



## YEREL E-DEVLET 2.0: SOSYAL MEDYA VE BELEDİYELERDE KURUMSAL ŞEFFAFLIK\*

Esra SİPAHİ

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul/Türkiye

Sipahi, E. (2017). "Yerel E-Devlet 2.0: Sosyal Medya ve Belediyelerde Kurumsal Şeffaflık", Vol:3, Issue:12; pp:354-366 (ISSN:2149-8598)

### ARTICLE INFO

#### Article History

Makale Geliş Tarihi

Article Arrival Date

30/06/2017

Makale Yayın Kabul Tarihi

The Published Rel. Date

28/07/2017

#### Anahtar Kelimeler

e-devlet

Keywords:

e-government

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, e-katılımı artırmak ve gerçek bir kurumsal diyalog başlatmak için AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya araçlarını kullanımı hakkında genel bir bakış açısı sunmaktır. Bununla birlikte bu çalışma bu araçların yerel düzeyde gelişim seviyesini hangi faktörlerin artırdığını belirlemeye çalışmaktadır. Bulunan sonuçlara göre çoğu yerel yönetimin şeffaflığı artırmak amacıyla Web 2.0 ve sosyal medya araçlarını kullandığı ancak genel anlamda kurumsal diyalog konsepti ve web 2.0 aracının e-katılımı artırmak için kullanımının yerel düzeyde hala ilk adımlarını attığı ortaya koyulmuştur.

## 1. GİRİŞ

Şeffaflık ve sorumluluğun yeni biçimleri iyi bir yönetimin başlıca unsurları olarak ele alınmaktadır (Kim et al., 2005). Üst düzey şeffaflığı ve vatandaşların iştirakini teşvik eden yeni yönetim şekilleri arayışı vatandaşların devlete olan güvenini artırmanın bir yolu olarak görülmektedir. Çok sayıda araştırmacı internetin (Demchak et al., 2000; Kim et al. 2005), her biri vatandaşların devlete olan güvenini artırmakta pozitif değerler olarak görülen interaktiflik, şeffaflık ve kamu sektörünün açıklığını artırmadaki potansiyel katkısı ve yeni sorumluluk biçimlerini teşvik etmekteki etkisinin altını çizmiştir (Demchak et al., 2000; Cyberspace Public Research Group -CyPRG, 2001; La Porte et al., 2002; Druke, 2007).

E-devlet inisiyatifleri Batı demokrasilerindeki modernizasyon programlarının neredeyse hepsinde bulunmaktadır. 21. yüzyılda küreselleşme ile dünya genelinde devletler üzerinde değişim baskısı ve bürokrasilerinin vatandaşlarıyla etkileşiminde yenilikçilik gerekliliği oluşmuş ve interaktif inisiyatif teklifleri ve talepler artmıştır. E-devlet, "Bilgi teknolojilerinin ve özellikle de internetin daha iyi bir devlete ulaşmak için kullanılması" olarak tanımlanmıştır (OECD, 2003), diğer bir deyişle kamu kurumlarının BT kullanımı ile dönüşümü için bir mekanizmadır. E-devletin benimsenmesinin ardında yatan nedenlerden biri şeffaflık ve sorumluluğu güçlendirmek ve vatandaşların 'müşteriler/hizmet alanlar' ile benzerlik gösteren pasif rolünü değiştirmektir (Pratchett, 1999; Dimitriu, 2008).

Web 2.0 terimi Tim O'Reilly (2005) tarafından, RSS (içerik takibi), podcast (sesli içerik), mashuplar (mevcut uygulamaların kombinasyonu), sosyal ağlar üzerinden sınıflandırma (popüler etiketleme ya da sınıflandırma), widgetler (belirli bir fonksiyonu uygulamak için diğer sitelerde kodlanmış web araçları) ve paylaşım imkanları (web sitelerinin içeriklerini diğer kullanıcılara gönderme seçenekleri) gibi yeni teknolojilerin kullanımı üzere kurulu ikinci nesil ağıdır. Bununla birlikte, bu teknoloji tabanı sayesinde sosyal medya gelişmiştir. Bunlar çevrimiçi kullanıcılara hizmet eden topluluklardır: bloglar, sosyal imleme, wikiler,

\* Bu çalışma Bonsón, E.; Torres, L.; Royo, S.; ve Flores, F. tarafından yazılan "Local e-Government 2.0: Social Media and Corporate Transparency in Municipalities" isimli çalışmanın yazarlardan izin alınarak Türkçe'ye çevrilmiş halidir.

medya paylaşımı ve işbirliği, birlikte öğrenme ve kullanıcılar arasında bilginin hızlı paylaşımını teşvik eden sosyal ağlar. Jiang et al. (2009)'a göre herhangi bir kişi Web 2.0 hizmet ve teknolojilerini kullanarak web sitesini büyük ölçüde geliştirebilir. Herget ve Mader (2009) bu etkinin ve Web 2.0 mekanizmalarının kullanım düzeyinin belirlenmesi için çeşitli ölçütler ortaya koymuştur. Hearn et al. (2009), şirketlerin günümüzde geçmişte geleneksel iletişim yöntemleri kullanarak ulaşamadıkları yeni paydaşlara ulaşabildikleri ve onlarla ilişkiler kurabildiklerini açıklamış ve bunun kamu sektörü için de geçerli olduğunu belirtmiştir. 2009'da Avrupa Birliği nüfusunun %28'inin sohbet sitelerine, bloglara, sosyal ağlara, tartışma gruplarına son 3 ay içinde mesaj göndermek için internet kullandığı ve bu yüzden 16 ile 24 yaş arasında %67 düzeyine ulaştığı bildirilmiştir. Bununla birlikte, yerel yönetim topluluğunun bu gibi teknolojilere duydukları ihtiyaç üzerine sistematik çalışmalar bulunmamaktadır.

Web 2.0'ın kamu kurumlarına başlıca faydaları şeffaflık ve vatandaşlarının katılımının artırılmasıdır. Web 2.0, sosyo-politik tartışmaları zenginleştiren ve fikir çeşitliliği, bilginin serbest akışı ve ifade özgürlüğünü artıran vatandaşların ürettiği içeriğin ortaya çıkışını kolaylaştırmıştır. Bu araçlar vatandaşların katılımını sağlamak, fikir paylaşımını teşvik etmek, sosyal ve politik sorunlar hakkında bilgi paylaşımını ve tartışmaları desteklemek için kullanılabilir (OECD, 2007). Bunun yanı sıra, kamu kurumları belediye yönetimine dikkati çekmek, yerel devlet kurumlarında kamusal karar verme sürecine katılımı sağlamak ve devlet ile vatandaşlar arası ilişkiyi iyileştirmek için birçok vatandaşın gittikçe artan şekilde içinde yer aldığı bu katılımcı kültürün altın çağından faydalanabilir. Devlet 2.0 uzun süredir sürdürülen devlet uygulamaları için bazı zorluklar teşkil edebilmektedir ve devlet ile vatandaşları arasındaki ilişkiyi değiştirme potansiyeline sahiptir (AGIMO, 2009). Devlet 2.0 Özel Görev Komitesinin AGIMO raporunda belirtildiği üzere (2009 p. 2): "Devlet 2.0 sadece ağ kullanımı va da teknoloji ile ilgili değildir... *Devletin (mümkün olması halinde) açık basurma, açık veri, paylaşılabilir bilgi, uzmanlığa ve paylaşılabilir değerlere karşılıklı sava, avni fikirde olmamak konusunda hemfikir olabilme anlayışının hakim olduğu açık, işbirlikçi, müsterek bir düzene doğru önemli bir yönelim içinde olduğunu temsil etmektedir. Teknoloji ve sosyal araçlar bu değişimin önemli bir parçasıdır ama bunlar bu sürece [sadece] olanak tanımaktadır.*

Bununla birlikte, bu tür bir teknolojinin gelişiminin çok yakın bir zamanda gerçekleşmiş olması nedeniyle sosyal bilgisayar kullanımının kamu sektörü üzerindeki etkisi hakkında yapılacak araştırmalar hala büyük ölçüde deneysel ve keşifsel niteliğini korumaktadır (Avrupa Komisyonu, 2009). Bu konu üzerine araştırmaların ilk adımlarını atıyor olması nedeniyle bu teknolojilerin belediyeler tarafından kullanım düzeyini belirlemeyi hedefleyen bu gibi çalışmalar geliştirilmesi gereken alanlar ve geleceğe yönelik eylem planları açısından son derece önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, e-katılımı artırmak ve gerçek bir *kurumsal diyalog* başlatmak için AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya araçlarını kullanımı hakkında genel bir bakış açısı sunmaktır. Bu çalışma aynı zamanda bu araçların yerel düzeyde gelişim seviyesini hangi faktörlerin artırdığını belirlemeye çalışmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, 75 AB şehrinin web sitelerini ve bu şehirlerin sosyal medya platformlarındaki varlığını analiz ediyoruz. Analiz konusu şehirler, 15 AB üyesi ülkenin (AB-15) AB nüfusunun %85'inin yaşadığı en büyük şehirleridir. Bu çalışma öncelikli olarak şu araştırma sorularını yanıtlamaya çalışacaktır: 1) Web 2.0 ve sosyal medya araçlarının Avrupa yerel yönetimleri tarafından benimsenme düzeyi nedir? 2) Avrupa yerel yönetimleri bu araçları vatandaşların katılımı ve kurumsal diyalogu artırmak için mi yoksa sadece şeffaflığı artırmak amacıyla mı kullanıyor? 3) Kamu yönetim tarzı Web 2.0 araçlarının AB yerel yönetimleri tarafından kullanımında benimsenen yaklaşımları etkiliyor mu? ve 4) Bu araçların yerel düzeyde gelişimini teşvik eden faktörler nelerdir?

Bu araştırmanın geriye kalan kısmı şu şekilde yapılandırılmıştır. Bölüm 2'de Web 2.0 ve sosyal medya araçları tanımlanmakta ve bunların yerel yönetimlere sunduğu fırsatlar tartışılmaktadır. Bölüm 3'te araştırmamızın metodolojisi açıklanmaktadır. Sonuçlar Bölüm 4'te verilmiştir ve tartışma ve sonuç ile birlikte bu çalışma sonlanmaktadır.

## 2. Web 2.0 ve sosyal medya araçları. Yerel yönetimlere ne gibi fırsatlar sunuyorlar?

Bazı standartlardaki ilavelerin (Hwang et al., 2009) yanı sıra sosyal ağların ve sanal toplulukların yükselişi sayesinde değişmekte olan Web 2.0 paradigması insanların birlikte

öğrenmeleri ve deneyimlerini paylaşmaları için fırsat sunmaktadır (Elia et al., 2009). Multimedya ile Web 2.0 arasında net bir ayrım yapmak gerekmektedir. Birçok devlete ait web sitesi Web üzerinden ve gerçek zamanlı da olabilen (webcast) televizyon yayını ve videolar sunmaktadır. Ancak birçok durumda karşılıklı etkileşim imkanı, fikir beyan etme imkanı ya da bu içerikleri başka cihazlar üzerinde yeniden kullanmak için indirebilme imkanı bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Web 2.0 destekleyen teknolojiler ve mevcut çevrimiçi sosyal ortam içerisinde Web 2.0 teknolojilerinin uygulanmasının sonucu olan sosyal medya arasında net bir ayrım yapılması gerekmektedir.

Chu ve Xu (2009), gelişmekte olan bu alanın boyutları ve özelliklerini keşfetmek için Web 2.0 ile ilişkili 1718 belgeden oluşan bir dizi üzerinde bir bibliyometrik araştırma gerçekleştirmiştir. Bulgularına göre bu yeni paradigmanın başlıca özelliği Web 2.0 teknolojisinin kullanıcı kaynaklı, kullanıcı kontrollü ve en önemlisi kullanıcı için olmasıdır. Dinamizm, etkileşim, işbirliği, katılım ve güven gibi terimler bu bağlamdaki önem taşıyan kelimelerdir. Bu doğrultuda Web 2.0 Abraham Lincoln'un sözünü 21. yüzyıla uyarlamaktadır: "Halktan kaynaklanan, halk tarafından kontrol edilen halk için devlet"

Web 2.0 teknolojileri arasında dört paradigmatik örnek verilebilir:

- ✓ Bunlardan ilki olan içerik birleştirme (RSS, Atom ve vodcasting-podcasting) haber kaynağı adı verilen -XML tabanlı dosyalar- özel yazılım parçaları aracılığıyla yayın yapmanın yeni bir yoludur. Bir haber kaynağı, bir konsey toplantısı ya da toplantı notlarının ve ilgili belgelerin vatandaşlara aktarılması gibi somut amaçlarla kullanıcılara metin, ses dosyası (podcasting) ya da bir video (videocasting, vidcasting ya da vodcasting olarak adlandırılır) formatında olabilen güncellenmiş içeriği sık aralıklarla sağlamak için kullanılan bir veri formatıdır. Web metin birleştirmenin en sık kullanılan türü bu haber kaynağının sadece web sitesine yeni eklenen içeriğin bir özetini kullanıcılara iletmesi şeklindedir (son dakika haberleri veya forum paylaşımları gibi) ancak RSS belgeleri içeriğin bir özetini ya da tam metnini içerebilir. Podcasting terimi bazen daha geniş bir anlamda ses ya da video dosyalarının RSS yoluyla dağıtımını açıklamaktadır. Bu tür bir içerik belediyenin web sitesinde paylaşıldıktan sonra otomatik olarak bunları istemci konumundaki yani ilgili haber kaynağını web tarayıcıları, haber okuyucuları ya da mobil cihazları ile bütünleştirmek için bu içeriğe tıklamış kullanıcılara iletir. Bu veriler cep telefonları, ipodlar gibi farklı cihazlar üzerinde yeniden kullanılabilir.
- ✓ İkincisi ise son kullanıcı tarafından bir web sayfası içine kurulabilen ve uygulanabilen ve küçük bir uygulama aracılığıyla -üçüncü taraflar tarafından oluşturulmuş- içeriğin (metin, grafik, fotoğraf, videolar, vb.) bir web sayfasına eklenmesini sağlayan widgetlerdir. Widgetler, iletişim kurulmasının bir yolu olabilmek için bir web kaynağından diğer sayfalar ya da cihazlara bilgi gönderen araçlardır. Bunların tipik örnekleri arasında bunları barındıran web sayfalarının farklı elementlerini içeren ve hava durumu ya da borsa bilgileri, vb. sunan küçük pencereler yer almaktadır.
- ✓ Üçüncü olarak, kullanıcıların Web içeriğini sosyal ağlar yoluyla arkadaşları ile paylaşmalarını ve bu içeriği değerlendirmelerini sağlayan *paylaşım ve imleme imkanları* gösterilebilir.
- ✓ Ve dördüncüsü ise yeni bir şey oluşturmak için veriyi alarak bunu ya diğer verilerle ya da diğer web hizmetleriyle birleştiren *mashup*lardır. Örneğin, bir mashup devlet hizmetlerinin konumu hakkında veri alabilirler ve daha sonra da bu konumları ve diğer ilgili verileri bir harita üzerinde işaretleyebilir. Google Haritalar tabanlı uygulamalar mashupların sık kullanılan örneklerindedir.

Bunlara ek olarak, yaygınlığı ve gelişimi Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle artmakta olan çeşitli teknolojilere de değinmekte fayda var:

- ✓ Gömme işlemi, üçüncü tarafların oluşturduğu içeriğin bir web sayfasına eklenmesinden oluşmaktadır (metin, fotoğraflar, videolar, vb.). Bu işlemin sonucunda normal metin ile tablolar, resimler, dijital videolar, dijital ses dosyaları ve diğer multimedya özellikleri gibi metin olmayan elementlerin bir araya geldiği bir birleşik belge elde edilir.
- ✓ Webcastlar, bir tek içerik kaynağının birçok dinleyici/izleyiciye aynı anda dağıtılması için bir teknik olan *gerçek zamanlı veri akışı* teknolojisi kullanılarak internet üzerinden dağıtılan medya dosyalarıdır. Webcast canlı ya da kayıttan (önceden kaydedilmiş yayınlar için) yayınlanabilir. Webcasting aslında internet üzerinden yayın yapmaktır. Kamu kuruluşları bu teknolojiyi kullanarak konsey toplantılarını, duyuruları ya da belediye başkanının mesajlarını yayınlayabilir. Her ne kadar bu araç için ön şart olmasa da webcastlar kullanıcıların yorum yaparak etkileşime girmelerine izin verir.

Yukarıda değinilen teknolojiler neredeyse bütün sosyal medya uygulamalarının gündelik işleyişinin bir parçasıdır. Bu teknolojiler web içeriğinin sosyal medya platformlarında görüntülenmesine imkan tanıyabilmektedir ve diğer araçlar ile kullanıcılara yeni hizmetler ve interaktif imkanlar sunulmaktadır. Bu hususta aşağıdaki örnekleri hatırlamak faydalı olabilir:

- ✓ Belirli bir yazar tarafından yönetilen, içerisinde girdilerin tersinden kronolojik bir sıralama ile görüntüleneceği ve kullanıcı yorumlarının kaydedilmesine imkan tanıyan *bloglar* ve yayınlama araçları. Diğer bloglara bağlantılar olması da sık rastlanan bir uygulamadır. Bloglar, sivil gazetecilik için yaygın birer platform halini almaktadır. Yerel yönetimler blogları kullanarak vatandaşlar, ziyaretçiler, çalışanlar ya da sosyal ve çevresel etkinliklerinden yararlananlar gibi farklı paydaşlarından değerli fikirler toplayabilir. Bloglar aynı zamanda sosyal problemleri önceden belirlemek ve yeni hizmetler ve inisiyatifler için fikirler edinmek için de değerli bir araçtır.
- ✓ *Wikiler*, farklı kullanıcıların girdilerini desteklemek için yapılandırılmış özel bir web sitesi türüdür. Bir girdi içeriği bakımından bir ansiklopedide yer alan bir makale gibidir ancak gönüllü bir kullanıcı tarafından oluşturulmuştur ve daha sonra da diğer kullanıcılar tarafından değiştirilir, düzeltilir ve üzerine eklemeler yapılır. Wikipedia bunlar arasında en iyi bilinen inisiyatiftir; doğru ve güncel genel bilgiler oluşturmayı amaçlayan bir genel kültür projesidir. Katılım için uzmanlık gerektirmemektedir; "kötü" bir girdi (yanlış, desteklenmemiş veya alakasız) çevrimiçi topluluk tarafından gerçek zamanlı ve devam eden bir bazda incelenmekte ve düzeltilmektedir. Yerel yönetimler, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ya da diğer ilgili projeleri hakkında diyalog başlatmak için wikilerden faydalanabilir. Belirli şartlar altında wikilerin çalışanlar ile ilişkileri de iyileştirmekte faydalı olduğu düşünülmektedir (Trkman ve Trkman, 2009).
- ✓ Medya paylaşım platformlarına (medya paylaşımı tabanlı araçlar) da değinmekte fayda var. Bunlar sadece kullanıcıların video paylaşımlarına (YouTube), fotoğraf paylaşımlarına (Flickr), belge paylaşımlarına (DocStoc) ve sunumlarını paylaşımlarına (SlideShare) imkan tanımakla kalmaz aynı zamanda kullanıcıların değerlendirme yapmalarına ve fikir beyan etmelerine de izin verir. Creative Commons gibi bilginin müşterek kullanımını desteklemeyi amaçlayan esnek fikri mülkiyet hakları lisans sistemleri ortaya çıkmıştır. Bu platformlar ile temel paylaşım ve imleme teknolojisi arasındaki başlıca fark, belediyenin klasik web sitesinde bulunan temel teknolojiyi kullanabilecek olması ancak bu bilgiyi bu platformlara göndermesi gerekecek olmasıdır. Bu platformlar belirli belgeleri (bildiriler, mevzuat taslakları, vb.), sunumlar ve resimleri vatandaşlara dağıtmak için kullanılabilir ve aynı zamanda vatandaşların kendi fikri varlıklarını topluluk ile paylaşımları için bir platform olarak da kullanılabilir.
- ✓ Sosyal ağlar kişisel ve profesyonel bilgiler paylaşmak için yeni platformlardır. Kullanıcıların harici web uygulamalarını birlikte kullanmalarına izin veren bu

platformlar yeni bir tartışma forumu oluşturmaktadır. Facebook ve MySpace genel ağlar olarak tanımlanabilirken LinkedIn profesyonel bir platform olarak ele alınabilir. Bu sosyal ağların çoğu kullanıcıların bu platformlardan biri ile diğeri arasında bağ kurmasına izin vermektedir. Örneğin, bir kişi bir YouTube kanalı ve Facebook sayfası oluşturabilir ve daha sonra da bağlantılar oluşturabilir ya da kendi kurumsal web sitesinden içerikler ekleyebilir. Bununla birlikte sosyal ağları şu şekilde sınıflandırmak mümkündür:

- Facebook ve MySpace gibi genel amaçlı.
  - LinkedIn ve XING gibi profesyonel
  - Web içeriği paylaşımı için Digg, sayfa imleri paylaşımı için Delicious, vb. özel işlevli.
- ✓ Bir sosyal ağ ve mikro blogging aracı olarak Twitter bu işlevlerin bir karışımıdır. Vatandaşlara özel etkinlikleri bildirmek için anlık mesajlar göndermek, bu aracın sunduğu bilginin hızla yayılmasını sağlama imkanından faydalanmak ve yerel politikacıların bu etkinliğin kullanıcılar tarafından nasıl algılandığını görmesini mümkün kılmak için Twitter kullanılabilir.

Web 2.0 araçları ve uygulamaları yönetimin harici paydaşlar ile etkileşimini zenginleştirerek ve dahili bilgi yönetimini iyileştirerek karar verme süreci ve hizmet sağlanması süreçlerini geliştirmeye yardımcı olabilir (Avrupa Komisyonu, 2009; OECD, 2009). Bu şekilde Web 2.0'ın kamu sektörü üzerindeki etkileri dört alanda ele alınabilir:

1. Kamu sektörü şeffaflığının artırılması: örneğin kamu sektörü gündemi ve etkinliklerini ve vatandaşların tercih ettikleri platformlardaki bilgileri vatandaşlara yaklaştırmak (böylece bir daha bu bilgiyi almak için kamu kurumunun web sitesini ziyaret etmeleri gerekmeyecektir) için RSS ve sosyal medya platformları kullanımıyla.
2. Politika belirleme sürecinin geliştirilmesi: Sosyal bilinci ve sivil katılımı artıran bilgi teknolojilerinin kullanımıyla mümkün olan yeni katılım biçimleri.
3. Kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi: hizmet sunmak için daha yenilikçi mekanizmalar.
4. Bilgi yönetiminin iyileştirilmesi: kurum içi ve farklı kamu kuruluşları arası ilişkilerin dönüşümü.

Kesin olan şey ise bu yeni teknolojik tabanının günümüzde bütün yerel kurumlar için kullanılabilir olması iki cephede harekete geçmelerine imkan tanımasıdır: mevcut tek yönlü sistemi güçlendirecek şekilde resmi web sitesi içeriğinin kitlesel dağıtımı ve/veya kurumsal diyalogun kullanılması:

- ✓ Bunlardan ilkinde yerel kuruluş içeriğinin tek yönlü bir modelde kalması ama daha kolay ulaşılabilir olmasını sağlayacak şekilde kitlesel dağıtımını kolaylaştırmak için Web 2.0 teknolojileri kullanılabilir. Bu yaklaşımın bir örneği kullanıcıların bir resmi web sitesi içeriğini kendi bloglarında veya sosyal ağlarda (ShareThis gibi) yeniden yayınlaması ya da her zaman güncel bilgiye sahip olma amacıyla bunları kendi sitesiyle birleştirmesidir (RSS, ATOM kullanarak). Bu yaklaşım gerçek bir diyalog değildir ancak resmi web sitesi içeriğinin büyük ölçüde yayılmasını sağlayacaktır.
- ✓ İkinci durumda ise yerel yönetimler kurumsal diyalogu açmak için aktif bir şekilde sosyal medya kullanır. Örneğin bir Facebook sayfası ya da grubu, bir Twitter hesabı, bir YouTube kanalı ya da SlideShare veya DocStoc alanı oluşturabilirler. Diğer bir seçenek ise, sadece yerel yönetim görevlileri ve/veya politikacıların değil aynı zamanda vatandaşların da konu hakkındaki kendi fikirlerini yayımlayabilecekleri bloglar oluşturmaktır. Kurumsal diyalog için bir strateji uygulanması çerçevesinde, Postman (2009) tarafından da ifade edildiği üzere, sosyal medya kullanımı şeffaflık ve samimiyetin artmasına neden olabilir ve bütün kullanıcıların içerik, yorum, etiketleme, vb. katkılarıyla iletişim sürecine doğrudan dahil olmasını sağlayabilir. Halavais, (2009) katılımlı bir web platformundan her iki tarafın da fayda sağlayabilmesi için kullanıcıların geribildirim almasının önemini açıklamıştır.

Yerel yönetimler ve vatandaşlar arasındaki kurumsal diyalogun güncel statüsü hakkında genel bir görüşe sahip olmak önemlidir. Kamu yetkilileri kendi etkinliklerini artırmak ve vatandaş ilişkileri bakımından daha proaktif bir rol oynamak amacıyla artan bir şekilde vatandaşlarla etkileşime girmenin yeni yollarını aramaktadır (OECD, 2007). Bu araştırmanın konusu da budur.

### 3. Metodoloji

Bu araştırmanın örneklemini, AB üyesi 15 ülkenin en büyük beş şehri de dahil olmak üzere 75 AB yerel yönetiminden oluşmaktadır. Daha fazla şeffaflık ve bu yeni araçların uygulanması için daha düşük bağıl maliyetlere ihtiyaç duyulması nedeniyle bu çalışma için daha büyük yerel yönetimler seçilmiştir.

AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya araçlarını kullanımı analizi Şubat ve Mart 2010 tarihlerinde iki adımda gerçekleştirilmiştir. İlk adım her bir yerel yönetimin resmi web sitelerinin analizini içermiştir ve bu analiz sırasında aşağıdaki 8 madde incelenerek bunlar ikili varyans ile değerlendirilmiştir (0: mevcut değil, 1: mevcut): 1. Yönetimin podcastları; 2. RSS veya Atom; 3. Yönetimin Vodcastları; 4. Belediye etkinliklerinin gerçek zamanlı webcastları; 5. Widgetler; 6. Bloglar; 7. Resmi YouTube videolarına bağlantılar; 8. Yerel yönetim web sitesi kullanıcıları için sosyal ağ.

Araştırmanın ikinci bölümü sosyal medya platformlarının analizini kapsamıştır. Resmi web sitesine dahil edilen içeriğin dışında, yerel yönetimlerin yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformlarındaki mevcudiyetleri takipçi sayısı, konuşma sayısı, grup sayısı, vb. farklı göstergeler kullanılarak ölçülmüştür. Analize dahil edilen sosyal medya araçları Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube ve Google blogs olmuştur. Her bir belediyenin kendi web sitesinde yer alan resmi ismiyle mevcudiyeti incelenmiştir, yani her bir belediye bulunduğu ülkenin dilindeki adıyla incelenmiştir. Twitter'de aşağıdakiler kontrol edilmiştir: 1. Resmi Twitter hesabının varlığı; 2. Twitter takipçisi sayısı; 3. Twitter paylaşımları sayısı; 4. Twitter listeleri sayısı; 5. Resmi Twitter hesabının etkinlik düzeyi (günde bir, haftada bir, ayda bir, 3 ayda bir, 6 ayda bir, yılda bir ya da etkin değil); ve 6. Twitter konuşması sayısı. **Facebook**'da aşağıdakiler kontrol edilmiştir: 1. Facebook grubu sayısı; 2. Resmi Facebook grubunun mevcudiyeti; 3. Resmi Facebook grubunun üye sayısı; 4. Facebook sayfası sayısı; 5. Resmi Facebook sayfasının mevcudiyeti; 6. Resmi Facebook sayfasını beğenenlerin sayısı; ve 7. Resmi Facebook sayfasındaki etkinlik düzeyi (Twitter için geçerli olan kriterler dahilinde: günde bir, haftada bir, ayda bir, 3 ayda bir, 6 ayda bir, yılda bir ya da etkin değil). **LinkedIn**'de aşağıdakiler kontrol edilmiştir: 1. LinkedIn grupları sayısı; 2. Resmi LinkedIn grubunun mevcudiyeti; ve 3. Resmi LinkedIn grubunun üye sayısı. **YouTube**'de aşağıdakiler kontrol edilmiştir: 1. Resmi YouTube kanalının mevcudiyeti; 2. Resmi YouTube kanalının üye sayısı; ve 3. YouTube konuşması sayısı. Son olarak **Google blogs**'ta belediyenin resmi adı ile arama motorundan edinilen sonuçlarla Google tarafından indekslenen blog sayısı kontrol edilmiştir <http://blogsearch.google.com>. Bu metodoloji, Bonson ve Flores (2011) tarafından finansal kurumlara uygulanmış olan tekniklerle uyumludur.

Web sitesi içerik analizi ile elde edilen verileri analiz edebilmek için öncelikle AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya kullanımı için genel bir bakış açısı elde etmek amacıyla açınsayıcı analiz gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, her bir yerel yönetim 13 ikili madde içeren yüzeysel Sofistikasyon Endeksine (SI) göre değerlendirilmiştir: Her bir yerel yönetimin web sitesi üzerinde analiz edilen sekiz maddenin yanı sıra resmi Twitter hesabı, resmi Facebook grubu, resmi Facebook sayfası, resmi LinkedIn grubu ve resmi Youtube kanalı mevcudiyeti. Böylelikle bu SI hem resmi web sitesi hem de her bir yerel yönetimin başlıca sosyal platformlardaki mevcudiyetine dayandırılmıştır. Her bir yerel yönetimin SI değerlendirmesi yüzde olarak hesaplanmıştır: 1 değeri verilen madde sayısının 13'e bölümü SI değerlendirmesine dahil edilmiştir.

Şeffaf ve açık yönetim üzerine araştırmalar çoğunlukla başarıyı belirlemede önemli iki faktöre işaret etmektedir (Bertot et al., 2010): yönetim sistemi ile bütünleşmiş bir şeffaflık kültürü ve bir şeffaflığa 'hazırlık' faktörü -yani, teknolojinin yaygınlığı, devlet kurumlarının teknolojik kapasite düzeyi ve toplumun sosyal ve teknolojiye hazır oluşu. Web 2.0 araçları ve sosyal medya platformlarının yerel düzeyde gelişimini teşvik eden faktörleri anlayabilmek için bir regresyon analizi kullanılmıştır. Buradaki amaç aşağıdaki faktörlerin SI üzerindeki etkisini test etmektir: Kamu yönetim tarzı ve bilgi toplumunun gelişimi ile ilişkili farklı değişkenler. Her bir şehrin nüfusu da bir kontrol değişkeni olarak kabul edilmiştir.

AB-15 ülkelerinde yaygın olarak kullanılan dört kamu yönetim tarzı belirlenmiştir (Kickert, 1997; Torres, 2004): Anglo-Sakson, İskandinav, Germanik ve Güney Avrupa ülkeleri. 1980lerde Anglo-Sakson ülkeleri etkinlik, verimlilik ve paranın değerini vurgulayan yeni bir kamu yönetimi yaklaşımı benimsemiştir. Bu ülkelerin piyasa mekanizmaları ve rekabetçilik fikirleri ortaya koymaları ve kamu hizmetlerini kullanıcılar veya müşterilerin ihtiyaçlarına daha duyarlı hale getirmeye çalışmaları daha olasıdır. İskandinav ülkeleri de vatandaşların ihtiyaçlarının karşılanmasına odaklanmış bir kamu yönetim tarzı benimsemektedir ve bir müzakere ve danışma geleneğine sahiptir. Germanik ve Güney Avrupa ülkeleri bürokratik, hiyerarşik, Weber tarzı, idari hukuka dayalı bir kamu yönetimi yapısından etkilenmiştir. Her ne kadar bu görüş değişmekte olsa da vatandaş bir "tebaa"dır. Kamu sektörü yönetimi üzerine literatür Anglo-Sakson ve İskandinav ülkelerin kamu sektöründe reformlar, şeffaflık ve vatandaşların katılımı bakımından uzun süredir devam eden bir şöhrete sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun aksine Germanik ve Güney Avrupa ülkeleri daha hukuki bir geleneğe tabidir ve kamu sektöründe reform yapmakta ağır oldukları düşünülmektedir. Bu nedenle, Web 2.0 ve sosyal medya araçlarının AB yerel yönetimleri tarafından geliştirilmesinde kamu yönetim tarzının olası etkisi göz önünde bulundurulmuştur.

Bilgi toplumunun gelişimi ile ilişkili olduğu düşünülen değişkenler şu şekildedir: yerel yönetimin web sitesinin genel geliştirme düzeyi, ülkede internet kullanımının yaygınlığı, ülke genelindeki bireylerin e-devlet kullanımı, ülke vatandaşlarının e-ticaret kullanımı, vatandaşların Web 2.0 kullanımı ve her bir ülkede e-devletin gelişim düzeyi. Bu bağımsız değişkenler grubunun tanım ve değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

#### TABLO 1 BURAYA

Tablo 2'de görüleceği üzere bilişim toplumunun gelişimi ile ilişkili bağımsız değişkenler büyük bir korelasyona sahiptir. Bu tür çalışmalarda genel olarak görüldüğü üzere korelasyonları 0.8'den yüksek olan (Gujarati, 2003) bazı değişkenlerde çoklu bağımlılık sorunları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, bu sorunlardan kaçınmak amacıyla öncelikle bilgi toplumunun gelişimi ile ilişkili olan bu 6 bağımsız değişkene bir faktör analizi (maksimum olabilirlik çıkarımı) yapılmıştır.

#### TABLO 2 BURAYA

Bu ilk faktör analizinin sonuçları 2 faktörün, bu 6 değişkenin toplam varyansının %70'ini açıkladığını göstermiştir. KMO testinin değeri 0.628'dir ve faktör analizinin kabul edilebilir olduğunu doğrulamaktadır. Tablo 5, elde edilen bu iki faktörün her birine faktör yüklemelerini vermektedir. Elde edilen bu iki faktörün yorumlaması oldukça nettir: Faktör 1 internete erişim ve vatandaşların internet kullanım düzeyini ölçerken Faktör 2 ise e-devlet gelişim düzeyinin başta şehir olmak üzere ülkedeki gelişim düzeyini ölçmektedir.

Dolayısıyla, regresyon analizine dahil edilen bu değişkenler kamu yönetimi tarzının kukla değişkenleri (dört kamu yönetim tarzı olması nedeniyle üç kukla), şehir nüfusunun logaritması ve bilgi toplumunun gelişim düzeyi ile ilişkili iki faktördür.

#### 4. Sonuçların analizi

Tablo 4'te AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya kullanımları hakkında genel bilgiler verilmiştir. Daha önce de bahsedildiği üzere, her bir yerel yönetim için sofistیکasyon endeksin (SI) elde etmek amacıyla bu 13 madde kullanılmıştır. Bu tabloda da görüleceği üzere Web 2.0 ve sosyal medya AB yerel yönetimlerinde kapsamlı olarak kullanılmamaktadır. En yaygın kullanıma sahip araç yerel yönetimlerin %77'sinde kullanılan RSS veya Atom'dur. Önem sırasına göre bunu takip eden sonraki iki araç ise yerel yönetimin web sitesi üzerindeki bloglar ve resmi YouTube videolarına verilen bağlantılardır ve bunlar sırasıyla yerel yönetimlerin %56'sı ve %47'si tarafından sunulmaktadır. Buradan da görüleceği üzere en sık kullanılan araçlar vatandaşların güncel içerik ve haberlerden haberdar olmasını (RSS/ATOM), YouTube videolarına erişime sahip olmasını ve yerel yönetimlerin web sitelerinde verilen blogların bazılarını yorum yapabilmesini sağlamaktadır. Buna karşılık yönetimin yayınladığı podcastlar (%20), belediye etkinliklerinin gerçek zamanlı webcastları (%8) ve widgetler (%7) vatandaşlara sıklıkla sunulmamaktadır. Bununla birlikte belediyenin web sitesinde videolar yayımlandığı zaman bunlara yorum yapılmasını hiçbir zaman izin verilmemektedir. Sadece Gent (Belçika) ve Birmingham (BK) belediye web sitesi kullanıcıları için kendi sosyal ağlarını kurmuştur ancak kullanıcı fotoğrafını içeren detaylı bir kullanıcı profili oluşturma ya

da diğer kullanıcıların okuyabileceği yorumlar paylaşma imkanı vermemesiyle bunlar bazı sınırlamalara sahiptir.

Bu araştırma çerçevesinde incelenen sosyal platformlar arasından Twitter yerel yönetimler arasında en popüler olanıdır (%32'si resmi bir Twitter hesabına sahiptir). Buna karşın, bu platformun profesyonel kişiler için bir sosyal ağ hizmeti verdiği düşünülecek olursa LinkedIn'in bunlar arasında en az popülerliğe sahip olması makul görünmektedir. Facebook ele alınacak olursa yerel yönetimlerin sadece %17'si bu platformda resmi bir sayfaya sahiptir. Son olarak yerel yönetimlerin %29'u vatandaşların bütün videolara bir tek sayfa üzerinden ulaşabildikleri ve yeni videolar yüklenmesi halinde bildirim aldıkları resmi bir YouTube kanalına sahiptir.

#### TABLO 4 BURAYA

Tablo 5'te AB yerel yönetimlerinin en yaygın sosyal medya platformlarındaki mevcudiyetlerine genel bir bakış atılmaktadır. Bu tabloda gri renk ile vurgulanmış olan maddeler belediyenin aktif mevcudiyetini belirtirken (platformun kullanıma açılması, takipçi ve etkinlik sayısı), diğer maddeler pasif bir mevcudiyeti belirtmektedir (vatandaşların sosyal medyada belediye hakkında başlattıkları konuşmalar, bunların resmi platformlarda olması gerekmemektedir). Her ne kadar sosyal medya platformlarını kullanan yerel yönetim sayısı yüksek olmasa da Twitter'de ortalama 803 takipçi ve Facebook'ta ortalama 1412 beğenme ile bunlara kayıtlı olan ortalama vatandaş sayısının önemli düzeylerde olduğu söylenebilir. Diğer bir önemli gerçek ise ortalama 576 Twitter konuşması, 130 Facebook grubu, 1610 YouTube konuşması ve 111.717 Google endekslenmiş blog ile yerel yönetimlerin sosyal medya platformlarında mevcudiyeti olmasa dahi haklarında oldukça fazla konuşulduğudur. Bu nedenle, bu sosyal platformlarda mevcudiyeti olmayan yerel yönetimler vatandaşların onlar hakkında söylediklerini işitmekte, halkın yerel politikalar, kamu hizmetleri ve belediye sınırları içindeki gündelik yaşam hakkındaki fikirleri ve hisleri hakkında önemli bir bilgi kaynağını göz ardı etmektedir.

#### TABLO 5 BURAYA

Yerel yönetimlerin her biri için tekil faktörler analiz edilirken daha önce de belirtildiği üzere Web 2.0 ve sosyal medya araçlarının yerel yönetimlerin resmi web sitelerindeki mevcudiyetini ölçen 8 madde ele alınmıştır. Bulunan en yüksek madde sayısı Turin ve Birmingham belediyelerinin web sitelerinde olmak üzere 5'tir. Her iki şehir de podcastlar, RSS haberleri, bloglar ve resmi YouTube videolarına bağlantılar kullanmaktadır; Turin widgetlere de sahipken Birmingham web sitesinin kullanıcıları için kendi sosyal ağına sahiptir. Yerel yönetimlerin neredeyse %60'ı 2 ile 4 arasında madde kullanmakta, %27'si sadece bu maddelerden birini kullanmakta (çoğunlukla RSS) ve %12'si hiçbirisini kullanmamaktadır.

Yerel yönetimlerin incelenen sosyal medya platformlarındaki etkinlik düzeyi ve mevcudiyeti bakımından yerel yönetimlerin yaklaşık olarak yarısı incelenen sosyal ağlarda herhangi bir çeşit aktif mevcudiyete sahip değildir. Bununla birlikte birçok şehirde sosyal medya platformlarında vatandaşların başlattığı çok sayıda konuşma bulunmaktadır. Ayrıca vatandaşların talepleri ve yerel yönetimlerin birebir sosyal medya kullanımı sağlaması arasında uyumsuzluklar da görülmektedir. Bu gibi durumlarda vatandaşların analize konu olan sosyal ağlarda başlattıkları çok sayıda etkinlik bulunmaktadır ancak yerel yönetimler bu platformlarda hala resmi bir mevcudiyete sahip değildir. Genel anlamda ülke ile ilişkili çok sayıda kalıp gözlemlenmemektedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarında aktif mevcudiyetin geliştirilmesi ülke ile ilişkili değildir ancak her bir yerel yönetimin politik iradesi ve kendine özgü şartları ile ilişkilidir. Bununla birlikte, yerel yönetimlerin sosyal medyadaki mevcudiyetinin başkentlerle sınırlı olduğu Yunanistan ve Lüksemburg; bazı yerel hükümetlerin aktif mevcudiyete sahip olduğu tek sosyal medya platformunun YouTube olduğu İspanya; ve araştırmaya dahil olan 5 yerel yönetimin son derece aktif bir şekilde Twitter kullandığı ancak Facebook'un hiç kullanılmadığı, şehirlerin 4'ünün LinkedIn kullandığı ve hepsinin resmi bir YouTube kanalına sahip olduğu Hollanda gibi bazı istisnalar da bulunmaktadır. Bütün bunlar Hollanda şehirlerini (ve vatandaşlarını) sosyal medya arenasında en aktif olanlar haline getirmektedir.

Tablo 5'da Web 2.0 ve sosyal medya istatistiklerinin Sofistikasyon Endeksi (SI) ülkelere göre verilmiştir. Metodoloji bölümünde de belirtildiği üzere, her bir yerel yönetim 13 ikili madde içeren yüzeysel Sofistikasyon Endeksine (SI) göre değerlendirilmiştir: her bir yerel yönetimin



web sitesi üzerinde analiz edilen sekiz maddenin yanı sıra resmi Twitter hesabı, resmi Facebook grubu, resmi Facebook sayfası, resmi LinkedIn grubu ve resmi Youtube kanalı mevcudiyeti.

Tablo 6'da da görülebileceği üzere ortalama SI oldukça düşüktür (%24.9) ve tekil SI'nın %0 ile %61 arasında değişmesiyle 75 AB yerel yönetimi arasında üst düzey bir heterojenlik görülmektedir. Hollanda ortalamada en yüksek SI yüzdesine sahip ülkedir. Bununla birlikte, Hollanda şehirleri için standart sapma rakamları en düşük sonuçlardan bazılarını ortaya koymuştur ki bu da bu ülkenin Web 2.0 ve sosyal medya kullanımı bakımından en yüksek dahili homojenliğe sahip olduğunu göstermektedir. Danimarka, Birleşik Krallık, Belçika, İtalya, Almanya, İrlanda ve İsveç de heterojenlik düzeyleri yüksek olmasına rağmen ortalamanın üzerinde skorlar sunmuştur. Maksimum tekil skor, SI heterojenliği en yüksek olan İtalya'dan (Turin) elde edilmiştir. Ortalamanın altındaki ülkelere gelecek olursak (Avusturya, Finlandiya, Fransa, İspanya, Portekiz, Yunanistan ve Lüksemburg) en yüksek homojenliğe sahip olan Yunanistan (ancak SI skorları son derece düşük) dışında heterojenlik düzeyinin genellikle yüksek olduğunu görüyoruz. Bu ülkelerin 4'ünde minimum SI %0'dır. Tekil SI skorlarına baktığımız zaman 6 şehrin hiçbir Web 2.0 ve analiz edilen sosyal medya özelliklerinden hiçbirine sahip olmadığını görüyoruz. Buna karşın, Fransa, İspanya, Avusturya ve Portekiz'in bazı şehirlerinin maksimum sonuçları ortalamanın üzerindeki ülkelerle benzerlik göstermektedir. Bu da bu araçların ülke düzeyinde gelişiminde heterojenliğin bir kural olduğunu Hollanda (pozitif homojenlik) ve Yunanistan (negatif homojenlik) istisna olmak şartıyla kanıtlamaktadır.

Web 2.0 araçları ve sosyal medya platformlarının yerel düzeyde gelişimini teşvik eden faktörleri anlayabilmek için bir En Küçük Kareler Yöntemi (OLS) regresyon analizi kullanılmıştır. Metodoloji bölümünde de belirtildiği üzere regresyon analizine dahil edilen değişkenler; dört kamu yönetimi tarzını temsil eden üç kukla değişken (Anglo-Sakson, İskandinav, Germanik ve Güney Avrupa ülkeleri referans grup olmak üzere), şehir nüfusunun logaritması ve bilgi toplumunun gelişim düzeyi ile ilişkili iki faktördür. Faktör 1 internete erişim ve vatandaşların internet kullanım düzeyini ölçerken Faktör 2 ise e-devlet gelişim düzeyinin başta şehir olmak üzere ülkedeki gelişim düzeyini ölçmektedir.

Bu regresyon analizinin sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Görüleceği üzere bu model istatistiksel olarak anlamlıdır. Bununla birlikte bağımsız değişkenlerin sadece biri (Faktör 2) istatistiksel olarak anlamlıdır. Tanımlayıcı analizden de bekleyeceğimiz üzere ne şehrin nüfusu ne de kamu yönetim tarzı Web 2.0 ve sosyal medyanın AB yerel yönetimlerindeki gelişim düzeyinin belirleyici faktörleri arasındadır. Şaşırtıcı şekilde, internete erişim ve internetin vatandaşlar tarafından kullanım düzeyinin bir ölçütü olan Faktör 1, Web 2.0 ve sosyal medyanın AB yerel yönetimlerindeki gelişim düzeyinin anlamlı bir göstergesi değildir. Bu nedenle sosyal medya araçları ve Web 2.0 uygulamalarının AB yerel yönetimleri tarafından geliştirilmesinin vatandaşların talebine bağlı olmadığı görülmektedir (vatandaşların internete erişim düzeyi ve e-devlet veya e-ticaretin kullanım düzeyi ile ölçülmüştür.) Anlamlı olduğu görülen tek faktör ise şehirde e-devlet araçlarının kullanımında deneyim sahibi olunmasıdır. Bu nedenle Web 2.0 ve sosyal medya uygulamalarının yerel düzeyde benimsenmesi ve kullanımı, daha önce e-devlet düzeylerinde görülen ile benzer bir gelişim göstermektedir.

TABLO 7 BURAYA

## 5. Tartışma ve Sonuçlar

Daha önce söz edilen sonuçlara göre analiz edilen yerel yönetimler Web 2.0 ve sosyal medya araçları kullanımında üst düzeylerde heterojenlik ortaya koymaktadır. Birçok kurum, haberlerini RSS kullanarak kişilerin kullanımına açmanın bunların yayılmasını çok düşük bir maliyet karşılığında büyük ölçüde artırdığının bilincine varmıştır. Çoğu yerel yönetimin şeffaflığı artırmak amacıyla Web 2.0 ve sosyal medya araçlarını kullandığı ancak genel anlamda kurumsal diyalog konsepti ve web 2.0 aracının e-katılımı artırmak için kullanımının yerel düzeyde hala ilk adımlarını attığı ortaya koyulmuştur.

Katılım, Devlet 2.0'ın ana temasını bir kelime ile özetlemektedir. Yerel politikalar, hizmet sağlanması ve düzenlemeler ile ilişkili konuları tartışan çevrimiçi topluluklar oluşturarak ya da mevcut topluluklara katılarak yerel yönetimler ve çalışanları daha bilinçli, daha duyarlı, daha yenilikçi ve vatandaş odaklı olacaktır. Bununla birlikte sonuçlar göstermektedir ki Avrupa yerel yönetimlerinin Web 2.0 kullanımı açısından kat edilmesi gereken büyük bir yol

bulunmaktadır. Bazı adımlar atılmıştır ancak Web 2.0 kullanımı bakımından AB yerel yönetimleri vatandaşlarının gerisinde kalmaktadır. Yerel yönetimlerin yaklaşık olarak yarısı analize tabi olan sosyal ağların hiçbirinde mevcudiyete sahip değildir ve bu da en iyi ihtimalle pasif bir şekilde bu ağları gözden geçirdikleri anlamına gelmektedir. Birçok vatandaş internet üzerinde yerel politikaları tartışmaktadır ve yerel yönetimler burada ifade edilen fikirleri göz ardı etmemelidir. Yerel yönetimler, “ağ dışındaki” pasif seyirciler olmak yerine “ağ içinde” ve bu ağın ayrılmaz bir parçası olarak tartışmalara katkıda bulunmalıdır. Yerel yönetimler için günümüzde dahil olmamak, dahil olmaktan daha büyük riskler taşımaktadır: yerel yönetim kendi fikrini ortaya koysa da koymasa da vatandaşlar bu ağları onlar hakkında konuşmak için kullanacaktır.

Sosyal medya araçları ve Web 2.0 uygulamalarının AB yerel yönetimlerindeki gelişimi vatandaş talebine bağlı değildir ve kamu yönetim tarzı da bu araçların gelişimini etkilememektedir. Web 2.0 ve sosyal medya uygulamalarının yerel düzeyde benimsenmesi ve kullanımı, daha önce e-devlet düzeylerinde görülen ile benzer bir gelişim göstermektedir. Bu nedenle, Web 2.0 araçlarının günümüzde devlet ile vatandaşlar arasındaki ilişkide devrim yapması beklenmemektedir. Günümüzde, harici izleyicilere bilgi ve hizmetler sunmak için bilgi teknolojilerini kullanan yerel yönetimler için bunlar sadece ileri doğru bir adımdır.

Yeni teknolojiyi içeriyor olsa da Devlet 2.0 aslında yeni bir yönetim yaklaşımı ile ilgilidir. Devlet bilgilerinin daha erişilebilir ve kullanılabilir hale getirilmesi, yönetimin danışmaya daha açık, katılımcı ve şeffaf olması, kamu sektörü içerisinde bir çevrimiçi yenilikçilik kültürü oluşturulması ve her düzeyde işbirliğinin sağlanması için liderlik, politikalar ve idarede değişiklikler gereklidir. Bütün bunlar statükoda önemli değişiklikler gerektirmektedir ve AB genelindeki yerel yönetim 2.0'ın gerçekten bir fark yaratması zaman alacaktır.

Tablo 1. Bilgi toplumunun gelişimiyle ilişkili bağımsız değişkenler

	Anglo-Sakson		İskandinav				Kıta Avrupası									
	IR	U K	DA	FI	HO	İS V	Germanik		Güney			Avrupalı				
							AV	AL	BE	F R	YU	İT	LÜ	PO	İSP	
1. Şehirdeki e-devlet	Min: 26.39%; Mak: 77.39%; Ort: 52.72%; Sta Sap.: 0.1081															
2. İnternetin yaygınlığı	63	76	84	83	87	88	71	75	69	68	64	44	42	81	42	57
3. Vatandaşların e-devlet kullanımı	28	35	67	53	55	57	39	37	31	38	12	17	54	21	30	
4. Vatandaşların e-ticaret kullanımı	29	58	50	37	49	45	32	45	25	38	88	68	106			
5. Merkezi e-devlet	83	100	84	89	79	95	100	74	70	80	45	70	68	100	80	
6. Vatandaşların Web 2.0 kullanımı	17	33	51	27	24	35	22	35	88	23	18	18	99	21	11	

Notlar:

1. Yerel yönetimde e-devletin gelişim düzeyi: veriler Pina vd. (2009) çalışmasından elde edilmiştir. Bu değerler başlıca dört temel web sitesi unsuru ile ilgilidir: şeffaflık, interaktiflik, kullanılabilirlik ve olgunluk. Analiz edilen şehirlerdeki farklılıklara bağlı olarak bu değişken için beş eksik değer bulunmaktadır.

2. İnternetin yaygınlığı: Ülkedeki internet kullanıcılarının yüzdesi. Ulsulararası Telekomünikasyon Birliği (2008): "World Telecommunication/ICT Indicators (Dünyada Telekomünikasyon/ BT Göstergeleri)". : <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistic/>.

3. Vatandaşların e-devlet kullanımı: Son üç ay içerisinde kamu kurumları ile etkileşime geçmek için internet kullanan vatandaşların yüzdesi (2009). <http://ec.europa.eu/eurostat>

4. Vatandaşların e-ticaret kullanımı: İnternet üzerinden kişisel kullanım amacıyla son üç ay içerisinde ürün ya da hizmet almış olan kişilerin yüzdesi (2009). <http://ec.europa.eu/eurostat>.

5. Merkezi e-devlet hizmetlerine çevrimiçi ulaşabilme: Avrupa Komisyonu tarafından tanımlanmış ve tamamen çevrimiçi ulaşılabilen (yani tamamen elektronik ortamda tamamlanan) 20 temel hizmetin yüzdesi. <http://ec.europa.eu/eurostat>.

Vatandaşların Web 2.0 kullanımı: Son 3 ay içerisinde sohbet sitelerine, bloglara, sosyal ağ sitelerine ya da tartışma gruplarına mesaj göndermek için internet kullanan kişi yüzdesi (2009). <http://ec.europa.eu/eurostat>.

Tablo 2. Sürekli bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyonları.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Şehirdeki e-devlet kullanımı	0.337(**)	1					
2. İnternetin yaygınlığı	0.342(**)						
3. Vatandaşların e-devlet kullanımı	0.399(**)	0.918(**)	1	1	1	1	
4. Vatandaşların e-ticaret kullanımı	0.536(**)	0.917(**)	0.804(**)	0.366(**)	0.139		
5. Merkezi e-devlet kullanımı	0.181	0.320(**)	0.330(**)	0.660(**)			
6. Vatandaşların Web 2.0 kullanımı	0.451(**)	0.636	0.729	0.099			
7. Nüfus (ln)		-0.177	0.258(*)		0.026	-0.104	1

\* 0.05'te anlamlı (iki yönlü). \*\* 0.01'de anlamlı (iki yönlü).






Tablo 3. Faktör yüklemeleri (döndürülmemiş çözüm)

	Faktör 1	Faktör 2
İnternetin yaygınlığı	<b>0.999</b>	-0.002
Vatandaşların e-devlet kullanımı	<b>0.918</b>	0.030
Vatandaşların e-ticaret kullanımı	<b>0.917</b>	0.115
Vatandaşların Web 2.0 kullanımı	<b>0.637</b>	-0.023
Şehirde e-devlet	0.338	<b>0.752</b>
Merkezi e-devlet	0.321	<b>0.575</b>

Tablo 4. AB yerel yönetimlerinin Web 2.0 ve sosyal medya kullanımı.

		Yerel yönetimler			
		N	%		
Endeks	Web 2.0	Yönetimin podcastları	15	20%	
		RSS veya Atom	58	77.3%	
		Yönetimin vodcastları	0	0%	
		Belediye etkinliklerinin gerçek zamanlı webcastları	6	8.0%	
		Widgetler	5	6.7%	
Sofistikasyon	Resmi web sitesi	Blogs	42	56%	
		Links to official YouTube videos from the website	35	46.7%	
		Social network of the municipality website users	2	2.7%	
		Harici kanallar	Resmi Twitter hesabı	24	32.0%
			Resmi Facebook grubu	12	16.0%
	Resmi Facebook sayfası		13	17.3%	
	Resmi LinkedIn grubu		9	12.0%	
	Resmi YouTube kanalı	22	29.3%		

Tablo 5. Sosyal medyada AB yerel yönetimleri

	Sosyal medya ölçütleri	Ort.
	Resmi Twitter hesabına sahip kurumlar	24 (32.0%)
	Ortalama Twitter takipçi sayısı	803
	Ortalama Twitter mesajı sayısı	607
	Ortalama Twitter listesi sayısı	45
	Resmi Twitter hesabının etkinliği*	7
	Ortalama Twitter konuşması sayısı	576
	Ortalama Facebook grubu sayısı	130
	Resmi Facebook grubuna sahip kurumlar	12 (16.0%)
	Resmi Facebook grubunun ortalama üye sayısı	342
	Ortalama Facebook sayfası sayısı	2
	Resmi Facebook sayfasına sahip kurumlar	13 (17.3%)
	Resmi Facebook sayfasının ortalama beğenme sayısı	1412
	Resmi Facebook sayfasının etkinliği*	7
	Ortalama LinkedIn grubu sayısı	1
	Resmi LinkedIn grubuna sahip kurumlar	9 (12.0%)
	Resmi LinkedIn grubunun ortalama üye sayısı	159
	Resmi YouTube kanalına sahip kurumlar	22 (29.3%)
	Resmi YouTube kanalının ortalama üye sayısı	30
	Ortalama YouTube konuşması sayısı	1610
	Google endekslenmiş bloglar	111717
* Etkinlik düzeyi (en yakın zamanlı değer):		
0- Aktif değil	5- ayda bir	Pasif mevcudiyet
1- yılda bir	6- haftada bir	
2- 6 ayda bir	7- günde bir	Aktif mevcudiyet
4- 3 ayda bir		

**Not:** Ortalama takipçi, konuşma, grup, vb. sayısı ve gri hücrelerdeki (aktif mevcudiyet) en yakın zamana ait etkinlik düzeyleri şu platformların her birinde resmi mevcudiyetin belediye sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. 24 resmi Twitter kullanıcısı, 12 resmi FACEBOOK grubu, 13 resmi Facebook sayfası, 9 resmi LinkedIn grubu ve 22 resmi Youtube kanalı.

Tablo 6. Ülkelere göre Web 2.0 ve sosyal medya Sofistikasyon Endeksi

	Ort	Min.	Mak.	Stand. Sap.
Hollanda	46.2%	38.5%	53.8%	0.0769
Danimarka	35.4%	15.4%	53.8%	0.1771
Birleşik Krallık	33.8%	15.4%	46.2%	0.1397
Belçika	29.2%	7.7%	53.8%	0.1754
İtalya	29.2%	7.7%	61.5%	0.2333
Almanya	27.7%	15.4%	46.2%	0.1397
İrlanda	27.7%	7.7%	53.8%	0.1685
İsveç	26.2%	15.4%	38.5%	0.0877
Avusturya	24.6%	7.7%	38.5%	0.1141
Finlandiya	21.5%	7.7%	30.8%	0.1003
Fransa	20.0%	0.0%	53.8%	0.2078
İspanya	18.5%	7.7%	38.5%	0.1500
Portekiz	13.8%	0.0%	38.5%	0.1668
Yunanistan	10.8%	0.0%	15.4%	0.0688
Lüksemburg	9.2%	0.0%	30.8%	0.1264
Toplam	24.9%	0.0%	61.5%	0.1648

Tablo 7. Standartlaştırılmış regresyon katsayıları ve istatistiksel anlamlılık.

Bağımlı değişken: SI Endeksi	
Sabit	-0.014
Log nüfus	0.149
Anglo (Kukla)	0.069
İskandinav (Kukla)	0.163
Germanik (Kukla)	-0.025
Faktör 1	0.170
Faktör 2	(0.363)* *
R <sup>2</sup>	0.302
Modelin anlamlılığı (F istatistik)	4.54**
N	70

Not: \*\* p < 0.01; \* p < 0.05