

Giriş: E-Devlet ve Sosyal Medya

E-Devlet dersinin bu bölümünde günümüzün popüler teknolojik yeniliklerinden önemli bir tanesi olan sosyal medyanın kullanımının e-Devlet uygulamalarına olası etkisinin ne olduğu ve olabileceği incelenmiştir. Bu bağlamda *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* gibi sosyal medya araçlarının e-Devletin idari boyutu yoluyla kamusal bilgi ve hizmet sunumuna ve e-Devletin siyasi boyutu yoluyla demokratik katılım, denetim, şeffaflık ve hesap verebilirliğin artırılmasına nasıl katkı verebileceği tartışılmıştır.

Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya

Taşçı, sosyal medyayı, kapsamlı bir şekilde; “insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini paylaşmak ve birbirleriyle iletişim hâlinde bulunmak için kullandıkları online platformlar” olarak tanımlamıştır (Kay, 2010).

Türkiye’de sosyal medya denilince akla *Facebook*, *Twitter*, *Linked-in* ve *YouTube* gibi sosyal ağlar gelse de söz konusu sosyal ağlar, sosyal medya kümesinin sadece tek bir alt kümesini oluşturmaktadır.

Sosyal medya veya Web 2.0’ın kapsadığı tüm alt kümeler şu şekilde sıralanabilir (Taşçı, 2010):

1. Bloglar (Web günlükleri): Blogger, Wordpress vb.
2. Mikrobloglar: Twitter, vb.
3. Sosyal ağlar: Facebook, MySpace, Bebo, Hi5, LinkedIn, vb.
4. Açık kaynak ansiklopediler: Wikipedia, Turkcebilgi, vb.
5. Sosyal bookmarking (imleme): Delicious, StumbleUpon vs...

6. Sosyal haber imleme: Digg, Reddit, Mixx, vb.
7. Fotograf paylaşım: Flickr
8. Video paylaşım: YouTube
9. Ses ve müzik Paylaşım: Last.fm ...
10. Anlık mesajlaşma uygulamaları: MSN, Windows Live, vb.
11. Forumlar: Demiryolcuyuz.biz, frmtr.com, vb.
12. Sanal oyunlar: Secondlife.com
13. Sanal topluluklar: Yahoogroups vb.

Binark ve Löker (2011: 87), sosyal ağları, teknoloji kullanıcılarının aldığı hizmetlerde kullanım şekilleri onları başka kullanıcılar ile ilişkilendirdiğinde oluşan durum olarak tanımlamaktadırlar. Bu durumda fotoğraf paylaşılan bir web sitesi bile o fotoğraflara diğer bireyler bakıp beğendiğinde ve yorum yaptığında sosyal bir ağ haline gelmektedir. Bu durumda sosyal medya da “söz konusu sanal ağları sistematik bir biçim ya da marka altında kullanan oluşumlar” olarak tarif edilebilir.

Sosyal Medya ve E-Devlet

Sosyal medyanın bireylere sunduğu etkileşim ve ortak hareket ederek içerik yaratma olanakları, bu kişilerin e-Devlet uygulamalarında da benzer özellikleri aramasına ve bunları talep etmesine yol açmıştır (Zappen, Harrison ve Watson, 2008).

Bu bağlamda, Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya araçları e-Devlet uygulamalarına iki farklı fakat birbiriyle ilgili boyutta katkı verebilir:

1. Sosyal medya araçlarının e-Devletin idari boyutu yoluyla kamusal bilgi ve hizmet sunumuna katkısı ve
2. Sosyal medya araçlarının e-Devletin siyasi boyutu yoluyla demokratik katılım, denetim, şeffaflık ve hesap verebilirliğin artırılmasına katkısı.

Her iki durumda da e-Devlet uygulamalarında sosyal medya araçlarından yararlanılması, e-Devletin gerek idari, gerekse siyasi boyutunda vatandaşların pasif katılımdan aktif katılıma, hatta yönetime katılımdan yönetim ile işbirliği düzeyine geçişini simgelemektedir (Erkul, 2009: 96-101). Bu dersin diğer bir bölümünde bahsedilen “sosyal ağlar üzerinde yeni iş yapış modelleri” (*crowdsourcing*) uygulaması da aynı mantığa dayanmaktadır.

Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı Örnekleri

Sosyal medya araçları, e-Devletin gerek idari, gerekse siyasi boyutuna ciddi katkılar yapabilecek kapasitededir. Sosyal medya araçlarından kamu yönetiminde özellikle:

- Kamu kurumlarının şeffaflık ve hesap verebilirliğini artırması,
- Mevcut devlet-vatandaş etkileşimini çoğaltması,
- Yeni katılım kanalları açması,
- Vatandaşları karar verme süreçlerine daha çok dâhil etmesi beklenmektedir (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 53-54).

Devlet, sosyal medyayı kullanarak vatandaşın kendisine gelmesini beklemektense, vatandaşın olduğu yere gitmeyi seçmiştir (Hrdinova, Helbig ve

Peters, 2010: 3). Örneğin sosyal medya kullanımı, sivil toplum kuruluşlarının çok farklı kesimlerden vatandaşlara ulaşmasını sağlamıştır (Binark ve Löker, 2011: 23).

ABD Başkanı Barack Obama, sosyal medya araçlarını seçim kampanyasında çok verimli bir şekilde kullanarak hem kişiliğini, fikirlerini ve planlarını tanıtmış; hem de sanal ortamda destekçilerinden milyonlarca dolar para toplamıştır.

Obama, başkanlık seçimi öncesinde sosyal medya araçlarını yenilikçi ve çok etkin bir biçimde kullanmaktan, seçimi kazanıp Beyaz Saray'da göreve başladıktan sonra da vazgeçmemiştir (Kay, 2010). Beyaz Saray'ın YouTube'daki sayfası ve Open Government projesi yoluyla vatandaşlara sanal katılım yollarının açılması, sürdürülen bu çabalara birer örnektir.

Bertot, Jaeger ve Grimes (2010), sosyal medya kullanımı yoluyla kamu sektöründe katılım, şeffaflık ve hesap verilirlik yönünde ciddi adımlar atılabileceği ve yolsuzluğun azaltılabileceği kanısındadırlar. Dünya çapında yaşanan birçok örnek de bu kanıyı desteklemektedir:

- ABD'de birçok kamu kurumu *YouTube* üzerine kurumlarını ve verdikleri hizmetleri tanıtıcı videolar koyarak kendi *YouTube* köşelerini yaratmışlardır (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 54).
- Cep telefonundan aşına olunan kısa mesaj hizmeti (SMS) ve İnternet günlüğü (*blog*) formatlarının birleştirilerek İnternet'e taşınmasından oluşan *Twitter*, 2009 İran seçimlerinden sonra sokaklardaki protestoların dünya kamuoyuna duyurulmasında çok önemli bir rol oynamıştır (Bertot, Jaeger ve Grimes, 2010:268).

- Son dönemde Arap ülkelerinde yaşanan toplumsal protesto hareketlerinin örgütlenmesinde de sosyal medya araçlarından yoğun olarak yararlanıldığı anlaşılmaktadır.
- Sosyal medya yoluyla yolsuzluğun ve usulsüzlüğün ortaya çıkarılarak önlenebileceğine verilebilecek iki somut örnek; dünya çapında hükümetlerin usulsüzlüklerini ve gizli yazışmalarını kamuoyu ile İnternet yoluyla paylaşan *Wikileaks* ve Afganistan Başkanlık Seçimi sonuçlarını ham veri şeklinde yayımlayan web sitesidir (<http://www.afghanistanelectiondata.org>) (Bertot, Jaeger ve Grimes, 2010: 266).
- Sosyal medya yoluyla yapılan vatandaş gazeteciliği, son Avustralya ve İnan seçimlerinde geleneksel/ana akım medyanın çarpıttığı haberleri dengelemekte ve görmezden geldiği gelişmeleri kamuoyuna duyurmakta başarılı olmuştur (Bertot, Jaeger ve Grimes, 2010: 269).
- Sosyal medya araçları yoluyla kamu kurumları kendilerinden bilgi ve hizmet alan vatandaş kitleleri arasında vatandaştan vatandaşa (C2C) etkileşim kanalları kurmaktadır. Örneğin ABD’de Savaş Gazileri Kurumu (*Veterans Administration*), gazilerin sanal ortamda bir araya gelip etkileşime girebilmesi için *Facebook*, *YouTube*, *Flickr* ve *Twitter* üzerinde ağlar kurmuştur (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 55).
- ABD’de kamu kurumları vatandaşları bilgilendirmek, onların görüş ve şikâyetlerini yorumları yoluyla almak üzere İnternet günlükleri (*bloglar*) yayımlamaktadırlar (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 55).
- Devlet dışında bazı girişimciler de sosyal medya araçlarının e-Devlet alanı ile etkileşimini görerek, kamu sektörü ile ilgili sorun ve şikâyetlerin bildirilebileceği

SeeClickFix ve *FixMyStreet* gibi web hizmetleri kurmuşlardır (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 55).

Sosyal Medyanın E-Devlet Alanında Yarattığı Katma Değer

Son birkaç yıldır bazı ülkelerde sosyal medya araçları kamu kurumları tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ama bu etkileşimli bilgi ve hizmet sunumu yönünden tamamen yeni bir gelişme değildir: Bu gelişmeden önceki yıllarda da kamu kurumlarının web sitelerinde yayımlanan kayıp çocuk ilanları, yaklaşan fırtına ve orman yangını uyarıları, deprem hasar raporları ve elektronik öneri kutuları gibi uygulamalar, teknolojinin devlet ve vatandaş arasında etkileşimli kullanım kanalları açmasının örneklerini veriyordu. Sosyal medya araçlarına mobil araçlarla erişim yoluyla bu örneklerin çeşitlenerek artacağı ve ortaya çıkan toplumsal katma değer in yükselineceği rahatlıkla söylenebilir.

Yıldız (2002), bir doğal afet sonrasında sivil toplum kuruluşlarının üyelerinin e-posta kullanımı yoluyla yardım gönüllülerinin ve STK'ların topladığı para ve mal trafiğinin yönetilmesi ve eşgüdümünde yararlı olabileceğini savunmuştur. Yıldız, böylesi bir sistem ile yapılabilecekleri, aşağıda Çizelge 9.1'de özetlemiştir:

Çizelge 9.1: E-Posta Yoluyla Doğal Afet Sonrası Kaynak ve Gönüllü Yönetimi

İLETİ TÜRÜ	İÇERİK		
	İşlev	Etkinlik	Çözeceği Sorun
Yönetmel	Bilgiyi Paylaşma	Para ve eşya yardımı yapmak isteyenlerle yardıma muhtaç olanları buluşturmak	Eşgüdüm eksikliği
	Bilgiyi Güncelleme	Güncel bilgileri bulup ihtiyaç duyanlara ve kullanabileceklere iletmek	Eskimiş ve yanlış bilgiler, bilgisizlik
	Gönüllü Bulma ve Yönlendirme	Gönüllüleri toplamak, yeteneklerine ve olanaklarına göre ayırarak gönüllüye ihtiyaç duyulan yerlere göndermek	Gönüllü ihtiyacının belirlenip, gerekli yerlere gönderilmesindeki yetersizlikler, eşgüdüm eksikliği

Politik	Kişiyeye Yönelik	Kişilerin sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiği konusunda görüş paylaşmak ve tartışmak	Kişilerin deprem yardımlarını aksatıcı, geciktirici ve önleyici tavır ve davranışları
	Kuruma Yönelik	Kurumların sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiği konusunda görüş paylaşmak ve tartışmak	Kurumların deprem yardımlarını aksatıcı, geciktirici ve önleyici tavır ve davranışları
	Devlete Yönelik	Devletin genel olarak sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiği konusunda görüş paylaşmak ve tartışmak	Devlet kurumlarının deprem yardımlarını örgütleme ve denetlemedeki genel performans düşüklüğü

Kaynak: Yıldız, 2002.

Sosyal medya yoluyla bu çizelgede açıklanan aynı işleri, “sürekli açık” ve her yerde hazır” cep telefonu gibi mobil araçların da yardımıyla, SMS ve MMS duyurularına üyelik yoluyla, çok daha rahat, zaman ve mekân engellerine takılmadan yapmak mümkündür.

Örneğin, 23 Ağustos 2011’de merkezi ABD’nin Virginia Eyaleti’nde olan, ama ülkenin neredeyse tüm doğu sahilini etkileyen, Richter ölçeğiyle 5.8 büyüklüğündeki bir deprem meydana gelmiştir. Depremden sadece dakikalar sonra, polis ve acil yardım personeli, *Twitter* üzerinden gönderdikleri kısa iletilerle halka, nerelerde hasar, yangın ve bina inceleme ve tahliye faaliyeti olduğu gibi konularda bilgi vermeye başlamışlardır (Williams ve Pittman, 2011).

Cep telefonundan sesli konuşma hizmetinin aksadığı deprem sonrası saatlerinde insanlar yakınlarıyla iletişim kurmak ve kamu kurumlarından bilgi almak için *Twitter* ve kısa mesaj hizmeti (SMS) araçlarını kullanmışlardır. Yine doğal afetler, örneğin depremler sonrasında meydana gelen tsunamilere karşı uyarılar da sosyal medya araçları üzerinden yapılabilir.

Taşçı, belediyelerin de sosyal medyadan yararlanarak belediye ve hatta ülke sınırları dışında yaşayan hemşerileri ile iletişim kurmalarının ve onların geri bildirimlerini almalarının mümkün olduğunu belirtmektedir (Kay, 2010).

Sosyal medya ve E-Devlet: Sonuçlar ve Sorunlar

Gerek genelde gerekse e-Devlet özelinde sosyal medya araçlarından kaliteli hizmet sunumu ile katılımcı, şeffaf ve hesap verebilir yönetimi bir dokunuşla ortaya çıkaracak sihirli bir değnekmiş gibi yüksek beklentilere girmemek gerekir. Değişim yavaş ve basamak basamak gerçekleşmektedir: Örneğin, MacKinnon (2008), İnternet ve İnternet günlükleri gibi teknolojik araçların siyasal ve idari değişimin nedeni değil aracı olabileceklerini savunmuştur. Yazarın incelediği Çin örneğinde İnternet kullanımı ve İnternet günlüğü yazımının bireyler ve gruplar arası siyasal ve siyaset dışı iletişim kanallarını zenginleştirerek uzun sürede devrimsel değil evrimsel bir değişime yol açacağı öngörülmüştür.

Davidson (2011) da benzer şekilde, ABD Başkanı Obama döneminde yürütülen Açık Devlet (*Open Government*) çalışmalarını incelediği eserinde, kamu yönetiminde sosyal medya kullanımının kısa vadede küçük ama uzun vadede büyük değişimler yaratacağını öngörmektedir.

Bu değişim sürecini iyi yönetebilmek için kamu kurumları, çalışanlarının sosyal medya kullanımı konusunda açık, adil ve basit kurallar koymalıdır (Hrdinova, Helbig ve Peters, 2010). Bu süreçte dikkat edilmesi gereken diğer hususlar şu şekilde sıralanabilir (Bertot, Jaeger, Munson ve Glaisyer, 2010: 56-58):

- Sosyal medya kullanımında devletin sınırlarının nerede bittiği ve vatandaş topluluklarının sınırlarının nerede başladığı artık kesin değildir. Bu konu yeni teknolojik gelişmelerin ışığında tartışılmalı ve çözümlenmelidir.
- Sosyal medya yoluyla vatandaşlardan görüş ve geribildirim almak kolaydır. İşin zor tarafı, alınan bu dönütleri yasalar ve uygulamaların içine yedirmek kısmıdır.
- Teknolojiye erişimi olmayan ve teknolojiyi katma değer elde edecek şekilde kullanamayan kitlelerin sorununu ifade eden “bilşim uçurumu” kavramı, sosyal medya için de geçerlidir. Kamusal bilgi ve hizmetler sosyal medya yoluyla sunulursa, sosyal medyaya erişemeyenlerin veya sosyal medya araçlarını kullanmayı tercih etmeyenlerin durumu ne olacaktır? Bu sefer de bir “sosyal medya uçurumu” ortaya çıkmayacak mıdır?
- Sosyal medya araçlarında sergilenen kişisel verilerin mahremiyeti ve kurumsal verilerin gizlilik ve güvenliği ile ilgili kurallara titizlikle uyulmalıdır.
- Devlet, sosyal medya araçlarını otomatikman bünyesine katmamalıdır. Bunun yerine, hangi sosyal medya araçlarının hangi özelliklerini ne ölçüde e-Devlet sistemi ile bütünleştireceğini vatandaşlara sormalıdır. Diğer bir deyişle, arz-odaklı değil, talep odaklı hareket etmelidir.
- Sosyal medya araçları, sadece şu anda mevcut hizmetlere yönelik bir geribildirim kanalı olarak kalmamalı, başka ne gibi kamusal bilgi ve hizmetlerin hangi yenilikçi yöntem ve teknolojilerle verilebileceğini sorgulayan bir yapıya kavuşmalıdır.
- Zaman zaman sosyal ağlar üzerinde de dile getirilen, önyargı, ırkçılık ve ayrımcılık gibi alt kümelere bölünebilen “nefret söylemi”nin önlenmesine yönelik düzenlemeler yapılmalıdır (Kılıç, 2010).

Bölüm Özeti:

Bu bölümde sosyal medya araçlarının e-Devlet uygulamalarına kattığı ve katması muhtemel katma değerin ne olduğu konusu, dünyadan somut örnekler eşliğinde incelenmiştir. Ayrıca kamu kurumlarının sosyal medya araçlarını kullanırken dikkat etmesi gereken hususlar özetle sıralanmıştır.

Tartışma Soruları:

1. Sosyal medya araçları e-Devletin idari ve siyasi boyutlarına başka ne gibi katkılarda bulunabilir?
2. Kamu çalışanlarının sosyal medya araçlarını kullanımları, hangi şartlar altında yasaklanmalı veya kısıtlanmalıdır; tartışınız.

Yararlanılan Kaynaklar:

1. Bertot, John C.; Jaeger Paul T. & Justin M. Grimes (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: 264-271.
2. Bertot, John Carlo; Jaeger, Paul T.; Munson, Sean and Tom Glaisyer (2010, November). "Social Media Technology and Government Transparency", **Computer**, pp. 55-59.
3. Binark, Mutlu ve Löker, Koray (2011), **Sivil Toplum Kuruluşları İçin Bilişim Rehberi**, Ankara: STGM.
4. Davidson, Michael (2011). **From public relations to participation: Government web use after Obama and social media**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Washington DC: Georgetown University, Çevrimiçi: <http://search.proquest.com/docview/864907798?accountid=11248>, Erişim Tarihi: 22 Ağustos 2011.
5. Erkul, R. Erdem (2009, Aralık), "Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği", **Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi**, Sayı116, s.96-101.
6. Hrdinova, Jana; Helbig, Natalie and Catherine Stollar Peters (2010). **Designing Social Media Policy for E-Government: Eight Essential Elements**. Albany, N.Y.: Center for Technology in Government.
7. Kay, Selda Öztürk (2010). "Ersin Taşçı ile Röportaj: Belediye Başkanları Artık Twitter'da", **Gazete5**, 30 Eylül 2010, Çevrimiçi: <http://www.gazete5.com/nhaber/ersin-tasci-roportaji-belediyeler-twitter-ve-facebookta-30-eylul-201-45693-p2.htm>, Erişim Tarihi: 22 Ağustos 2011.

8. Kılıç, Arzu (2010), “Nefret Söylemine Karşı Özel Yasa Çıkartılmalı”, **TBD Bilişim Dergisi**, Ekim 2010, s. 68-69.
9. MacKinnon, Rebecca (2008). Flatter World and Thicker Walls? Blogs, Censorship and Civic Discourse in China, **Public Choice**, Vol. 134, No. 1/2, pp. 31-46.
10. Taşçı, Ersin (2010). “Sosyal Medya Araçlarının Yerel Yönetimlere Etkisi ve Katkısı: Belediye 2.0”, **Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi**, Yıl:38, S.126, s. 23-26.
11. Williams, Matt ve Pittman, Elaine (2011). “Virginia Earthquake Sets Off Wave of Emergency Tweets”, **Government Technology**, Çevrimiçi: <http://www.govtech.com/e-government/Virginia-Earthquake-Wave-ofEmergencyTweets.html?elq=d83463f93f074fff8d1671d02a5369dc>, Erişim Tarihi: 26 Ağustos 2011.
12. Yıldız, Mete (2002). “Kahraman E-posta Hain Depreme Karşı”, **Teknotürk**, Çevrimiçi: <http://www.teknoturk.org/docking/yazilar/tt000100-yazi.htm>, Erişim Tarihi: 22 Ağustos 2011.
13. Zappen, James P.; Harrison, Teresa M. and Watson, David (2008). “A new Paradigm for Designing E-Government: Web 2.0 and Experience Design”, **The Proceedings of the 9th Annual International Digital Government Research Conference**, pp. 17-26.