759	17,536	181,99	0,000	Alt Grup	92	1,11	0,763	18.3	Üst Grup	92	3,21	0,778	22,440	180,27	0,000	Alt Grup	92	0,75	0,705	18.4	Üst Grup	92	3,39	0,573	13,994	182	0,000	Alt Grup	92	1,50	1,163	18.5	Üst Grup	92	3,12	0,724	20,258	181,97	0,000	Alt Grup	92	0,95	0,732	18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000	Alt Grup	92	0,84	0,788	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87	0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92	0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup	92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000
	18.2	Üst Grup	92	3,08	0,759	17,536	181,99	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,11	0,763				18.3	Üst Grup	92	3,21	0,778	22,440	180,27	0,000	Alt Grup	92	0,75	0,705	18.4	Üst Grup	92	3,39	0,573	13,994	182	0,000	Alt Grup	92	1,50	1,163	18.5	Üst Grup	92	3,12	0,724	20,258	181,97	0,000	Alt Grup	92	0,95	0,732	18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000	Alt Grup	92	0,84	0,788	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92	0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup	92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205							
	18.3	Üst Grup	92	3,21	0,778	22,440	180,27	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	0,75	0,705				18.4	Üst Grup	92	3,39	0,573	13,994	182	0,000	Alt Grup	92	1,50	1,163	18.5	Üst Grup	92	3,12	0,724	20,258	181,97	0,000	Alt Grup	92	0,95	0,732	18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000	Alt Grup	92	0,84	0,788	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92		0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup	92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																		
	18.4	Üst Grup	92	3,39	0,573	13,994	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,50	1,163				18.5	Üst Grup	92	3,12	0,724	20,258	181,97	0,000	Alt Grup	92	0,95	0,732	18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000	Alt Grup	92	0,84	0,788	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92		0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup		92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																													
	18.5	Üst Grup	92	3,12	0,724	20,258	181,97	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	0,95	0,732				18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000	Alt Grup	92	0,84	0,788	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92		0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup		92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000		Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																								
	18.6	Üst Grup	92	3,21	0,734	21,095	181,09	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	0,84	0,788				18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000	Alt Grup	92	1,14	1,044	KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92		0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup		92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000		Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56		0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																			
	18.7	Üst Grup	92	3,34	0,774	16,204	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,14	1,044				KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000	Alt Grup	92	0,87		0,773	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92		0,80	0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup		92	1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000		Alt Grup	92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56		0,000	Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324		182	0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																														
KATILIM ÖLÇEĞİ	22.1	Üst Grup	92	3,37	0,606	24,403	172,16	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	0,87	0,773					22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000	Alt Grup	92	0,80		0,715	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup	92		1,23	0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup		92	1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000		Alt Grup	92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182		0,000	Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																											
	22.2	Üst Grup	92	3,32	0,610	25,632	177,61	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	0,80	0,715					22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000	Alt Grup	92	1,23		0,927	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92		1,14	0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup		92	1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000		Alt Grup	92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																								
	22.3	Üst Grup	92	3,27	0,743	16,500	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,23	0,927					22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000	Alt Grup	92	1,14		0,793	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92		1,01	0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup		92	1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																																					
	22.4	Üst Grup	92	3,30	0,642	20,344	174,45	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,14	0,793					22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000	Alt Grup	92	1,01		0,777	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92		1,32	0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																																																		
	22.5	Üst Grup	92	3,15	0,740	19,133	181,56	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,01	0,777					22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000	Alt Grup	92	1,32		0,876	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																																																															
	22.6	Üst Grup	92	3,26	0,627	17,324	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,32	0,876					22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000	Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																																																																												
	22.7	Üst Grup	92	3,45	0,581	11,999	182	0,000																																																																																																																																																									
		Alt Grup	92	1,77	1,205																																																																																																																																																												

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler



Adı Soyadı	Mehmet BÜTÜN
Uyruğu	T.C.
Doğum tarihi, Yeri	1988, Baskil
Telefon	0(530) 972-36-47
E-mail	mehmetbutun@msn.com
Web adres	Mehmetbutun.com

Eğitim

Derece	Kurum/Anabilim Dalı/Programı	Yılı
Yüksek Lisans	İ.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü/ Enformatik Anabilim Dalı	2016
Lisans	Atatürk Ü./ Fen Edebiyat F. / İlköğretim Matematik Öğrt.	2010
Lise	Malatya Anadolu Lisesi	2006