



KAMUDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI

DİDİM TİCARET ODASI

2015

SOSYAL MEDYANIN GÜCÜ

GİRİŞ

Sosyal medya araçları, kurumların gerek idari, gerekse iletişim boyutuna ciddi katkılar yapabilecek kapasitededir. Sosyal medya araçlarından idarede özellikle:

- Kurumların şeffaflık ve hesap verebilirliğini artırması
- Yeni katılım kanalları açması
- Üyeleri karar verme süreçlerine daha çok dâhil etmesi
- Mevcut devlet-vatandaş etkileşimini çoğaltması
- Gerçekleri kolaylıkla öğrenebilme imkânı sağlaması beklenmektedir.

Günümüzde Kurumlar, vatandaşlarca yoğun şekilde kullanılan ve önemli birer sosyalleşme aracı olarak görülen sosyal medyada yerlerini her geçen gün sağlamlaştırmakta ve sosyal medyadaki varlıklarını, icraatlarını destekleyecek ve güçlendirecek önemli bir unsur olarak görmektedir. Bazı Kurumlar sınırlı sayıda ileti yayınlansalar bile kullanıcılar tarafından yakından takip edilmekte ve seslerini duyurabilmektedir.

Kurumlar, Sosyal Medyanın sunduğu gelişmiş teknolojik araçlar vasıtasıyla resmi bilgileri takipçilerine daha derli toplu şekilde sunmakta, ilgili belgelere ve web sayfalarına atıfta bulunabilmekte ve böylece kullanıcıların mesajların içeriğini daha rahat anlamalarına ve mesajlara daha sağlıklı şekilde yanıt vermelerine imkân tanımaktadır. Hükümetler bu sayede rutin olarak yürüttükleri basın ve halkla ilişkiler çalışmalarını çevrim içi ortamda desteklemiş olmaktadır.

Geleneksel Medya-Sosyal Medya Farkı

- Geleneksel medya: tüketicilerle tek taraflı bir bilgi alışverişi yürütür. Geleneksel medyada kullanıcılar sadece dinleyici, izleyici veya okuyucu konumundadır.
- Sosyal medyada: proaktif bir iletişim söz konusudur. Kullanıcılar sosyal medyada yayınlanan bilgileri takip etmekle kalmayıp aynı zamanda kendileri de yayıncı konumuna geçebilirler.
- Sosyal Medya ile hiçbir maliyet olmaksızın küçük veya geniş kitlelere ulaşılabilirken geleneksel medya ile küçük de olsa büyük de olsa kitlelere ulaşmak oldukça maliyetlidir.

Sosyal Medyanın Avantajları

Sosyal medya hızlı ve günceldir

Resmi bir duyurunun çevrimiçi yayımlanması veya firmanın yapılan bir şikayete tepki vermesi haftalarca sürebilmektedir. Twitter, facebook gibi sosyal medya kanalları ise dakikalar içerisinde tepki verebilmektedir. Tüm dünyayı bir olay veya durumdan haberdar etmek, sosyal medya için mesaj kutusunu doldurmak ve gönder tuşuna basmak kadar kolay olabilmektedir. Geleneksel medyanın içerik yayıncıları belirli kurum ve kişilerden oluşmaktadır. Sosyal medyada ise her kullanıcı aynı zamanda içerik yayıncısı yani paylaşımcısıdır. Kullanıcılar kendilerine ait içerikleri anında yayınlatabilmekte, tüm dünya ile aynı anda paylaşabilmektedir.

Sosyal medya ucuzdur

Geleneksel medyada milyon dolarları bulan yatırım bedelleri sosyal medyada yerini küçük rakamlara bırakabilmektedir. Facebook, Twitter ve benzeri ağlarda hesap oluşturmanın hiçbir maliyeti yoktur. Bir sosyal medya stratejisine sahip olan ve çalışanlarını bununla güdeleyen bir firmanın maliyeti sadece zaman olacaktır.

Sosyal medya güvenilirirdir

Ünlü bir Alman firma yöneticisinin dediği gibi: "Bir insana, bir firmadan daha fazla güveniriz." işte sosyal medya da bu cümlede anlatılmak istenenle paralel bir yapıya sahiptir. Zira sosyal medya alanında halkla ilişkiler bölümü web günlüğü yazmaz, anlaşılması ve okunması bir o kadar uzun süren basın açıklamaları yayımlanmaz; burada insanlar konuşmaktadır. CEO veya stajyer olsun, burada herkes kendini ve dolayısıyla firmayı da sempatik hale getiren kişisel bakış açısını dile getirmektedir. Böylece tüketici ile güvenilirliği baz alan yakın ve uzun vadeli bir bağ oluşturulmuş olmaktadır.

Sosyal medya iletişimi kolaylaştırır

Kullanım alanları çeşitlidir: Sosyal medyayı müşterilerle iletişime geçmek için kullanabilmektedir. Böylece müşterilerin uyarıları ve eleştirileri direkt işleme konulabilmekte ve bu sayede iyileştirilmiş bir ürün veya hizmet ortaya çıkarılabilmektedir. Sosyal medyayı elbette firma içi iletişim için de kullanılabilir. Kapalı bir Twitter veya Facebook grubu tüm çalışanların direkt şef tarafından bilgilendirileceği biçimde yapılandırılabilir. Bu tarz bir yapılandırmada dışarıdan kimse yazılanları okuyamamaktadır.

Siyasilerin sosyal medyadaki takipçileri

Abdullah Gül	2.770.577	1. BARACK OBAMA
Recep Tayyip Erdoğan	2.17B 059	ABD başkanı 25 milyon Takipçi
Kemal Kılıçdaroğlu	1.061.902	2. Hugo Chavez
T,C. Cumhurbaşkanlığı	719.722	Venezüella Lideri 3.3 Milyon Takipçi
Ahmet Davutoğlu	523.582	3. Abdullah Gül Takipçi
Egemen Bağış	521 763	Türkiye Cumhurbaşkanı 2.6 Milyon Takipçi
Devlet Bahçeli	440.442	4. Kral Abdullah
Bülent Arınç	360 394	Ürdün Kralı 2.5 Milyon Takipçi
Dışişleri Bakanlığı	199.540	5.Dmitry Medvedev
Muharrem İnce	197.346	Rusya Başbakanı 2,1 Milyon Takipçi

OECD Raporlarına göre

OECD ülkeleri arasında Twitter kullanımı günden güne yaygınlaşmaktadır. 34 OECD ülkesinden 22'sinin hükümetlerini temsil eden (Başkanlık / Başbakanlık makamlarını) Twitter hesapları bulunmakta ve bu hesaplar aktif olarak kullanılmaktadır. Bazı hükümetler Twitter'da haftada en az 70 ileti yayınlamaktadır.

Hükümetlerin Twitter'daki popülariteleri de gittikçe artmaktadır. Örneğin, "Whitehouse" adlı Twitter hesabı aracılığıyla ABD Hükümeti'nin 3 milyondan fazla takipçisi bulunmaktadır.

- Birleşik Krallık Hükümeti'nin takipçilerinin sayısı (2 milyondan fazla) toplam nüfusunun %3,5'ine ulaşmış durumdadır.
- Meksika Hükümeti de haftalık 67 ile 77 arasında ileti yayımlayarak Twitter'daki en aktif kullanıcılardan biri haline gelmiştir
- Hükümetlerin Twitter'daki popülaritelerinin değerlendirilmesinde takipçi sayılarının ülke nüfuslarına oranı da göz önünde bulundurulmaktadır. %3,5'lik oranla üst sırada yer alan Birleşik Krallık Hükümetini, %2'lik oranla Şili Hükümeti izlemektedir. Bu iki ülkeyi sırasıyla Norveç, ABD, Hollanda, İsrail, Meksika, İspanya, Rusya, Yunanistan ve Japonya'nın merkezi yönetim idareleri takip etmektedir.
- Raporda Türkiye hesabının Hindistan, İspanya, Fransa, Hollanda ve Brezilya ile benzer şekilde 100.000'den fazla takipçiye sahip olduğu belirtilmektedir
- Sosyal medya bireye sunduğu bazı avantajlar var. Bunlar; ifade özgürlüğü ve bireyi toplumun merkezinde gibi hissettirmesidir.

Cihan Çıldan, Mustafa Ertemiz, H. Kaan Tumuçin, Evren Küçük, Duygu Albayrak

1 Bilkent Üniversitesi, Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri Bölümü, Ankara

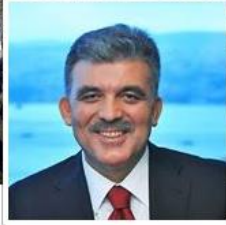
Bilgisayar ve İnternet kullanımı (TÜİK)

- Türkiye genelinde hanelerin %49,1'i evden İnternete erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2012 yılının aynı ayında %47,2 idi.
- 2013 yılı ilk üç ayında (Ocak-Mart 2013) 16-74 yaş grubundaki tüm bireylerin %39,5'i İnterneti düzenli olarak (hemen her gün veya haftada en az bir defa) kullanmıştır. Aynı dönem ve yaş grubunda İnternet kullanan bireylerin arasında düzenli İnternet kullanım oranı ise %91,6 olup, bu oran kentsel yerlerde %92,6 kırsal yerlerde %86,7 ve İBBS Düzey-1'e göre TR1-İstanbul bölgesinde %96,1'dir.
- 16-74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar kullanım oranı %49,9 (2012: 48,7) İnternet kullanım oranları %48,9 (2012 47,4).
- Bilgisayar ve İnternet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %60,2 ve %59,3 iken, kadınlarda %39,8 ve %38,7'dir.
- Bilgisayar ve İnternet kullanımı kentsel yerlerde %59 ve %58, kırsal yerlerde ise %29,5 ve %28,6'dır. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) Düzey-1'e göre bilgisayar ve İnternet kullanımının en yüksek olduğu bölge %62,1 ve %61,4 ile TR1-İstanbul bölgesidir. Bunu %59,8 bilgisayar ve %58,5 İnternet kullanım oranı ile TR5-Batı Anadolu bölgesi takip etmektedir.

İnternet kullanan bireylerin %41,3'ü kamu kurum/kuruluşları ile iletişimde İnternet kullandı

- 2012 yılı Nisan ile 2013 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde İnternet kullanan bireylerin kişisel amaçla kamu kurum/kuruluşları ile iletişimde İnternet kullanma oranı %41,3'tür. Bu oran önceki yılın aynı döneminde (2011 Nisan-2012 Mart) %45,1 idi. Kullanım amaçları arasında kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme %37,5 ile ilk sırayı almaktadır.

Ekler: kurumların sosyal medya hesapları



Abdullah Gül ✓
Politikacı

Beğen Takip Et Paylaş

Zaman Tüneli Hakkında Fotoğraflar Videolar Daha fazla ▾

KİŞİLER

2,4M beğenme

Abdullah Gül
Dün

Cumhurbaşkanı Gül, Tekirdağ ve Kırklareli'ni Ziyaret Etti (13 fotoğraf)



Ana Sayfa | Abdullah Gül | Hayrünissa Gül | Ziyaretler | Faaliyetler | Konuşmalar | Cumhurbaşkanlığı | Bilgi Edinme | İletişim

English

Ara

21 Haziran
2014 Cumartesi

İstanbul

11:00 Almanya Federal Cumhuriyeti Dışişleri
Bakanı Frank-Walter Steinmeier
(Tarabya Köşkü)

Program Arşivi

Cumhurbaşkanımı takip edin:



Türkiye'nin Batıya Açılan Kapıları: Tekirdağ-Kırklareli



Cumhurbaşkanı Gül, Tekirdağ ve Kırklareli'ne iki günlük bir ziyaret gerçekleştirdi. İlk durağı olan Tekirdağ'da halka hitap eden Cumhurbaşkanı Gül, Tekirdağ'ın, vatan şairi Namık Kemal'in doğduğu, tarımın ve sanayinin çok geliştiği il olduğunu aktardı. Ziyaretinin ikinci gününde Kırklareli'ne geçen ve şehrin ileri gelenleriyle öğle yemeğinde buluşan Cumhurbaşkanı Gül, ardından, 5. Kolordu İstihkâm Alay Komutanlığı'nda Sancak Tevdi Töreni'ne katıldı. Cumhurbaşkanı Gül, Tekirdağ ve Kırklareli gezisi ile 81'inci ziyaret eden ilk Cumhurbaşkanı oldu.

Bakanlık Açıklamaları



No: 202, 20 Haziran 2014, Türkiye ile UNDP Arasında Bölgede Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek için İmzalanan Anlaşma Hk.

No: 201, 18 Haziran 2014, Türkiye-Almanya Stratejik Diyalog Mekanizması İkinci Toplantısı Hk.

SC-16, 18 Haziran 2014, Dışişleri Bakanlığı Sözcüsünün El-Nusra Cephesinin BM 1267 Yaptırımlar Listesinde Listelenmesi ve Terörizmin Finansmanının Önlenmesi Yasası Çerçevesinde Mevzuatımıza Aktarılması Sürecine İlişkin Bir Soruya Cevabı

No: 200, 18 Haziran 2014, Sayın Bakanımızın İslam İşbirliği Teşkilatı 41. Dışişleri Bakanları Konseyi Toplantısına Katılımı Hk.

No: 199, 17 Haziran 2014, Kenya'da Meydana Gelen Saldırıları Hk.

Diğer Bakanlık Açıklamaları...

Güncel Gelişmeler



IRAK KRİZ MASASI BASIN AÇIKLAMASI (11), 21 Haziran 2014

“ Hattı diplomasi yoktur, sathı diplomasi vardır, o sath bütin dünyadır. ”



Dışişleri Bakanı
Ahmet Davutoğlu



@Ahmet_Davutoglu



Bakanlığı Takip Edin: @TC_Disisleri



Türkiye-Almanya Stratejik Diyalog Mekanizması'nın 2. toplantısı İstanbul'da gerçekleştirildi <http://t.co/JlB7Aq6yON> <http://t.co/R8qOo5dg2R>

21.06 00:02

#DIBDavutoglu ve Almanya DİB Steinmeier Stratejik Diyalog Mekanizması 2.toplantısı için İstanbul'da biraraya geldiler <http://t.co/qNNtvPvlqi>

20.06 19:02



TWEETLER 410 FOTOĞRAFLAR/VIDEOLAR 6 TAKIP EDİLİYOR 7 TAKİPÇİLERİ 9.409 Daha fazla v

Takip et

TOBB

@tobbiletisim

5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu ile yasal zemini belirlenmiş olan TOBB, 1,5 milyon işletmenin tek temsilcisidir.

Ankara

tobb.org.tr

Ocak 2011 tarihinde katıldı

6 Fotoğraf ve videolar



Tweetler Tweetler ve yanıtlar

TOBB tarafından Retweetlendi

Rifat Hisarcıkloğlu @RHisarcikloglu · 24 sa.
Bülent abimize Allah'tan rahmet, ailesine, yakınlarına ve tüm iş dünyasına başsağlığı diliyorum.

14 14

TOBB tarafından Retweetlendi

Rifat Hisarcıkloğlu @RHisarcikloglu · 24 sa.
Değerli çalışma arkadaşım ve dostum, TOBB YK eski Bşk Yard ve Manisa Ticaret ve Sanayi Odamızın YK Bşk Bülent Koşmaz'ın vefatı hepimizi üzdü

16 12

TOBB @tobbiletisim · 20 Haz

TOBB güncellemelerinden hiçbirini kaçıрма

Ad ve soyadı

E-posta

Şifre

Twitter'a kaydol

Dünya Gündemi · Değiştir

#TVKFinalBlinds

#HBD_JOKOWIsahabatrakvat

M.Rifat Hisarcıkloğlu

Tansu

Ana Sayfa 11

Arkadaşlarını Bul



M.Rifat Hisarcıkloğlu

4.350 kişi beğendi · 185 kişi hakkında konuşuyor

Beğen

Takip Et

Mesaj

⌵

Tanınmış Kişi

Hakkında – Bir Düzenleme Öner



Fotoğraflar



Beğenenler



Videolar

Öne Çıkanlar v



M. Rifat Hisarcıkloğlu

19 Haziran

Arkadaşlarını Bu Sayfayı Beğenmeye Davet Et

Tümünü Gör

Bir arkadaşının adını yaz...

Davet Et

DEVLET KURUMLARI SOSYAL MEDYADA OLMALI MI?

Faik Tunay CHP İstanbul Milletvekili

“Evet, kamu kurumları mutlaka sosyal medyada yer almalı.”

Her şeyden önce, sosyal medya katılımcılık ve şeffaflık demektir.

Kamu kurum ve kuruluşları, gerek siyasi, gerekse bürokratik organlar bundan sonuna kadar faydalanabilir.

Önemli konularda kullanıcılardan alınacak yorumların haricinde, sadece gündeme dair konularda gelecek mesaj ve çağrılar dahi, birçok kuruma yol gösterecektir. Önemli olan bu verileri objektif bir gözle okumak ve yorumlamak...

Kurumlar, Twitter ve Facebook hesaplarından basın bültenlerini ve önemli haberleri, yeni hizmetlerini duyurabilir.

Vatandaşlara çağrıda bulunabilir, çeşitli nedenlerle doğacak kesintiler hakkında önceden bilgi verebilir, uyarabilir.

Gelen şikâyetleri, kurumun bilgi edinme sayfasına linkle yönlendirerek süreci hızlandırabilir. Sık sorulan sorulara, sosyal medya araçları ile cevap verebilir.

Özellikle iyi hazırlanmış, yaratıcı ve kısa videolar ile Youtube benzeri kanallardan, kuruma ve hizmetlerine yönelik tanıtımlar başarıyla yapılabilir.

Basında çıkan ya da sosyal medya üzerinden yayılan haberler hakkında, bizzat kurumun en üst yetkilisi, hızlı ve etkili bir biçimde cevabi açıklama yapabilir, kamuoyunu bilgilendirebilir.

Sadece sosyal medya araçlarındaki iletilerin takibi bile bir çok kurum için vizyonel değişikliklere kapı açabilir. Üstelik bu iletilerin, doğrudan kuruma yönlendirilmiş olmasına, kuruma hitaben yazılmasına bile gerek yok...

Kısacası, herhangi bir bürokrat için sosyal medya araçları doğru kullanıldığında tüm ülkeye örnek olacak adımların yol göstericisi olabilir.

Didim’de Sosyal Medya Hesabı Olan Kurumlar

Didim Kaymakamlığı

Didim Belediyesi

Didim Belediyesi Huzurevi

Didim Özgürses Gazetesi

Didim’in Aynası Gazetesi

Didim Engelliler Derneği

Eğitim-Sen Sendikası

Didim Turizm Derneği

Didim Manşet Gazetesi