



2026

GÖRÜŞLERİN ALINMASI & HEP BİRLİKTE KATILIM

Yerel Yönetimler İçin
Toplumsal Katılım
I

STRATEJİ GELİŞTİRME MÜDÜRLÜĞÜ





İçindekiler

1. GİRİŞ	5
2. YÖNETİCİ ÖZETİ.....	6
3. GÖRÜŞLERİN ALINMASI VE HEP BİRLİKTE KATILIM	17
3.1. Küme A: Derinlemesine Diyalog ve Müzakere	17
3.1.1. Dünya Kafesi / Bilim Kafesi / Sohbet Kafeleri / Kahve Buluşmaları-Sohbetleri	17
3.1.2. Akvaryum / Samoan Halkası.....	28
3.1.3. Yurttaşlar Meclisi / Dağıtılmış Diyalog	34
3.1.4. Açık Alan Teknolojisi (OST)	39
3.1.5. Müzakereci Vatandaş Buluşması (DEMOCS)	43
3.1.6. Diyalog / Yurttaş Diyaloğu	46
3.2. Küme B: Bilgi Yayma ve Şeffaflık (Enformasyon)	51
3.2.1. Yazılı İstişareler / Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler	51
3.2.2. Reklamlar / Tanıtım İlanı ve Afişi / Bilgi Grafiği	56
3.2.3. Basın Toplantıları / Basın Bildirileri / Gazete Ekleri / Gazeteciler	63
3.2.4. Bilgi Hattı / Bilgi Kioskları / Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri / Merkezi Bilgi İletişim ..	72
3.2.5. Bilgilendirmeler / Sunum Araçları	81
3.3. Küme C: Yapılandırılmış Veri Toplama ve Araştırma	86
3.3.1. Anketler ve Araştırmalar / İnternet Anketleri / Yüz Yüze Anketler / Kamuoyu Yoklaması / STK İhtiyaç Anketi / Telefonla Katılım / Cevap Formları ve Kartları.....	86
3.3.2. Mülakatlar-Görüşmeler / Bire Bir Görüşme / Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler / Röportajlar.....	105
3.3.3. Odak Grup Çalışmaları.....	114
3.3.4. Müzakereci Yoklama / Vatandaş Pusulası	117
3.3.5. Delphi Yöntemi ve Anketi / Grup Delphi	122
3.4. Küme D: Dijital Katılım ve Uzaktan İletişim.....	127
3.4.1. Elektronik Demokrasi / Elektronik Panel / Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forumlar / Web Üzerinden Toplantılar.....	127
3.4.2. Bloglar / Sosyal Medya / Web Siteleri / Wiki.....	136
3.4.3. e-Dilekçeler	145
3.4.4. Televizyon ve Etkileşimli TV (Television and Interactive TV)	148
3.5. Küme E: Görsel, Sanatsal ve Yaratıcı Görüş Toplama	151
3.5.1. Fotoğraf Çekmek / Fotoğraf Safarisi / Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Foto-Ses)	151
3.5.2. Fotoğraf Hikâyesi / Katılımcı Film	158
3.5.3. Forum Tiyatrosu/Sahnesi / Bilim Tiyatrosu.	163
3.5.4. Bilim Haftası	168

3.6. Küme F: Kamusal Forumlar ve Aktif Katılım	171
3.6.1. Açık Oturumlar / Halk Toplantıları / Halka Açık Çalıştaylar / Vatandaşların Duruşması / Yerel Meseleler Forumu / Saha-Alan Toplantıları / Bilgilendirme Toplantıları	171
3.6.2. Vatandaş Zirvesi & 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları	187
3.6.3. Açık Evler / Halk Fuarları	190
3.6.4. Vatandaş Jürisi	195
3.7. Küme G: Katılımcı Gözlem ve Teknik Geri Bildirim	198
3.7.1. Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Participatory GIS-PGIS) / Turlar	198
3.7.2. Vatandaş Bilimi / Katılımcı Algılama / Halk Değerlendirmesi, Katılımcı Tahmini-Değerlendirmesi (Participatory Appraisal).....	203
3.7.3. Danışma Komiteleri ve Kurulları / Mevcut Gruplarla Toplantılar / Vatandaş Danışma Grupları / Paneller / Uzman Paneli / Vatandaş Panelleri.....	212
3.8. Küme H: Diğer İletişim ve Destek Araçları	225
3.8.1. Hızlı Toplantı / Örümcek Toplantısı / Çoklu Bakış Açıları.	225
3.8.2. Belgeleme ve Özetleme / Geri Bildirim Oturumu	232
3.8.3. Mektup veya Kartpostal (Letter or Postcard)	237
3.8.4. İlham Verici Araçlar: Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar / Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools).....	240
4. DİJİTAL UYGULAMA ARAÇ VE KANALLARI	245
5. KAYNAKÇA	254

1. GİRİŞ

Kamu yönetimi açısından yerel yönetimler, vatandaşa en yakın ve vatandaş odaklı birimlerdir; bölgesel düzeyde iyi bir planlama ve yönetme fonksiyonu ile etkin ve etkili hizmet sunması (yerelleşme) bir zaruret olarak öne çıkmaktadır. Paydaşlarla birlikte yerel düzeyde ekonomik yönden gelişimi, kalkınmayı, eğitim plan ve çalışmalarını desteklemeleri, bölgeler arası iş birliklerinde öncü ve yardımcı olmaları beklenmektedir.

Yerel yönetim ve vatandaş ilişkisi, etkileşimin en çok ve hassas olduğu, katılım ve iş birliğinin kritik değer olarak merkeze yerleştiği bir yapıyı ortaya koymaktadır. Vatandaş memnuniyetine önem veren bir anlayış ve sistem ile halkın istek ve ihtiyaçlarını gerçekleştiren yerel yönetimler, yerelde yönetim anlayışı ile demokratik yönetime dair anlayış ve uygulamaların yerelden genele yayılmasını sağlayan reformist bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda yerel düzeyde sağlanan iyi bir yönetim modeli, toplumsal düzeyde memnuniyete ve merkezi yönetimin yönetsel sürecine de olumlu katkı verebilecektir.

Çalışma kapsamında Marmara Belediyeler Birliği tarafından düzenlenen katılımcılık eğitimlerinden yararlanılmış, internet kaynakları taranarak yöntem isimleri ve kaynak verilere ulaşılmış; düzenleme ve tasnifleme için kişisel derleme ve kontrollerin yanı sıra yapay zekâ free versiyonlarından (Chatgpt, Gemini vb.) defaatle destek alınmıştır.

Bu rapor kapsamında yerel yönetimler (belediyeler özelinde) için paydaşlar ortaklığında aktif bir yönetime katkı verecek katılım yöntemleri ele alınmıştır. Çalışmada katılım yöntemleri, düzeylerine ve konularına göre ayrılarak tasnifleme yapılmıştır. (Katılımın bilgilendirme; istişare; diyalog/dahil etme; ortaklık/birlikte iş yürütme düzeyleri bulunmaktadır.)

Yöntemlerin filtreleme kategorileri;

- Görüşlerin Alınması ve Hep Birlikte Katılım (Bilgi toplama, diyalog, saha araştırması)
- Karar Verme ve Strateji Geliştirme (Önceliklendirme, planlama, analiz)
- Yaratıcı Düşünce ve Tasarım Odaklı Düşünce / Yaratıcılık ve Zihin (İnovasyon, zihinsel modeller, prototipleme), şeklinde kurgulanmıştır.

Mevcut rapor, “Görüşlerin Alınması ve Hep Birlikte Katılım” kategorisindeki yöntemleri içermektedir.

Bu gruptaki yöntemler uygulanabilirlik, kabul görme ve kapsayıcılık yönlerinden değerlendirildiğinde, “*Dünya Kafesi, Odak Grup Çalışmaları, Mülakatlar, Açık Alan Teknolojisi (OST), Katılımcı Haritalama (PGIS), Yüz Yüze ve İnternet Anketleri, Saha/Alan Toplantıları, Sosyal Medya, Bilgilendirme Toplantıları, Yurttaşlar Meclisi ve Kent Konseyleri Yapılanması, Akvaryum, Bire Bir Görüşme, Photovoice, Müzakereci Yoklama, Danışma Komiteleri ve Kurulları, Democs, Açık Evler, Geri Bildirim Oturumu, Diyalog, Delphi Yöntemi ve Anketi, Forum Tiyatrosu/Sahnesi*” gibi uygulamalar öne çıkmaktadır.

Raporda yer alan yöntemler, birbirinin aynı, benzer ve ikame varyasyonlar ya da tamamen ayrı niş yöntemler olarak ele alınmaktadır. Bazı yöntemler, temelde aynı olmakla birlikte uygulama yapılan ülke, yer ya da topluluğa göre farklı isimler almakta ve uygulama adımlarında farklılaşmalar görülmektedir. Bu sebeple aralarında benzerlik olduğu belirtilen yöntemlerin bazıları, farklı uygulama örneği oluşturmaları nedeniyle raporda ayrı olarak yer almıştır.

2. YÖNETİCİ ÖZETİ

Katılım süreci, demokratik bir yönetim anlayışıyla ortaya çıkan; vatandaş odaklı ve etkin hizmet anlayışına dayanan, paydaş ve uygulayıcıları güçlendiren bir yapı sunmakta; aynı zamanda net plan ve yöntemler içeren, kapsayıcı bir saha pratiğine dönüşmektedir. Katılımı artırmak için geliştirilen çeşitlilikler sayesinde hem akademik araştırmalar hem de yerel politika üretiminde daha kapsayıcı ve yenilikçi çözümler sağlanabilmektedir.

YEREL YÖNETİMLERDE KATILIMCI SÜREÇ TASARIMI

Yerel yönetimler; belirli bir coğrafi sınır içindeki halkın ortak ve yerel ihtiyaçlarını karşılayan, genel karar organları vatandaşlar tarafından seçilen ve anayasal güvenceye sahip kamu tüzel kişileri, mahalli idarelerdir. Yerelde hizmet üretmek ve sürdürmekle görevli bu yapıların idari ve mali özerkliği, Anayasa ile güvence altına alınmıştır.

Türkiye’de idari yapılarına göre yerel yönetimler temelde üç gruba ayrılır; “Belediyeler, İl Özel İdareleri, Köyler.”

Köyler: Kırsal alan yerel yönetimini oluşturan en eski ve küçük yapılardandır. Kısıtlı mali kaynak ve bütçeye sahiptir, ancak köyü temsil eden muhtar ve yönetim kurulu doğrudan seçmenler tarafından seçildiğinden, demokratik açıdan oldukça önemlidir.

İl Özel İdareleri: Belediye sınırlarının dışında kalan alanlarda, il halkının mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan yapılardır. İllerde eğitim, sağlık, spor gibi alanlarda fiziki altyapıyı meydana getirmek ve kırsal alanda yerleşim yerleri, tarımsal üretim altyapısını oluşturmak gibi görevleri vardır.

Belediyeler: İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi imar planlama ve kentsel alt yapı; çevre, temizlik, atık yönetimi, park ve yeşil alanlar gibi çevre ve temizlik hizmetleri; zabıta, itfaiye ve acil yardım gibi denetim ve güvenlik hizmetleri; kültür, sanat, turizm, gençlik ve spor gibi sosyal ve kültürel faaliyetler alanlarında hizmet veren sorumlu birimlerdir. Türkiye Cumhuriyeti yönetim sisteminde belediyeler, kapsamı itibariyle, yerel yönetim sisteminin ana unsuru olarak kabul edilmektedir.

Yerel yönetimler, politika geliştirme, stratejik plan ve proje uygulamalarının hayata geçirilmesi gibi konularda yerel düzeyde yükümlü aktif kurumlardır. Vatandaş odaklı bu yapılar, etkin bir hizmet anlayış ve gelişimini sağlayabilmek için paydaşların da söz sahibi olduğu metotlar aracılığıyla ilerlemek durumundadır. Demokratik yerel yönetim anlayışı, kararların yalnızca resmi kapılar ardında değil, tüm paydaşların sürecin doğal parçası olduğu açık bir ekosisteme dayanır. Bu süreç aynı zamanda net plan ve yöntemler içeren, kapsayıcı bir saha pratiğine dönüşmektedir.

Yerel Yönetim Katılım Alanları

- Stratejik Plan, Yıllık Performans Programı,
- Alan yönetimi,
- Şehir planları, imar planları ve diğer tematik master planlar,
- Proje/hizmet,
- Tematik danışma, politika geliştirme,
- Kent Konseyi,
- Mahalle yönetimi,

- Çatışma önleme ve çözüm.

Katılım Sürecinin Planlanması

Bir katılım sürecinin başarılı olması; katılımın amacı (*Kuruluş neden katılım sürecini işletiyor?*), katılımın kapsamı (*Katılım sürecinde hangi konulara odaklanılacak?*) ve paydaşlar (*Hangi paydaşlar katılım sürecinde yer alacak?*) konularının doğru tespitine bağlıdır.

1. Katılım amacı,
2. Katılım kapsamı/bağlamı,
3. Paydaşların net olarak belirlenmesi,
4. Katılım düzeyi ve kullanılacak yöntemler (*Etkileşimli mi? Danışma düzeyinde mi?*),
5. Katılım faaliyet planı,
6. Raporlaştırma.

Katılımın Amacı: Mevzuatta tanımlanmış yasal gerekliliklere uygun, kurumun genel vizyonu ve stratejileri ile ilişkili ve tüm taraflar için anlamlı olmalıdır; devam etmekte olan faaliyetlerle ilgili paydaş görüşlerinin öğrenilmesi, hizmetlerin iyileştirilmesi, paydaş ilişkilerinin geliştirilmesi, yeni bir proje/uygulamanın tasarlanması gibi.

Katılım Bağlamı: Katılım uygulamasının gerçekleştiği yerel, politik, yasal, sosyal, kültürel ve kurumsal çerçeveye ilgilidir. Ayrıca değişimler, farklı bölgelerdeki uygulamalar hakkında bilgi edinilmelidir.

Katılım Kapsamı: Süreçte ele alınacak konuyla ilgilidir. Konu, katılımı gerektiren nitelikte ve tüm taraflar için önemli olmalıdır. Kurum karar ve faaliyetlerinin geliştirilmesi için paydaş katkısının gerekli olduğu veya katılımcı sürecin bir etki yaratacağı durumlarda tercih edilir.

Paydaşların Belirlenmesi: Süreci doğru şekilde etkileyecek paydaşların tespit edilmesiyle ilgilidir. Katılımcılar arasındaki çatışmalar, özel durum ve ihtiyaçlar, katılımcıların toplumsal kesiti yeterince temsil etmesi, katılımcı sayısı gibi faktörlere dikkat edilir. Katılacak kişilerden uygulama öncesi teyit alınmalıdır.

Katılım Düzeyi ve Kullanılacak Yöntemler: Katılım düzeyi, katılımcıların ne kadar etkili olacağı üzerinedir (*Katılımcılar sadece görüş mü bildirecek? / Katılımcı görüşleriyle birlikte ortaya çıkan veriler, sonuçları gerçekten şekillendirecek mi?*). Katılımın “Bilgilendirme (*Tek yönlü bilgi aktarımı*), İstişare (*İki yönlü iletişim*), Diyalog/Dahil etme (*Çoklu iletişim ve dahil etme*), Ortaklık/Birlikte iş yürütme (*Etkileşimli iletişim ve birlikte üretim*)” düzeylerinden hangisiyle ilgili olduğu; kurum kaynak ve koşulları, paydaşların katılım istekleri ve katılımcı profili gibi yöntem seçimine ilişkin verilerle ilgilidir. İzlenecek yöntem verinin kalite ve analizi üzerinde etkilidir, ayrıca etik uygunluk sorgulaması için de gereklidir.

- Bilgi Alma (*Katılımcı; Bilgilendirilir, Sunumu dinler, Soruları cevaplar. Düzenleyici; Konuyu anlatır, Önceden belirlenen çerçevede veri toplar. Çıktı; Görüş listesi, Tanımlayıcı analiz.*)
- Görüş Alma (*Katılımcı; Kendi deneyim ve fikrini paylaşır, başkalarının görüşüyle ilişkisi sınırlıdır. Düzenleyici; Soruları belirler, veriyi analiz edip sonuçları çerçeveler. Çıktı; Temalar, Alıntılar, Rapor için güçlü nitel veri.*)
- Birlikte Tartışma (*Katılımcı; Başkalarının görüşlerini duyar, Fikirlerini gözden geçirir, Gerekeçlendirir. Düzenleyici; Süreci kolaylaştırır, Tartışma kurallarını belirler, Sonuçları birlikte görünür kılar. Çıktı; Gerekeçli görüşler, Uzlaş / ayrışma noktaları.*)
- Birlikte Üretme (*Katılımcı; Çözüm üretir, Öncelik belirler, Çıktının içeriğini doğrudan şekillendirir. Düzenleyici; Çerçeve sunar, Teknik destek sağlar, Katılımcının ürettiğini olduğu gibi belgeler. Çıktı; Katılımcı imzalı öneriler, Politika notu taslakları.*)

Katılım Faaliyet Planı: Tüm tespitlerden sonra katılımcı faaliyetin adım adım planlanmasıyla ilgilidir.

Raporlaştırma: Organizasyon süreci ve katılımcılık yönteminin uygulanması ile ortaya çıkan verinin sonuç uygulama ya da tavsiye rehber niteliğinde düzenlenerek paydaşlar ve karar vericiler ile paylaşılmasını içerir.

Katılımcı süreç tasarımı uygulama kalitesi için;

- Etik ve onamlar (Onam; Açık rıza, etik kurul onayları, anonimleştirme, fotoğraf izni vb.) önceden tamamlanmalıdır.
- Atölye kurgusu (Yaş grupları, hibrit ya da odaklı gruplar, yapılacak uygulamanın şekline bağlı olarak atölye/masa düzenleri ve malzeme seçimi; Her masaya niteliğine göre bir isim ya da kod yazılması; her katılımcı için anonim bir ID verilmesi.) belirlenmelidir.
- Katılımcıların eşit söz hakkı korunmalı, dominant katılımcılar dengelenmelidir.
- Çoklu ifade biçimleri ve erişilebilirlik (Sözlü, yazılı, görsel, mekânsal, zamansal) desteklenmelidir.
- Kademeli derinleşme (Görüş → Neden → Çözüm → Öneri) sağlanmalıdır.
- Dokümanite edilebilirlik (Analize uygun veri üretimi, nitel ve nicel verilerin birlikte kullanımı ve raporlaştırma) konusuna dikkat edilmelidir.
- Geri besleme ve doğrulama (Geri bildirim verme; Sürdürülebilirlik için her projeye en az iki temas noktası olacak şekilde yıllık katılım planları, moderatör ve katılımcıların eğitimleri) adımları sağlanmalıdır.

Vatandaş katılım uygulamalarında, anketler, yüz yüze görüşme ve buluşmalar, odak grup çalışmaları, çalıştay gibi yöntemler ve uygulamalarda sıklıkla kullanılan masalar, renkli kağıtlar, tartışmalar gibi araçların etkin olduğu klasik yöntemlerin yanı sıra dijital platformlar, yaratıcı atölyeler, oyunlaştırma ve sokak etkinlikleri gibi çok çeşitli metotlar da kullanılabilir. Katılımcının görüş ve önerilerini ortaya çıkaran katılımcı yöntemlerde eşit katılım, yaratıcı düşünme, derinlemesine görüş alma ve ortak çözüm üretme odakta olmalıdır.

(Sözen, 2019); (Şarbak, 2017); (Güleç, Sivil Toplum Kuruluşlarının Karar Alma Mekanizmalarına Katılımı: Yerel Yönetimlerde Kaliteli ve Anlamlı Bir Katılım için Uygulama Rehberi, 2020); (Güleç, 2025); (Copilot, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

GÖRÜŞLERİN ALINMASI VE HEP BİRLİKTE KATILIM ÖZET BİLGİ

Bilgi toplama, bilgi yayma (enformasyon), halktan görüş toplama (danışma) araçlarını içeren diyalog ve saha araştırmasına yönelik yöntemlerdir. "Kolektif Zekâyı Toplama" motoru işlevine sahiptir.

Küme A: Derinlemesine Diyalog ve Müzakere

Karşılıklı konuşma, anlama, fikir geliştirme odaklı yöntemlerdir. Katılımcıların görüş bildirmesi ve birbirlerinin fikirleri üzerine ekleme yapabilmesi ortak noktalarıdır. Güven inşası ve karmaşık sorunlarda ortak bir anlayış geliştirmek için uygundur.

- **Dünya Kafesi (The World Cafe):** Rahat bir kafe ortamı olarak tasarlanan bir mekânda bulunan masalarda görüş biriktirme ve sonrasında masa değiştirerek yapılan döngüsel diyalog ve fikir harmanlama yöntemidir. Geniş kitlelerin görüşlerini toplamak ve demokratik katılım için kullanılır.
- **Bilim Kafesi (Science Café):** Bilim insanları ve halkın diyalog kurmasına dayanır. Bilginin yayılımı, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim alma sağlayan kafeterya yöntemlerindendir.
- **Sohbet Kafeleri (Conversation Cafes):** Kamusal alanlarda, eşit söz hakkına dayalı yapılandırılmış kafeterya sohbetlerdir. Bilgi yayma, dijital etkileşim ve topluluk diyalogu sağlar.
- **Kahve Buluşmaları / Sohbetleri:** Küçük gruplarla samimi ve resmi olmayan ortamlarda görüş alışverişi yapmayı sağlar. Bilgi toplama, toplumsal diyalog ve kamuoyu nabzını tutmaya yöneliktir.
- **Akvaryum / Balık Kasesi (Fishbowl):** Küçük bir grubun iç halkada tartıştığı, dış halkanın dinlediği dinamik, demokratik ve kontrollü bir diyalog modelidir. Katılımcı diyalogu ön plana çıkaran yöntem, genel olarak tek koltuk boş olma kuralıyla uygulanır, ancak bazen iç grup sabit de kalabilir.
- **Samoan Halkası (Samoan Circle):** Çok kalabalık gruplarda uygulanan, demokratik iç içe tartışma modelidir. İç halkadakiler konuştuktan sonra kalkarak yer açar ve yeni konuşmacılar istediği gibi halkaya dahil olur. Daha ziyade dinamik ve hiyerarşisiz gruplarda tercih edilir.
- **Yurttaşlar Meclisi (Citizens' Assembly):** Rastgele seçilen vatandaşların uzun süreli oturumlarla üst düzey kamu politikası üretmesini sağlayan mekanizmalardandır. Bilgi toplama ve katılım sağlar.
- **Dağıtılmış Diyalog (Distributed Dialogue):** Kentsel tartışmaları farklı zaman ve mekânlarda gerçekleştirerek mahallelere ve küçük odaklara yayan merkeziyetsiz bir katılım yöntemidir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu öne çıkarır.
- **Açık Alan Teknolojisi (Open Space Technology-OST):** Katılımcılar tarafından gündemin belirlendiği ve hiyerarşinin olmadığı bir yöntemdir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu öne çıkarır.
- **Müzakereci Vatandaş Buluşması (Deliberative Meeting of Citizens-DEMOCS):** Vatandaşların kart oyunları yardımıyla karmaşık konuları tartışıp görüş bildirdiği bir yöntemdir. Bilgi toplama ve derinlemesine mülakat süreçlerinin içinde yer alır.

- **Diyalog (Dialogue):** İkna etmekten ziyade anlamaya odaklanan derinlemesine iletişim sürecidir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkaran bir yöntemdir.
- **Yurttaş Diyalogu (Civic Dialogue):** Toplumun farklı kesimlerinin ortak meseleleri anlama sürecidir, bu amaçla yapılan geniş kapsamlı görüşmeleri içerir. Bilgi toplama ve doğrudan sivil katılım kanalıdır.

Küme B: Bilgi Yayma ve Şeffaflık (Enformasyon)

Tek yönlü ya da kontrollü şekilde çift yönlü bilgi aktarımı sağlayan araçlardır. Katılımdan ziyade bilgilendirmeye (enformasyon) hizmet ederek şeffaflık sağlar. Vatandaşa teknik detayları iletmek veya farkındalık oluşturmak için kullanılır.

- **Yazılı İstişareler (Written Consultations):** Kamuoyunun politika taslakları hakkında yazılı görüş bildirmesi ve bilgilendirilmesi sürecidir. Bilgi toplama ve doğrudan sivil katılım kanallarıdır.
- **Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler (Printed Information):** Karmaşık ve teknik bilgileri, teknik olmayan bir dile indirgeyerek geniş kitlelerin anlayabileceği formatlara dönüştürür. Bilgi yayma ve kitlelerin sürece dahil edilmesini sağlar. Materyalin doğru tasarlanması kritiktir.
- **Reklamlar (Advertisements / Creative Pitch):** Uygulamalarda duyuru ve katılımın teşvik edilmesi için kullanılan yaratıcı araçlardır. Bilgilendirme, diyalog ve geniş katılımı tartışma sağlar.
- **Tanıtım İlanı ve Afişi (Publicity Poster / Flyer):** Görünürlüğü artırmak için kullanılan temel davet materyalleridir. Bilgi yayma, toplumsal duyuru ve uzaktan katılım kanalları olarak nitelendirilir.
- **Bilgi Grafiği (Infographic):** Karmaşık verilerin herkesin anlayabileceği şekilde görselleştirilmesidir. Bilginin vatandaşa iletilmesi ve katılımın fiziksel/dijital araçlarla desteklenmesini temel alır.
- **Basın Toplantıları (Press Conferences):** Kamuoyuna yönelik doğrudan açıklama sağlayan interaktif yöntemdir. Bilginin yayılmasını ve kitlelerin sürece dahil edilmesini sağlar.
- **Basın Bildirileri (Press Releases):** Medya aracılığıyla vatandaşa duyuru yapmayı sağlar. Veri paylaşma, bilgi yayma ve kitleleri sürece dahil etmeye yöneliktir.
- **Gazete Ekleri (Newspaper Inserts / Supplements):** Yerel/ulusal basın aracılığıyla geniş kitlelere detaylı bilgi sunmayı sağlar. Bilgi yayma, veri toplama ve toplumun sesini duyurmaya uygundur.
- **Gazeteciler (Journalists):** Bilginin doğrulanması ve yayılması sürecinde medya profesyonelleriyle yapılan iş birliğiyle ilgilidir. Yöntem olarak gazeteciliğin amatör bir uygulamasıdır. Habercilik disipliniyle analiz ve vizyon gelişimine destek verir.
- **Bilgi Hattı (Information Hotlines):** Vatandaşların doğrudan soru sorup bilgi alabileceği telefon hatlarıdır. Bu yöntemde bilgi vatandaşa ulaştırılır ve katılım desteklenir. "Bilgi Hattı (Knowledge Line)" yöntemi, katılımcıların fiziksel olarak dizildiği bir etkinlik; "Bilgi Hattı (Information Hotlines)" ise vatandaşların bilgiye erişimini sağlayan bir kurumsal iletişim ve katılım kanalıdır.

- **Bilgi Kioskları (Information Kiosks):** Kamusal alanlardaki interaktif bilgi noktalarıdır. Bilginin halka ulaştırılması ve katılımın fiziksel/dijital araçlarla desteklenerek zamansız olmasına yöneliktir.
- **Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri (Information Centers and Field Offices):** Mahalle düzeyinde fiziksel temsil ve görüş toplama noktalarıdır. Bilginin vatandaşa iletilmesi ve katılımın desteklenmesi üzerinedir.
- **Merkezi Bilgi İletişim (Centralized Information Communication):** Bilginin tek bir merkezden (belediye, proje ofisi gibi) tüm paydaşlara eş zamanlı dağıtılmasına yöneliktir. Bilgi toplama, toplumsal diyalog ve mevcut yapılarla iletişim kurmayı sağlar.
- **Bilgilendirmeler (Briefings):** Bir konuya dair kısa, öz ve odaklı bilgi aktarımlarını içerir. Bilgi yayılımı, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim alma yöntemlerindendir.
- **Sunum Araçları (Presentation Tools):** Bilginin görsel ve işitsel olarak kitlelere aktarılmasını sağlayan materyallerdir. Bilgi yayma, dijital etkileşim ve topluluk diyalogları olarak bilinir. PowerPoint, Miro gibi çeşitli araçların desteğiyle hazırlanır.

Küme C: Yapılandırılmış Veri Toplama ve Araştırma

Halkın ve paydaşların eğilimleri, talepleri ve mevcut durum verileri (anlamlı, kıyaslanabilir ve raporlanabilir) için metodolojik ve istatistiksel bilgi toplama araçlarıdır. Genel olarak aynı metodolojik kökten gelir; ancak örneklem büyüklüğü, derinlik ve uygulama mecraları farklıdır.

- **Anketler ve Araştırmalar (Polls, Questionnaires & Surveys):** İstatistiksel veri toplama araçlarıdır. Geniş kitlelerden bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkaran üst bir kavramdır.
- **İnternet Anketleri (Online Surveys):** Dijital ortamlar aracılığıyla geniş kitlelerden veri toplamayı sağlar. Bilgi toplama, toplumsal diyalog ve kamuoyu nabzını tutmaya yöneliktir.
- **Yüz Yüze Anketler:** Sahada, doğrudan temasla veri toplama yöntemidir. Bilgi toplama ve doğrudan sivil katılım kanalı olarak nitelendirilir.
- **Kamuoyu Yoklaması (Opinion Poll):** Belirli bir konuya ilişkin toplumun genel eğilimini ölçmek için kullanılır. Bilgi toplama, toplumsal diyalog ve kamuoyu nabzını tutma yöntemlerindendir.
- **STK / Sivil Toplum Kuruluşları Arasında İhtiyaç Anketi (Needs Survey Among CSOs):** Belirli bir sektör ya da grubun (STK) talebini toplamayı sağlar. Bilgi yayma, diyalog ve etkileşim sunar.
- **Telefonla Katılım (Telephone Surveys & Contacts):** İnternet erişimi olmayan veya doğrudan temas gerektiren gruplara ulaşmak için kullanılır. Bilgi yayma, duyuru ve uzaktan katılım kanalıdır.
- **Cevap Formları (Response Sheets) ve Cevap Kartları (Response Cards):** Yapılandırılmış geri bildirim toplamaya yöneliktir. Bilgi toplama ve katılım kanalları (dijital/fiziki) olarak değerlendirilir.
- **Mülakatlar-Görüşmeler (Interviews):** Derinlemesine görüş almak için gerçekleştirilen yapılandırılmış / yarı yapılandırılmış diyaloglardır. Bilgi toplama ve derinlemesine mülakat sağlar.

- **Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler (Semi-Structured Interviews):** Esnek bir soru setiyle katılımcılardan derinlemesine görüş almayı sağlar. Bilgi toplama ve doğrudan katılım kanallarındandır.
- **Bire Bir Görüşme (1-on-1 Interview):** Kişisel deneyim ve fikirlerin derinlemesine alınmasına yöneliktir. Bilgi yayılımı, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim alma yöntemlerindendir.
- **Röportajlar (Interviews/ Report):** Bireylerin / uzmanların görüşlerini kayıt altına alarak veri toplanmasıdır. Bilgilendirme, sahada diyalog kurma ve geniş katılımlı tartışma sağlar.
- **Odak Grup Çalışmaları (Focus Groups):** Belirli bir konuda derinlemesine görüş almak için kullanılan nitel araştırma yöntemidir. Grup dinamiğiyle bilgi toplama ve çok sesli diyalog sağlar.
- **Müzakereci Yoklama / Seçim (Deliberative Polling):** Bir konuya dair bilgilendirme öncesi ve sonrası görüş değişimlerini ölçmek için kullanılır. Bilgi toplama ve derinlemesine mülakat sağlar.
- **Vatandaş Pusulası (Citizen Compass):** Vatandaş değerlerini ölçerek politika yapıcılara yön vermeyi sağlayan bir platform işlevine sahiptir.
- **Delphi Yöntemi ve Anketi (The Delphi Method & Survey):** Uzmanlar arasında fikir birliği sağlamak için kullanılan çok aşamalı, anonim anket sürecidir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkarır.
- **Grup Delphi (Group Delphi):** Delphi yönteminin grup içinde, etkileşimli şekilde uygulanmasıdır. Hız ve zaman kısıtında tercih edilir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkarır.

Küme D: Dijital Katılım ve Uzaktan İletişim

Genç kuşaklar ya da fiziksel katılım sağlayamayacak yoğun/uzak kitlelerin katılımını sağlar. Fiziksel sınırları aşarak, internet ve telekomünikasyon altyapısı üzerinden geniş kitlelerin katılımını sağlayan teknoloji odaklı yöntemlerdir. Zaman ve mekândan bağımsızdır. Benzer yüz yüze uygulamaların dijital ikizi olarak bilinir.

- **Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi):** Karar süreçlerine dijital araçlarla katılımın genel çerçevesidir. Görüş toplamak ve demokratik katılımı dijital/fiziksel olarak yaymak için kullanılan yöntemleri içerir.
- **Elektronik Panel (e-Panel):** Belirli bir katılımcı grup ile dijital ortamda yapılan düzenli görüş alışverişi oturumlarıdır. Görüş toplamak ve demokratik katılımı dijital/fiziksel olarak yaymak için kullanılır.
- **Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forum (Deliberative Online Forum):** Coğrafi kısıtları aşarak dijital ortamda müzakere sağlayan platformlardır. Bilgi yayma, duyuru ve uzaktan katılım sağlar.
- **Web Üzerinden Toplantılar (Web-Based Meetings):** Dijital platformlar üzerinden mekandan bağımsız gerçekleştirilen etkileşimli oturumlardır. Bilgi yayma ve görüş toplama için kullanılır.
- **Web Siteleri (Websites):** Proje bilgilerini sunmak ve anketler yoluyla halkın katılımını sağlamak için kullanılan temel dijital araçtır. Bilgi yayma ve görüş alma için yaygın olarak kullanılır.

- **Bloglar (Blogs):** Birey ya da kurumların düzenli bilgi paylaşımı, görüş aktarma ve etkileşim için kullandığı dijital alanlardır.
- **Sosyal Medya (Social Media):** Geniş kitlelere ulaşma, kampanya yürütme ve anlık geri bildirim toplama aracıdır. Bilgi yayma, dijital etkileşim ve topluluk diyalogu sağlar.
- **Wiki (Collaborative Knowledge Base):** Katılımcıların ortaklaşa bilgi ürettiği ve düzenlediği dijital ansiklopedi/veri tabanı modelidir. Bilgi yayma ve görüş toplamada etkilidir.
- **e-Dilekçeler (e-Petitions):** Belirli bir talebi desteklemek için kullanılan dijital imza toplama ve talep iletilme aracıdır. Geniş kitlelerin görüşünü almayı ve demokratik katılımı yaymayı sağlar.
- **Televizyon ve Etkileşimli Televizyon:** Kitlesele bilgi sunumu ve uzaktan iletişim (kumanda, SMS, QR kod, telefon) yoluyla anlık katılım sağlar. Bilgi yayma, duyuru ve katılım kanallarındandır.

Küme E: Görsel, Sanatsal ve Yaratıcı Görüş Toplama

Sözlü ifadenin yetersiz kaldığı, toplumsal bariyerlerin bulunduğu durumlarda *gösterme* ve *canlandırma* yoluyla veri toplar. Dezavantajlı grupların sesini duyurmayı ve sorunların görünürlüğünü sağlar. Katılımın "sağ beyin" tarafına, yani görselliğe, hikayeletirmeye ve performansa odaklanır.

- **Fotoğraf Çekmek (Taking Photos):** Saha çalışmalarında durumu belgelemek amacıyla kullanılan temel veri toplama aracıdır. Bilgi yaymayı, veri toplamayı ve toplumun sesini duyurmayı sağlar.
- **Fotoğraf Safarisi (Photo Safari):** Belirli temalar çerçevesinde fotoğraflayarak veri toplama yöntemidir. Bilgi yayma, görsel veri toplama ve toplumun sesini duyurmayı sağlar.
- **Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Foto-Ses/Photovoice):** Fotoğraflar aracılığıyla katılımcıların kendi hikâyelerini, sorunlarını, algı ve perspektiflerini kamuoyuna yansıtmasıyla ilgilidir. Karar vericilerle diyalog sağlayan yöntem, fotoğrafın sesine (arkasındaki hikâye) ve toplumsal mesajın gücüne odaklanır.
- **Fotoğraf Hikayesi (Photo Story):** Görselleri bir olay örgüsü içinde birleştirerek mevcut durumu anlatan bir yöntemdir. Bilgi yayma, görsel veri toplama ve toplumun sesini duyurmayı sağlar.
- **Katılımcı Film (Participatory Video):** Toplulukların kendi sorun ve çözüm önerilerini video çekerek ifade etmesidir. Bilgi toplama ve doğrudan sürece dahil olmayı sağlar.
- **Forum Tiyatrosu/Sahnesi (Forum Theatre):** Sergilenen oyuna katılımcı müdahalesiyle çözümler önerilen etkileşimli tiyatrodur. Bilgi yayma, veri toplama ve toplumun sesini duyurmayı sağlar.
- **Bilim Tiyatrosu (Science Theatre):** Karmaşık konuların sahne sanatları aracılığıyla topluma anlatılmasına yöneliktir. Bilgi yayılımı, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim sağlar.
- **Bilim Haftası (Science Week):** Bilimsel farkındalık etkinliklerinin kitlesele uygulamasıdır. Bilgi yayma, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim sağlar. İçinde tiyatro, sergi ve atölyeler yer alır.

Küme F: Kamusal Forumlar ve Aktif Katılım

Vatandaşın fiziksel olarak sürece dahil olduğu toplumsal alanlar olup katılımın en görünür ve "meydan" odaklı aşamasıdır. Yöntemler arasındaki temel fark; resmiyet düzeyi, katılımcı sayısı ve karar vericinin rolü (Dinleyici mi, katılımcı mı?) üzerinedir.

- **Açık Oturumlar (Public Hearings):** Kitlesel bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkaran resmi ve yapılandırılmış kamusal dinlemelerdir. Anglo-sakson literatüründe daha büyük ölçekli ve resmi olanına "Hearing" (Duruşma/Oturum), mahalle ölçeğindeki "Neighborhood Forum" denir.
- **Halk Toplantıları (Public Meetings):** Karar vericiler ve vatandaşların bir arada olduğu geleneksel katılım mekanizmasıdır. Duygu paylaşımı, bilgi toplama, katılım ve kamusal diyalog sağlar.
- **Halka Açık Çalıştaylar (Public Workshops):** Halk ile hep birlikte sorunlara çözüm üretme amacıyla düzenlenen etkileşimli oturumlardır. İlçeyi ilgilendiren bir strateji geliştirilecekse tercih edilir. Teknik çözüm üretme odaklıdır. Bilgi toplama, toplumsal katılım ve kamusal diyalog sağlar.
- **Vatandaşların Duruşması (Citizens' Hearing):** Vatandaşın tanık olduğu ve karar vericinin dinlediği oturumlardır. Halkın duygu ve hislerini anlayarak sürecin ilerlemesini sağlamak için kullanılır.
- **Yerel Meseleler Forumu (Local Issues Forum):** İlçe veya mahalle bazlı sorunların tartışıldığı yerel katılım platformlarıdır. Bilgi toplama ve doğrudan katılım sağlar. İlçeyi ilgilendiren bir strateji geliştirilecekse "Forum" tercih edilir. Anglo-sakson literatüründe daha büyük ölçekli ve resmi olanına "Hearing" (Duruşma/Oturum); mahalle ölçeğinde olanına ise "Neighborhood Forum" denir.
- **Saha/Alan Toplantıları (Area/Neighborhood Forums):** Kararların mahalle veya bölge ölçeğinde yerel halkla tartışılmasını içerir. Bilgilendirme, diyalog ve geniş katılımlı tartışma yöntemlerindendir.
- **Bilgilendirme Toplantıları (Information Meetings):** Proje detaylarının paylaşıldığı genel oturumlardır. Halka açık, geniş ve katılımcı yapıya sahiptir. Bilgi yayma, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim sağlar.
- **Vatandaş Zirvesi (Citizen Summit) & 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları (21st Century Town Meeting):** Teknoloji destekli geniş katılımlı kamusal tartışmalardır. Geniş kitlelerden bilgi toplamayı ve katılımcı diyalogu ön plana çıkarır.
- **Açık Evler (Open Houses):** Bilgi paylaşımı ve görüş toplamaya yönelik sergi/fuar tarzı katılım modelidir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu öne çıkarır. Vatandaş, stant gezip bilgi alır, fikir bırakır.
- **Halk Fuarları (Community Fairs):** Proje tanıtımı ve görüş toplamaya yönelik, sergi/fuar tarzı katılım modelidir. Bilgi toplama, katılım ve diyalog süreçleri içerir. Vatandaş, stant gezip bilgi alır, fikrini bırakır. Eğlence, müzik ve çeşitli stantların yer aldığı festival havasında bir organizasyondur.
- **Vatandaş Jürisi (Citizen Jury):** Bir kamu politikasını değerlendirmek üzere rastgele seçilen vatandaşların, kanıtları inceleyip hüküm/öneri sunmasına dayanan bir yöntemdir. Vatandaş, doğrudan ve aktif bir aktör olarak sürece dahil olur.

Küme G: Katılımcı Gözlem ve Teknik Geri Bildirim

Katılımın "teknik, veriye dayalı ve uzmanlık odaklı" katmanını temsil eder. Halkın sadece "hislerini" değil, bizzat "veriyi" veya "teknik bilgiyi" sürece dahil etmesini sağlar.

- **Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Participatory GIS - PGIS):** Yerel bilginin harita üzerine işlenerek analiz edilmesine dayanır. Vatandaş sahip olduğu bilgiyi (mahalle sel noktaları, tehlikeli sokaklar gibi) harita üzerine işler ve mekân analizi yapılır. Bilgi toplama ve katılım sağlar.
- **Turlar (Field Tours):** Sorunları yerinde görmek ve saha verisi toplamak için yapılan teknik gezileri içerir. Bilgi toplama ve vatandaşın sürece doğrudan, aktif bir aktör olarak dahil olduğu yöntemlerdendir.
- **Vatandaş Bilimi (Citizen Science):** Gönüllü vatandaşların bilimsel veri (örneğin, hava kalitesi) toplayarak analiz süreçlerine katkı vermesine dayanır. Bilgi toplama ve aktif katılım sağlar.
- **Katılımcı Algılama (Participatory Sensing):** Mobil cihazlarla çevresel veri toplayarak yapılan katılım türüdür.
- **Halk Değerlendirmesi (Community Appraisal):** Yerel halkın kendi ihtiyaçlarını ve önceliklerini bizzat analiz etmesine dayanır. Bilgi toplama, katılım ve kamusal diyalog süreçleri içerir.
- **Katılımcı Tahmini/Değerlendirmesi (Participatory Appraisal-PA):** Yerel toplulukların sorunlarını, kaynaklarını ve ihtiyaçlarını kendi bakış açılarıyla analiz ederek çözüm üretmelerini sağlayan, eylem odaklı bir saha araştırması ve katılım yöntemidir. Katılımı herkes için eşitler.
- **Danışma Komiteleri ve Kurulları (Advisory Committees & Boards):** Belirli uzmanlık alanlarından gelen kişilerin düzenli olarak görüş sunduğu yapılardır. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu öne çıkarır.
- **Mevcut Gruplarla Toplantılar (Meetings with Existing Groups):** Sıfırdan grup kurmak yerine, mahalle dernekleri veya meslek odaları gibi hazır yapılarla yapılan iş birliği ve görüşmelere dayanır. Bilgi toplama, diyalog ve mevcut yapılarla iletişim kurma yöntemlerindendir.
- **Vatandaş Danışma Grupları (Citizen Advisory Groups):** Yerel yönetime veya bir projeye düzenli görüş sunan temsilci gruplarıdır. Vatandaşın süreçte aktif olduğu bilgi toplama yöntemidir.
- **Paneller (Panel Discussions):** Uzmanların veya paydaşların bir konu hakkında kitle önünde tartışarak bilgiyi yaymasıyla ilgilidir. Bilgi toplama ve çok sesli diyalog süreçlerini içerir.
- **Uzman Paneli (Expert Panel):** Belirli bir konuda uzman görüşlerinin topluma ve projeye aktarılmasını sağlar. Vatandaşın sürece aktif bir aktör olarak katıldığı bilgi toplama yöntemidir.
- **Vatandaş Panelleri (Citizens' Panel):** Karmaşık kentsel politikalarda halkın derinlemesine bilgi sahibi olmasını ve müzakere ederek tarafsız kararlar üretmesini, periyodik olarak sağlar. Sadece bağırıcıları değil, kentin gerçek demografisinin sesini bilimsel bir tarafsızlıkla yerel yönetime aktarır.

Küme H: Diğer İletişim ve Destek Araçları

Katılım sürecini tamamlayan, esneklik kazandıran ve standart dışı durumlarda imdada yetişen yardımcı araçlardan oluşur. Bu gruptaki yöntemler, *katılımın lojiistiği* ve *yaratıcı dokunuşları* gibidir.

- **Hızlı Toplantı (The Speed Meeting):** Çok sayıda insanın kısa sürelerle (hızlı tanışma formatında) fikir ve görüş alışverişinde bulunmasını sağlar. Bilgi toplama, katılım ve kamusal diyalog süreçlerindendir.
- **Örümcek Toplantısı (Spider Meeting):** Bilginin merkezden çevreye doğru, ağ benzeri bir yapıda yayıldığı veya toplandığı iletişim modelidir. Bilgi toplama ve çok sesli diyalog içerir.
- **Çoklu Bakış Açıları (Multiple Perspectives):** Bir konuyu farklı demografik veya ilgi gruplarının gözünden dinleme seansı olarak nitelendirilir. Bilgi toplama ve dijital/fiziksel katılım kanallarındandır.
- **Belgeleme ve Özetleme (Document & Summarise):** Elde edilen verilerin tüm yönleriyle ve şeffaf bir şekilde paylaşılmasını içerir. Rapor, infografik, video özeti gibi yöntemler kullanılır. Bilgi yaymayı ve kitlelerin sürece dahil edilmesini sağlar.
- **Geri Bildirim Oturumu (Feedback Session):** Katılımcıların bir süreç veya ürün hakkındaki görüşlerini yapılandırılmış şekilde almaya dayanır. Bilgi toplama, toplumsal katılım ve kamusal diyalog içerir.
- **Mektup veya Kartpostal (Letter or Postcard):** Vatandaşların görüşlerini samimi yolla ve yazılı şekilde iletmesini sağlar. Bilgi toplama, diyalog ve mevcut yapılarla iletişim kurma yöntemlerindendir.
- **İlham Verici Araçlar - Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar (Nontraditional Information Materials):** "Halk toplantısına gelmeyen kitleye" sokakta ulaşma işlevini görür. Oyunlar, sokak sanatı, duvar boyama veya yaratıcı materyallerle halka ulaşma gibi yöntemler kullanılır. Bilgi yayma, kamusal öğrenme ve geri bildirim almayı sağlar.
- **İlham Verici Araçlar - Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools):** Standart yöntemler dışındaki her türlü görüş toplama aparatını içerir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkaran yöntemlerdir.

3. GÖRÜŞLERİN ALINMASI VE HEP BİRLİKTE KATILIM

Bilgi toplama, bilgi yayma, diyalog ve saha araştırmasına yönelik yöntemlerdir; "Kolektif Zekâyı Toplama" motoru işlevine sahiptirler.

3.1. Küme A: Derinlemesine Diyalog ve Müzakere

Karşılıklı konuşma, anlama, fikir büyütme ve derin bilgi üretme odaklı yöntemlerdir. Ortak noktaları, katılımcıların görüş bildirmelerinin yanı sıra birbirlerinin fikirleri üzerine ekleme yapabilmeleridir. Katılımcılar arasında güven inşa etmek ve karmaşık sorunlarda ortak bir anlayış geliştirmek için uygundur.

Benzeşen Yöntemler: Dünya Kafesi (The World Cafe), Bilim Kafesi (Science Café), Sohbet Kafeleri (Conversation Cafes), Kahve Buluşmaları-Sohbetleri, Akvaryum (Fishbowl), Samoan Halkası (Samoan Circle), Yurttaşlar Meclisi (Citizens' Assembly), Dağıtılmış Diyalog (Distributed Dialogue), Açık Alan Teknolojisi (Open Space Technology-OST), Müzakereci Vatandaş Buluşması (Deliberative Meeting of Citizens-DEMOCs), Diyalog (Dialogue), Yurttaş Diyalogu (Civic Dialogue).

3.1.1. Dünya Kafesi / Bilim Kafesi / Sohbet Kafeleri / Kahve Buluşmaları-Sohbetleri

Bu yöntemler teknik olarak aynı ya da birbirinin farklı ölçekteki versiyonlarıdır (İkiz yöntemler). En popüler versiyonu, "Dünya Kafesi" (The World Cafe) yöntemidir.

- Kafeterya modelidir.
- **Ana Metot:** Dünya Kafesi (The World Cafe).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Sohbet Kafeleri, Kahve Buluşmaları-Sohbetleri, Bilim Kafesi (Science Café). İkiz yöntemler olarak da bilinir.
- **Analiz:** Yöntemlerin hepsi katılımcıların küçük masalar etrafında (genellikle 4-5 kişi), samimi bir kahvehane ortamında, belirli soruları döndürerek tartıştığı ve masalar arası geçişlerle (hasat toplama, masa örtüsüne çizim yapma gibi) ortak akıl ürettiği uygulamalardır. Kitleye göre (halk, akademisyen, mahalleli) yöntemin adı değişir. Akademik bir kitleyle çalışıldığında "Bilim Kafesi", mahalle düzeyinde samimi bir ortam oluşturmak istendiğinde ise "Kahve Buluşmaları" ismi kullanılır.

Dünya Kafesi (The World Cafe)

Hakkında

Büyük grupların (12'den 2.000+ kişiye kadar) önemli meseleler üzerine derinlemesine diyalog kurmalarını sağlayan, esnek ve yüksek etkileşimli bir kolektif zekâ yöntemidir. Yapılandırılmış serbest tartışma olarak nitelendirilir. 1995 yılında Juanita Brown ve David Isaacs tarafından geliştirilen bu yöntem, bir kafenin samimi, rahat ve yaratıcı atmosferini taklit eder ve ismini de küçük grupların (4 veya 5 kişi) masalar etrafında sohbet ettiği bir kafe ortamına benzerliğinden alır. Katılımcılar masalar arasında dolaşarak fikirlerini birbirine "polenler" gibi taşır, böylece küçük grup sohbetlerinden devasa bir ortak akıl ağı örülen yüz yüze bilgi toplama aracına dönüşür.

Belirli bir konu hakkında eş zamanlı bir dizi sohbeti yapılır. Genellikle 2-3 saat sürer. Katılımcılar birçok kez masa değiştirir ve aynı genel konuyu diğer katılımcılarla tartışır. Tüm etkinlik boyunca masada kalan ve tartışmayı konu odaklı tutan ve öncekileri yeni gelenlere aktaran bir ev sahibi bulunur.

Dünya Kafe soruları, genel düzeyden başlayıp her grup rotasyonunda daha spesifik sorulara doğru ilerleyecek şekilde tasarlanmıştır. Kapsayıcı diyalog ve kolektif zekâ üzerine çalışan yöntem, grup diyalogunu, bilgi ve deneyim paylaşımını ve grup bilgelik haritalamasını teşvik eder, fakat önerilen planlar hakkında resmi/hukuki görüş almak için uygun değildir.

Amaç

Tamamen katılımcıların yönlendirdiği anlamlı konuşmaları mümkün kılmak üzerine temellendirilen yöntemin amacı, ortak ilgi alanına giren bir konuda fikirleri toplayarak kolektif bilgiyi ortaya çıkarmak, fikirleri çaprazlayarak çeşitli perspektifleri sunmak, yeni olanı inşa etmek ve birbirine bağlamaktır. Odak noktası problem çözmekten ziyade, hiyerarşiden arınmış samimi ve güvenli bir ortamda tam bir katılım uygulaması olarak sorunların çözümüne destek olmak, temalar üzerinde keşif/yenilik yapmaktır.

Uygunluk Önerisi

Kolektif öğrenme ve fikir üretme için çok uygundur; fikir birliği, vizyon ve kolektif güç oluşturmayı sağlar. Paydaşlar arası güçlü bağlar, yaratıcı çözüm önerileri ve kararların tabandan gelen bir meşruiyet kazanması için idealdir. Yöntem, açık ve hesap verebilir doğrudan kararlar, detaylı yasal planlar veya istatistiksel veriler sunmaz. Fotoğraflı notlar, tematik kodlama, nokta oylama ile önceliklerin belirlenmesi gibi yöntemlerle veri toplamayı sağlar; tema haritaları, öncelik listeleri, alıntı setleri gibi verilerle politika döngüsü için gündem belirleme ve tasarım oluşturmaya destek olur.

Zorluk

Kolay/Orta (Lojistik hazırlık ve güçlü sorular kurgulamak kritiktir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Masa örtüleri, kâğıtlar, boya kalemleri, kahve/atıştırmalık gibi ikramlar. Tesis kiralama ve genel etkinlik organizatörü maliyet kalemleri eklenirse maliyet yükselir.)

Süre

Hazırlık süresi, minimum dört ya da altı hafta önce (Hedef kitleyi belirleme ve çağrı oluşturma)
Uygulama süresi, genellikle 2-4 saat (Veri analizi ve sonuç geri bildirimi için süre eklenir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 12-2.000+ kişi (4-5 kişilik masalar halinde)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı, süreci başlatan ve turları yöneten kişi (Sosyal bilimciler bu tür etkinlikler için çok uygundur. Etkinliğin yönetimi önemlidir. Birçok Dünya Kafe, etkinliğin genel yönetiminden sorumlu profesyonel bir moderatör/kafe ev sahibi görevlendirir).

- Masa ev sahibi/host, masada sabit kalarak yeni gelenlere önceki turdaki fikirleri özetleyen kişi (Tartışmayı yönetmez, sadece akışı kolaylaştırır ve grubu "görevde" tutar).
- Katılımcılar, "Gezginler" olarak masalar arası dolaşan muhtelif kişilerden oluşan grup.

Donanım ve Araçlar

- Küçük yuvarlak masalar ve sandalyeler (masalar arası dolaşım için uygun mesafe gözetilerek),
- Masa örtüsü yerine kullanılan büyük kağıtlar (üzerine çizim yapmak için),
- Renkli kalem ve Renkli postit (en az üç renk) gibi kağıtlar ve işaretleyiciler,
- Tablo özetlerini kaydetmek için malzemeler (flipchart, büyük boy kâğıt, çıktı duvar panosu)
- Zamanlayıcı,
- Çiçekler, mumlar, ikramlar (kafe atmosferi için),
- Dijital araç kullanımı, ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak (Zoom, MS Teams),
- Belge paylaşımı, not alma ve beyin fırtınası için ve ayrıca anket için araçlar (Miro, Mural, Concept Board, Sway, Canva, Mentimeter, PollEverywhere, MindMeister, Mindmup, Evernote).

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygun (Özellikle 12 yaş sonrası).

Yaşlara göre uyarlamada, dil kullanımı ve okuma-yazma becerileri farklı olabileceğinden post-it, sembol, çizim destekli formlar gibi öğeler eklenebilir, kolaylaştırıcı bazı değişiklikler yapılabilir. Çocuklar için özellikle yazı yerine "çizim ve sembol" kullanımı tercih edilebilir.

12-18 yaş aralığındaki gençler kolay adapte olur; ancak sorular basit ve net tutulmalıdır.

Yetişkinler ve ileri yaş gurubu, derin konular ve uzun tartışma döngüleri için uygun olsa da özellikle yaşlılar için büyük puntolu kalem ve daha az masa rotasyonu tercih edilmelidir.

Dünya Kafesi Uygulama Adımları

Yöntem, olabildiğince çok sayıda ilgiliyi ya da ilgili fikri bulmak üzerine odaklı olduğundan eleştiriden kaçınılmalı ve herkesi katkıya teşvik etmelidir; ancak sadece dinlemeyi isteyen birinin sessiz kalmasına saygı göstermeyi yani gönüllü dinlemeyi de önerir.

- Eğitimin veya toplantının hedefleriyle bağlantılı net bir amaç belirlenir, sorular sorulur. Bir soru, her cevapla birlikte yeni fikirler doğurmaya devam ediyorsa "güçlü" bir sorudur.
- Uygulamada çıktılar fotoğraflanır, tematik kodlama ve gerekirse "nokta oylama" ile önceliklendirme yapılarak veri toplanır.
- Katılımcıların not alması, şekiller çizmesi veya bağlantılar kurması için kâğıt masa örtülerini kullanmaları yöntem için hayattır. Sonuçlar sadece bir rapor değil; fikirlerin kümelenmesi ve çözüm geliştirme için birer "veri bankası" olarak görülmelidir.

Eğer önceden belirlenmiş tek bir çözüm aranıyorsa, tek yönlü bilgilendirme isteniyorsa veya katılımcı sayısı 12'nin altındaysa bu teknik verimli değildir.

1. Hazırlık ve Zaman Çizelgesi (Etkinlikten 6 Hafta Önce)

- Zamanlama: Davetiyeler etkinlikten 4-6 hafta önce potansiyel katılımcılara gönderilir. Davetiyeye "Strateji Kafesi" veya "Bilgi Kafesi" gibi amaca uygun, ilgi çekici bir isim verilir. Hedef kitleye bağlı olarak 2-4 saatlik bir dilim belirlenmelidir (Hafta içi önerilir).
- Takvim Denetimi: Resmî tatiller, okul tatilleri ve yerel özel günler mutlaka kontrol edilir.
- Hatırlatma: Etkinliğe 1 hafta kala kayıtlı katılımcılara hatırlatma mesajı/e-postası gönderilir.
- Kılavuz Hazırlığı: Moderatör ve masa sorumluları için konuşma akışını içeren bir senaryo/kılavuz oluşturulur.
- Destek Belgeleri: Moderatör ve masa sorumluları için bir akış senaryosu ve tartışmaları kaydetmek için belgeleme şablonları hazırlanır.

- Süreç Denetimi: Moderatör masalar arasında dolaşmalı, zamanı takip etmeli ve tartışmanın odağını korumalıdır.

2. Çevre Kurulumu ve "Kafe" Etkisi

- Mekân Seçimi: Doğal ışık alan, dış mekân manzaralı ve "sıradan bir toplantı" hissi vermeyen; katılımcıların kendini güvende hissedeceği rahat ve samimi bir atmosfer sunulmalıdır
- Masa Düzeni: 4-6 kişilik küçük masalar kademeli (rastgele) olarak yerleştirilir. Her masaya;
 - Yazılabilir masa örtüsü, flipchart kağıtları veya büyük kağıtlar,
 - Renkli kalemle dolu kupalar ve işaretleyiciler,
 - İç mekân bitkileri veya küçük süslemeler koyulur.
- Görsel Hafıza: Duvarlara sanat eserleri veya posterler asılır. Girişte katılımcılara atıştırmalıklar ve içecek servisi sağlanır.

3. Etkinliğin Uygulanması ve Moderasyon

Süreç genellikle üç veya daha fazla turdan oluşabilir.

- Açılış: Moderatör bağlamı açıklar, katılımcıları rahatlatır ve "Kafe Görgü Kuralları"nı (Önemli olana odaklan, başkalarının fikirlerini eleştirme, çok iyi dinle, düşünce ve duygularını dile getir, fikirleri bağla, karala/çiz) paylaşır. (15-20 dk)
- Masa Sorumluları (Hostlar): Organizasyon ekibinden veya gönüllülerden seçilir. Görevleri;
 - Yeni gelenler dostane karşılanır.
 - Önceki turun özetini 2-3 dakikada aktararak eski fikirlerin yeni fikirlerle birleşmesini sağlar.
 - Herkesin katılımı ve fikirlerin kâğıda dökülmesinin sağlandığından emin olmalıdır.
- Söyleşi Turları: 15-30 dakikalık en az 3 tur yapılır. Her turun sonunda (Host/Masa sorumlusu hariç) herkes farklı masalara geçer. Gerekirse konuşma dengesini sağlamak için "konuşma çubuğu" kullanılır. Katılımcıların her turun sonunda masalar arası çaprazlama şeklinde yer değiştirmesi, aynı masayı birden fazla ziyaret etmemesi ve yeni insanlarla kaynaşması teşvik edilir. Rotasyon (Masa Değişimi) için her turun sonunda grup üyeleri farklı masalara geçer. Hareketlerin kolay izlenmesi için saat yönünde bir değişim tercih edilebilir.

4. Güçlü Soru Tasarımı

İyi bir soru, problem çözme için imaya etmekten ziyade keşfe davet etmelidir:

- Kriterler: Basit, açık, düşündürücü olmalı ve bilinçsiz varsayımları ortaya çıkarmalıdır.
- Soru Seti: Tur sayısına göre (genellikle 3-5 tur) her masa için önceden belirlenmiş ilgi çekici, açık uçlu ve enerji verici sorular sorulur. Sorular, savunma yerine keşfe davet eden türde olmalıdır. Aşamalı soru sorma yöntemiyle konu turlara bölerek derinleştirilir. (Örneğin, Tur 1: Sorun ne? Tur 2: Çözüm ne? Tur 3: İlk adım ne?)
- Görünürlük: Soruların her masada (flipchart veya kartlarda) herkes tarafından görülebildiğinden emin olunmalıdır.

5. Hasat ve Yansıtma (30-45 dk)

- Masa Özetleri: Turlar bittiğinde masa sorumlularına bulguları özetlemeleri için 10 dakika verilir.
- Çıktı Duvarı: Masalardan çıkan kağıtlar veya notlar büyük bir panoda toplanır. Bunlar, "İlişki Kümeleri (benzer fikirler)" şeklinde gruplandırılır. Örneğin, duvar 3 bölüme ayırarak tasnif edilebilir (1. Ortaya Çıkan Temalar, 2. Güçlü Öneriler, 3. Açık Kalan Sorular).
- Grup Paylaşımı: Moderatör, tüm gruba "Netleşmesi gereken bir yer var mı?" diye sorar ve elde edilen içgörülerin nasıl bir eylem planına dönüşeceğini açıklar.
- İletişim Ağı: Analiz sonuçlarıyla ilgilenenlerin e-posta adresleri toplanır ve etkinlik teşekkürle kapatılır.

6. Renk Kodlama ve Kayıt (Opsiyonel Uygulama)

Tartışmaları tasnif etmek için sosyal anlamlarına göre renk kodları kullanılabilir. Örneğin;

- Sarı: Sorunlar / Belirsizlikler
- Yeşil: Çözüm fikirleri / Fırsatlar
- Mavi: Deneyimler / İyi örnekler

- Kırmızı: Çekinceler / Riskler

7. Sonuçların Belgelenmesi ve Paylaşılması

- Görsel Kayıt: Masa örtülerindeki tüm çizimlerin ve flipchartlardaki notların fotoğrafları çekilir.
- İlişki Kümeleme: Yapışkan notlardaki fikirler, "ilişki kümeleri" (benzer temalar) halinde gruplandırılarak analiz edilir.
- Grafik Kaydedici: Mümkünse, süreci dev duvar resmine çizen bir grafik sanatçısı ile çalışılır.
- "Kolektif Fikir Haritaları" ve hasat raporu gibi sonuç çıktıları elde edilir.

Sanal Kurulum (Dijital Kafe)

- Araçlar: "Ara odalara" (breakout rooms) imkân veren video konferans araçları (Zoom, Teams gibi) ve ortak çalışma alanları (Miro, Mural gibi) kullanılır.
- Hazırlık: Miro gibi araçlarda odalar için önceden alanlar oluşturulmalı, görseller yerleştirilmelidir.
- Teknik Destek: Hem moderatöre hem katılımcılara yardımcı olacak teknoloji konusunda bilgili bir personel hazır bulunmalıdır.
- Hikâye Panosu (Storyboard): Sanal ortamda her bloğun zamanlaması ve kullanılacak dijital araçlar yüz yüze oturuma göre çok daha detaylı planlanmalıdır.

Süreç akışı, fiziki uygulamaya benzer bir mantıkla ilerler.

Kaynaklar

(SessionLab, World Cafe, 2026); (SessionLab, 40 problem çözme tekniği, 2026); (Participation, 2026); (TheWorldCafe, 2026); (Gamestorming, World Cafe, 2026); (Gamestorming, Kategoriler, 2026); (ActionCatalogue, World Cafe, 2026); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (EPA, 2026); (ITC, 2026); (MSP, 2026); (Wikipedia, WorldCafe, Dünya Kafesi, 2026); (TICON, 2026); (WorldCafé, 2026); (Yılmaz, 2013); (UserParticipation, 2026); (Sanchez, 2026); (ChatGPT, 2026); (Copilot, 2026).

Bilim Kafesi (Science Café)

Hakkında

Bilim Kafesi, bilimsel ve karmaşık konuların amfiler, konferans salonları gibi geleneksel akademik ortamların yerine kafe, restoran gibi kayıt dışı ve samimi mekânlarda tartışıldığı bir katılım yöntemidir. Uygulama için farklı kesimlerden katılımcılar bir araya gelerek diyalog etkinliğine girer. Öncelikle bir uzman, konuyu özlü ve açık bir şekilde sunar, ardından tartışma için söz hakkı verilir.

Amaç

Bilim insanları ile halk arasındaki hiyerarşiyi yıkmak ve bilimi toplumsal sohbetin bir parçası haline getirmek, yöntemin temel amacıdır.

Uygunluk Önerisi

Toplumda merak uyandıran veya tartışmalı olan bilimsel/teknik konuların halkla paylaşılması ve toplumsal kabulün ölçülmesi için kullanılır. Toplumun endişelerini gidermede oldukça etkili bir yöntemdir ve vatandaşın yeni bakış açılarını sağlıklı ve kolay bir şekilde edinmesini sağlar.

Zorluk

Kolay (Lojistik açıdan yönetilmesi kolaydır; ancak akışı samimi, dinamik ve kapsayıcı tutmak güçlü bir moderasyon becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Genellikle mevcut ticari mekânlar ya da elde bulunan alanlar kullanılır; temel giderler mekânın küçük bir kira bedeli veya katılımcıların içecekleri gibi maliyet kalemleri ile sınırlıdır.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Konu ve konuşmacı seçimi, mekân ayarlanması.)
Uygulama süresi, 1,5-2 saat

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-50 kişi (Herkesin sesini duyurabilmesi için grubun büyümemesi önerilir.)

Rol Alanlar

- Moderatör, tartışmayı yöneten, sessiz kalanları teşvik eden ve zamanı ayarlayan kişi.
- Uzman konuk, konu hakkında kısa bir giriş yapıp soruları cevaplayan bilim insanı.
- Katılımcılar, STK, araştırmacı, vatandaş gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Taşınabilir bir mikrofon (gerektiğinde kullanmak üzere),
- Gürültülü ortamlarda bir sahne veya sandalyelerin çember şeklinde dizimi.
- Dijital araç kullanımı, sosyal medya üzerinden etkinlik duyuruları ve oturum sonrası özet paylaşımları.

Yaş ve Uyarılma

Her yaş için kullanılabilir (Genellikle yetişkinler ve üniversite öğrencileri için tasarlanmıştır, "Gençlik Bilim Kafeleri" popülerdir. Ancak çocuklar için "Junior Science Café" uyarlamaları da yapılabilir.) Yaşlara göre uyarılma için, mekân seçimi hedef kitleye göre değişebilir; gençler için bir oyun kafesi, yaşlılar için bir mahalle kırıathanesi daha uygundur.

Bilim Kafesi Uygulama Adımları

Yöntemin genellikle akşam saatlerinde, belirli bir yerde ve düzenli olarak yapılması önerilir. Sürekli olarak organize edilme unsuru içeren uygulamada moderatör aktif rol oynar.

- Bürokrasi tuzağına düşmemek için etkinlik bir panel havasına dönüşmemeli,
- Personel ve uzmanın giyim tarzından oturma düzenine dek her şey sohbet odaklı kalmalı,
- Moderatör "her ses değerlidir" ilkesi ile hareket etmeli ve hiçbir katılımcının küçümseyici tavırlarla karşılaşmaması için gerektiğinde müdahale etmeli,
- Bilim meraklılarının yanı sıra konuyla ilgisi olan her kesimden insanın ilgisini çekebilecek başlıklarıyla kapsayıcı bir yapı taşınmalıdır.

1. Mekân Seçimi: "Mahalle Sıcaklığı"

Bu yöntemin başarısı, resmiyetten ne kadar uzaklaştığına bağlıdır.

- İpucu (Akademik Olmayan Yerler): Etkinlik asla resmi salonlarda veya belediye binalarında yapılmamalıdır. Yerel kafeler, kitapçılar, restoranlar veya sanat galerileri gibi halkın kendini rahat hissettiği yerler seçilir.
- İpucu (Mekân Ölçeği): Mekân, 30-50 kişiyi ağırlayacak kadar geniş; ancak mümkünse herkesin birbirini mikrofonsuz duyabileceği kadar samimi ve küçük olmalıdır.

2. Uzman Seçimi ve "Ders Değildir" Kuralı

Her uzman bu format için uygun olmayabilir; seçimde "anlatım tarzı" uzmanlıktan daha önceliklidir.

- İpucu (Zaman Sınırı): Uzmanın tek başına, kesintisiz konuşma süresi 20 dakikayı asla geçmemelidir (kimi uygulamalar 5 dk gibi kısa sürelerle sınırlandırılır). Bilim Kafesi bir konferans değildir; bilgi şovuna dönüştürülmesine izin vermemelidir.
- İpucu (Slaytsız İletişim): PowerPoint sunumları, yasaklanmalı veya kısıtlanmalıdır. Slaytlar ortamı "dersliğe" çevirir. Uzmanın sadece elindeki birkaç notla veya fiziksel bir objeyle (vaka örneği) konuşması en etkilisidir.

3. Isınma ve Gayri Resmi Giriş (15-20 dk)

Sohbetin fitilini ateşleyen ilk aşamadır.

- İpucu (Moderatörün Rolü): Moderatör, buzları eritmek ve uzmana doğru sorularla yol göstermek için kritik bir roledir. Uzmanın teknik terimlere daldığı anlarda araya girerek konuyu "günlük dile" tercüme etmesini sağlar.

4. Eşitlik Odaklı Tartışma Seansı (1 saat)

Katılımcıların kahvelerini yudumlarken sürece dahil olduğu ana bölümdür.

- İpucu (Eşitlik İlkesi): Her katılımcının sorusu, akademik derinliğinden bağımsız olarak aynı derecede değerlidir. Bir profesörün sorusu ile bir mahalle sakininin "basit" görünen sorusunun ciddiyetle ve saygıyla cevaplanması sağlanır.
- İpucu (Deneyim Paylaşımı): Bilim Kafesi sadece uzmana soru sorma yeri değildir; katılımcıların kendi deneyimlerini aktardığı bir söylem alanıdır. Tartışmalı konularda farklı seslerin duyulması teşvik edilir.

5. Gayri Resmi Kapanış ve Birebir Temas (Hasat)

Resmi süre bittikten sonra kapılar hemen kapatılmamalıdır.

- İpucu (Masalar Arası Sohbet): Toplantı resmen sona erdiğinde, uzmanın masaların arasında dolaşarak veya tezgâh arkasında isteyenlerle birebir sohbet etmesine imkân tanınmalıdır. En samimi geri bildirimler genellikle bu aşamada gelir.

Bu yöntem, toplumun görüşlerini ve merak ettiklerini özetleyen bir "Kamuoyu Nabzı Notu" oluşturulması ve katılımcı ağının genişletilmesinde etkilidir.

(ActionCatalogue, Science Café, 2026)

Sohbet Kafeleri (Conversation Cafes)

Hakkında

Halka açık mekânlarda (kafe, kütüphane, toplum merkezi) düzenlenen, basit kuralları olan ve herkesin sesinin eşit derecede duyulmasını sağlayan yapılandırılmış sohbet toplantılarıdır. "Dünya Kafe" (World Cafe) yöntemiyle benzerlik gösterse de daha küçük gruplara ve daha derin kişisel paylaşımlara odaklanır. 2001 yılında Vicki Robin ve Susan Partnow tarafından geliştirilmiştir ve *Olumlu Sorgulama* tekniğini temel alır. Kafelerde, kitapçılarda ve diğer kamu alanlarında birilerinin ev sahipliği yaptığı resmi olmayan, ayaküstü tartışmalara (drop-in discussion) karşılık gelir.

Amaç

Toplumsal kutuplaşmayı azaltmak, karmaşık ve tartışmalı konularda (Örneğin, İklim krizi, kentsel dönüşüm) ortak bir paydada buluşmak ve katılımcıların birbirlerinin perspektifinden öğrenmesini sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Artan karşılıklı anlayış ve empati, katılımcıların kendilerini değerli hissetmesi ve teknik olmayan ama son derece değerli "yerel bilgi" birikimi sağlar. Mahalle sakinleriyle yeni bir toplum inşası anlayışı ile sosyal dokuyu güçlendirmek; proje tasarım sürecinde hedef kitle ve ihtiyaçlarını anlamak için uygundur.

Zorluk

Kolay (Uygulaması kolaydır, ancak derin diyalog için doğru soruların sorulması gerekir.)

Maliyet

Düşük (Mekân kirası gerekemeyebilir, sadece çay/kahve ikramı yapılabilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 30-60 dakika (Mekân seçimi ve "Sohbet sahibi"nin belirlenmesi)
Uygulama süresi, 60-90 dakika (Yaklaşık 2 saat sürebilir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-8 kişi (Küçük gruplar derinleşmeyi sağlar. Ancak katılımcı sayısı fazlaysa her masada 5-6 kişi olacak şekilde paralel gruplar kurulur.)

Rol Alanlar

- Sohbet Ev Sahibi (Host)/Kolaylaştırıcı, süreci başlatan, kuralları hatırlatan ama sohbete müdahale etmeyen kişi.

Donanım ve Araçlar

- Konuşma nesnesi (Talking Object; elinde tutan kişiye konuşma hakkı tanıyan, kalem, taş gibi, sembolik bir nesne).
- Donanım eşyaları, küçük masalar ve rahat sandalyeler.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur. Gençler için daha dinamik ve sosyal medya entegreli temalar; yaşlılar için geçmiş deneyimlerin geleceğe aktarıldığı "Kuşaklararası Sohbetler" şeklinde kurgulanabilir.

Sohbet Kafeleri Uygulama Adımları

Sohbet Kafeleri, bir "tartışma" değil, fikirlerin ham haliyle paylaşıldığı bir "anlama" sürecidir.

- Uygulama Altı Temel Prensipte olan; “Açık fikirlilik, Kabul etmek, Merak, Keşfetmek, İçtenlik ve Kısıllık (Özlük)” üzerine odaklıdır. Sürecin başarısı bu etik kuralların korunmasına bağlıdır.
- Bir konuşma nesnesi saptanarak nesne kimdeyse söz ondadır yaklaşımı benimsenir (konuşma nesnesi, konuşmayı bir kişinin domine etmesini engelleyen psikolojik bir araçtır).
- Masadaki dinamiği koruyacak, yargılamayı önleyecek yapıcı bir ev sahibi yani kolaylaştırıcıya ihtiyaç duyulur. Kolaylaştırıcı, amacın "ikna değil, keşfetmek" olduğunu nazikçe hatırlatır.

Yöntem somut bir "karar alma" mekanizması olmayıp belirli bir hedef yerine anlayış geliştirmeye odaklandığı için sonuç odaklı yöneticiler tarafından "yetersiz" görülebilir.

1. Hazırlık ve Isınma (Giriş ve Tur)

- Mekân: Kafe, kütüphane veya mahalle evi gibi resmiyetten uzak, sıcak bir alan seçilir. 5-8 kişilik masalar kurulması sağlanır.
- Tanışma (15 dk): Her katılımcı kendini kısaca tanıtır. Konuşma nesnesi (taş, sopa, top vb.) sırayla dolaşır ve herkes seçilen tema hakkındaki ilk hissini paylaşır.

2. Yapılandırılmış Dinleme (İlk ve İkinci Tur)

- Eşit Söz Hakkı: Her katılımcı 1 dakika boyunca konuyla ilgili deneyimlerini paylaşır. Bu aşamada asla geri bildirim verilmez veya söz kesilmez. Amaç, masadaki tüm seslerin duyulmasını sağlamaktır.

3. Derinleşme ve Diyalog (Uygulama) (45-60 dk)

- Doğal Akış: Konuşma nesnesi masanın ortasına bırakılır. İsteyen nesneyi alır ve konuşur; diğerleri sessizce ve yargılamadan dinler.
- Prensipte Odaklılık: Katılımcılar "İkna etmektense anlamaya çalışmak" ve "Varsayımları sorgulamak" prensipleriyle sohbeti derinleştirir. Sessizlik anları, düşüncelerin toparlanması için bir fırsat olarak kabul edilir.

4. Fikir Süzgeci ve Hasat (Ortak Çıktı Duvarı) (15 dk)

- Ampul Yakan Fikirler: Sohbet sırasında katılımcıların zihninde şimşek çaktıran fikirler veya ortak hassasiyetler küçük kâğıtlara yazılıp masanın ortasına veya bir panoya asılır.

5. Çıkış ve Değerlendirme (Kapanış) (10 dk)

- Hasat: Katılımcılar "Bu sohbetten neyle ayrılıyorum?" sorusuna birer cümlelik cevap verir.
- Özetleme: Kolaylaştırıcı, masalardan süzülen ana fikirleri ve olası eylem önerilerini toplayarak oturumu bitirir.
- Nihai Çıktı: Sohbetlerden süzülen ana fikirlerin yer aldığı bir "Not Panosu" ve toplumsal hassasiyetleri gösteren "Eylem Önerileri Listesi" çıktıyı oluşturur.

(Yılmaz, 2013); (NCDD, 2026)

Kahve Buluşmaları / Sohbetleri (Coffee Klatches)

Hakkında

Kahve Buluşmaları, karar vericiler ile vatandaşların veya kurum içi farklı birimlerin resmi olmayan, samimi ve düşük baskılı bir ortamda bir araya geldiği bir küçük grup etkileşim yöntemidir. Bürokrasinin soğuk yüzünü eritmek ve insanların kendilerini rahat hissettikleri ortamlarda (kafe, mahalle kahvesi, kütüphane, park, ev toplantısı) gerçek fikirlerini ifade etmelerini sağlamak ve derinlemesine diyalog kurmak için tasarlanmıştır. Yöntem, bir şikâyet dinleme seansı değil, uzun vadeli güven ve ilişki kurma aracıdır. Ancak emek yoğun bir tekniktir. İsmi Almanca "kahve" ve "dedikodu/sohbet" kelimelerinin birleşiminden alan bu gelenek, modern yönetişimde "derinlemesine dinleme" aracı olarak kullanılır.

Amaç

Kurumların resmi yapısından çekinen vatandaşlar için psikolojik bariyerleri yıkmak, büyük halk toplantılarındaki "bağırma" veya "şov yapma" eğilimi yerine, kahve masası etrafında daha yapıcı ve sakin tartışmalar yürüterek nitelikli geri bildirim almak, yöneticilerin sadece kürsüden değil, göz hizasından halkla temas kurarak "erişilebilir" olduğunu kanıtlamak ve güven inşa etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yerelde samimi bağlar oluşturmak ve iki yönlü iletişimi maksimize etmek için idealdir. "Sokağın sesini" olduğu gibi duyma imkânı, yüksek toplumsal güven ve yerel liderlerle organik bağlar kurmayı sağlar.

Zorluk

Kolay (Lojistik olarak kolaydır; ancak moderatörün sohbeti kontrol altında tutma becerisi önemlidir.)

Maliyet

Düşük (Kahve/çay ikramı ve mekân koordinasyonu.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Daha uzun ya da daha kısa olabilir.)

Uygulama süresi, 60-90 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-12 kişi (Sohbetin herkesi kapsayabilmesi için sayı düşük tutulmalıdır.)

Rol Alanlar

- Ev Sahibi/Moderatör, sohbeti başlatan ve herkesin söz almasını sağlayan kişi.
- Not Tutucu, konuşulan kritik noktaları, fazla belli etmeden, kaydeden (genellikle sohbet sonrası not alan) yardımcı.

Donanım ve Araçlar

- Sıcak içecekler, rahat koltuklar veya yuvarlak masa düzeni, not defteri.

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygun (Emekliler için mahalle kahvesi, gençler için modern kafeler, ev hanımları için ev buluşmaları.) "Çevrimiçi Kahve Sohbetleri" (Virtual Coffee Klatches) aracılığıyla uzaktan çalışan personel veya farklı şehirlerdeki paydaşlar arasında sosyal bağlar güçlendirilebilir.

Kahve Buluşmaları-Sohbetleri Uygulama Adımları

Bu yöntem kriz yönetimi değil, kriz çıkmasını engelleyen önleyici diyalog mekanizması işlevini taşır.

Uygulamayı yürütecek personelin sosyal zekâsı ve mahalle kültürüne adaptasyon yeteneği anahtar değerdir.

- Kalabalık bir miting havasına girmeksizin 8-12 kişi civarında küçük gruplarla daha derin ve dürüst bir iletişim kurulur.
- Samimi ortam, kişisel taleplerin artmasına neden olabileceğinden moderatör, kurumsal sınırları nezaketle hatırlatarak beklentiyi yönetmelidir.

1. Mekân ve Kitle Seçimi (Açılış)

- Doğal Ortam: Toplantı, belediye binası yerine mahalle sakinlerinin hâlihazırda vakit geçirdiği doğal buluşma noktalarında (yerel kahvehaneler, mahalle dernekleri, sosyal tesisler vb.) gerçekleştirilir.
- Temsiliyet: Katılımcıların sadece tek bir gruptan oluşmaması için farklı profiller (esnaf, veliler, gençler, emekliler) özel olarak ve nazikçe davet edilir.

2. Buz Kıran Başlangıç

- Sıcak Giriş: Toplantı asla bir sunum, slayt veya kürsü konuşmasıyla başlamaz. Kolaylaştırıcı, "Nasılsınız?" veya "Mahallede bugünlerde en çok neler konuşuluyor?" gibi samimi ve açık uçlu sorularla sohbeti başlatır.

3. Yönlendirilmemiş Sohbet (Uygulama)

- Halkın Gündemi: Moderatör konuyu önceden belirlenmiş sert bir gündeme hapsetmez. Vatandaşın o günkü asıl derdi neyse, sohbetin o yöne akmasına izin verilir.
- Etkin Dinleme: Personelin kibar, sabırlı ve düzgün bir iletişim tonuna sahip olması hayati önem taşır. Belediye ekipleri burada "öğreten" değil, "anlamaya çalışan" roldedir.

4. Derinlemesine Sorular (Analiz)

- Etki Odaklılık: Bir sorun dile getirildiğinde, hemen teknik çözüm sunmak yerine; "Peki bu durum sizin veya ailenizin günlük hayatını tam olarak nasıl etkiliyor?" gibi sorularla durumun sosyal boyutunu anlamak amacıyla derinleşmeye yönelik sorular sorulur.

5. Takip ve Geri Bildirim (Kapanış)

- Söz ve Eylem: Sohbetten çıkan somut talepler için "Şu konuda bir inceleme yapıp size mutlaka haber vereceğiz" sözü verilir.
- Güven İnşası: Verilen sözün takibi yapılır ve sonuçları (olumlu veya olumsuz) mahalleliye bildirilmelidir. Eğer bu adım atlanırsa, yöntem halkta "boş konuşma" algısı yaratır.
- Notlar: Karar süreçlerine, stratejik planlara destek olacak mahalle nabzı ve ihtiyaç notları çıkartılmasına destek olabilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.1.2. Akvaryum / Samoan Halkası

İç içe iki daire şeklinde yapılandırılır. Mekânikleri farklı olsa da "kalabalık bir grupta derinlemesine fikir alışverişi" amacına hizmet ederler ve benzer işlevli ikame yöntemler olarak değerlendirilir.

- Halka modelidir.
- **Ana Metot:** Akvaryum/Balık Kasesi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Samoan Halkası. İkame yöntemlerdir.
- **Analiz:** İç içe iki daire şeklinde yapılandırılan fiziksel oturma düzeni sayesinde büyük gruplarda derin diyalog sağlar. İç içe iki daire kurulur, tartışma iç dairede döner, dış daire dinler. Akvaryum daha kontrollü, Samoan daha demokratiktir. Akvaryum'da genellikle tartışmacılar sabittir (veya tek koltuk boştur); Samoan Halkası'nda ise koltuklar tamamen boştur ve isteyen girip çıkar. Grup çok dinamik ve hiyerarşisiz ise Samoan Halkası, daha kontrollü bir tartışma isteniyorsa Akvaryum tercih edilebilir.

Akvaryum / Balık Kâsesi (Fishbowl)

Hakkında

Derinlemesine tartışma ve deliberasyon (müzakere) odaklı yöntemlerdendir. Geniş bir katılımcı grubunun, iç içe geçmiş iki daire şeklinde yapılandırılarak; iç halkadakilere rol alan olarak konuyu tartıştığı, dış halkadakilere ise gözlemci olarak onları izlediği ve notlar aldığı bir müzakere tekniğidir. Konuşmacılar, genellikle belirli uzmanlığı olan kişiler arasından seçilir. Uygulamada bazı farklılıklar olmakla birlikte genelde iç dairedeki bir sandalye boş bırakılır, dışarıdan sürece dahil olan konuşmacı bu sandalyeye oturup konuştuktan sonra hemen geri döner. Bu metot, sırayla ve genellikle odak soru etrafında ilerler. Moderatör, aktif bir roledir; tartışmayı yönlendirir, zamanı yönetir ve kimi durumlarda sıradaki konuşmacıyı belirleyebilir.

İsmi, dışarıdaki izleyicilerin içerideki konuşmaları tıpkı bir akvaryumu izler gibi gözlemlemesinden alır. Balık kasesi yöntemi, dikkati harekete geçirmek, doğal dinleme ve gözlem becerilerini ilerletmek ve daha anlamlı bir sohbetin gerçekleşmesini sağlamak için etkili bir yöntemdir. "Akvaryum" veya "Balık Kasesi" (Fishbowl) adlarıyla bilinir.

Amaç

Büyük grupların gürültüsünden uzak odaklanmış bir diyalog oluşturarak tartışma süreçlerini halkın gözü önünde gerçekleştirmek ve dış çemberdeki kişilerin istediklerinde iç çembere dahil olarak pasiflikten kurtulmalarını ve hiyerarşiyi kırmalarını sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Tartışmalı ve çok taraflı yerel meselelerde (kentsel dönüşüm, göç politikaları), uzmanlar ile yerel halkın bir araya gelmesi gereken, ancak kalabalığın yönetilemeyeceği durumlarda, kurumsal değişim süreçlerinde farklı departmanların birbirini duymasını sağlamak için idealdir. Aktif dinleme ve derinlik sağlayarak geniş kitleleri pasif dinleyiciden aktif katılımcıya dönüştürmek için uygun olan bu yöntem, tüm grubun sohbete katılmasına imkân verir. Küçük gruplar halinde görüşmek yerine tek bir konuşma gerektiren konulara yönelik karar verme aşamasında faydalıdır. Görüş ayrılıklarının net olduğu, yapılandırılmış diyalog gerektiren durumlarda kullanılabilir.

Geleneksel tartışmalara veya panel görüşmelerine alternatif olarak kullanılabilen yöntem, tartışmalı konuları ele almak ve uzmanlığı paylaşmak için son derece dinamik bir ortam sunar.

Zorluk

Orta (Kolaylaştırıcının zaman yönetimi ve "iç-dış çember" trafiğini yönetme becerisi önemlidir.)

Maliyet

Düşük (Sadece yeterli sayıda sandalye ve uygun genişlikte bir mekân gerektirir.)

Süre

Hazırlık süresi, değişken

Uygulama süresi, 45-90 dakika (Giriş ve kurallar, 5-10 dakika. Tartışma döngüleri, 30-60 dakika. Özet bölümü, 10-20 dakika. Katılımcı sayısına bağlı olarak süre artıp azalır.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı; İç Çember (4-6 sandalye) ve Dış Çember (Mekâna bağlı olarak 20'den 100+ kişiye kadar) olacak şekilde orta ve büyük ölçekli gruplar için en uygun yöntem.)

Rol Alanlar

- Moderatör/Kolaylaştırıcı, tartışmayı ve süreyi yöneten kişi.
- Konuşmacılar (İç çember) ve Gözlemciler (Dış çember). İç çemberde konuşanlar yer alırken, dış çemberde dinleyiciler bulunur. Roller dönüşümlüdür.

Donanım ve Araçlar

- İç içe geçmiş iki daire şeklinde dizilmiş sandalyeler. İç çemberde mutlaka bir adet boş sandalye bırakılmalıdır.
- Mikrofon sistemi (büyük salonlarda kullanılır), not almak için yazı tahtası (Ortak çıktı duvarı). Ortada bir flipchart, renkli tahta kalemleri, kâğıt, kalem.

Yaş ve Uyarılama

12 yaş ve üzeri için uygun (aktif dinleme becerisi gerektirir). Bu yöntem yetişkin yaş grubunun yanı sıra özellikle ilkokul son sınıf ve ortaokul seviyesindeki çocuklar için yaygın kullanılan bir öğretim yöntemidir.

Akvaryum / Balık Kâsesi Uygulama Adımları

Bu yöntemde moderatörün rolü aktiftir. Tartışmayı yönlendirir, zamanı yönetir ve kimi durumlarda sıradaki konuşmacıyı belirleyebilir. Farklı varyasyonları olmakla birlikte genellikle iç dairedaki bir sandalye boş bırakılır ve dışarıdan biri gelince konuşup hemen yerine döner. Konuşmacılar belirli uzmanlıkları olan kişiler arasından seçilebilir. Sırayla ve bir odak sorusu etrafında ilerler.

Katılımcılar dışarıdan içeriye girmeye cesaret edemezse kolaylaştırıcı, tartışmayı kışkırtacak sorular sormalı ya da kısa molalar verilerek geçiş teşvik edilmelidir.

1. Mekân Düzeni ve Açılış:

- Yalnızca sandalyelerin olduğu geniş ferah bir alan seçilir. Sandalyeler, odanın içinde iki eş merkezli daire şeklinde, iç içe iki halka olarak dizilir. İçteki daire, sohbet eden katılımcıların (4-5 sandalye), dıştaki daire ise gözlemci olarak görev yapan katılımcıların yer alması amacıyla hazırlanır. İç halkadaki sandalyelerden biri boş bırakılır.

2. Başlangıç ve Bilgilendirme:

- Ortada yer alan bir flipchart üzerine anahtar kelimeler, tartışılacak konu ve sorular yazılır. Kolaylaştırıcı konuyu ve "boş sandalye" kuralını açıklar. Süreç, hedef ve ele alınacak konu detaylıca açıklanır. Seçilen temaya dair uzman ya da deneyimli katılımcılardan oluşan bir grup, iç gruba davet edilir. Uygulama esnasında kolaylaştırıcı, konuşma süresine sınır koymalıdır; ayrıca dış çemberden içeri geçiş için de net kural tanımlanmalıdır.
- Kolaylaştırıcı, dış çemberdekilerin her zaman sessizce gözlem yapmasını sağlamalı, gözlem yapıp notlar almalarını teşvik etmelidir. İç çembere geçmeye hazır olmak için sorular ve yorumlar hazırlayabilirler. Tartışma ve kitle uygun ise her grup için 15 dakika tartışma blokları oluşturulabilir. Süre dolunca yeni grup aynı ya da farklı bir konu ile devam eder.

3. Tartışmanın Başlaması:

- Belirlenen 3-4 kişi iç çembere oturur ve konuyu tartışmaya başlar. Dış çemberdekiler sessizce dinler ve not alır.

4. Boş Sandalye Kuralı (Açık Akvaryum):

- Katkıda bulunmak veya gözlemlemek için iç ve dış çember arasında geçiş yapılabilir. Dış çemberden biri tartışmaya dahil olmak isterse gelir ve iç çemberdeki boş sandalyeye oturur. O oturduğunda, iç çemberdeki diğer kişilerden biri gönüllü olarak kalkıp dış çembere geçer. Böylece bir sandalyenin boş kalma döngüsü sürekli devam etmiş olur.

5. Kapanış ve Yansıtma:

- Atölye sonunda, moderatör tartışmayı özetlemelidir. İç çemberdeki sandalyeleri kaldırdıktan sonra değerlendirme için sözü dinleyicilere açarak, "Neler duydunuz? Sizi şaşırtan bir şey oldu mu?" ya da "Ne öğrenildi? En güçlü öneriler neler? Açık kalan sorular neler?" şeklinde, sürecin genel bir değerlendirmesinin yapılmasını sağlar. Katılımcıların kendi sonuçlarına vararak

özgürce yorum yapmalarının desteklenmesi önerilir. Görüşleri almak için yapışkan notlar ve dijital uygulamalar da kullanılabilir. Tartışma sonunda; “Üzerinde uzlaşılan noktalar (ortak görüş raporları)” ve “Farklılaşan görüşler (anlaşmazlık noktaları)”, çıktı panosunda yer alır.

- Balık kasesi, neredeyse her zaman daha geniş bir diyalog ve müzakere sürecinin parçasıdır.
- Uygulama sona erdikten sonra katılımcılara özet belge ve önemli kaynakların listesini sunmak faydalı olabilir.

Akvaryum (Fishbowl) Yöntemine İlişkin Diğer Varyasyonlar:

1. Varyasyon: Orta grupta sadece iki sandalye bulunur. Dışarıdan akvaryuma dahil olmak isteyen kişi, yerine geçmek istediği kişinin, konuşmadığı bir anda, omzuna dokunur ve yer değiştirirler.

2. Varyasyon: Grup, iki küçük ve ayrı alt gruba (Örneğin, erkekler ve kadınlar veya yaşlı ve genç katılımcılar) ayrılabilir; bu alt gruplar ayrı ayrı toplanır ve diğer grup için kartlara yazılmış üç ila dört soru üretir. Katılımcılar tekrar bir araya gelir, kartları değiştirir ve bir alt grup diğerinin içinde olacak şekilde ve her ikisi de içe dönük olarak iki daire oluşturur. İçteki grup bir soruyu okur ve tartışır, dıştakiler ise dinler, ancak konuşmaz. Her soru benzer şekilde tartışılarak içteki herkesin konuşmaya dahil olması sağlanır. Daha sonra daireler tersine çevrilir. Bu versiyon, otuz-altmış kişilik gruplar için uygundur.

3. Varyasyon: Balık kasesi tartışmasını belirli bir süre, örneğin yarım saat boyunca devam ettirmek ve sonrasında tartışmanın durdurularak iç çemberde olmayanların, iç çemberde duydukları hakkında düşüncelerini ve yorumlarını sunmaya davet edilmesi, şeklinde uygulanır.

4. Varyasyon: Sosyal medya platformları ya da çeşitli dijital düşünce paylaşım araçları gibi teknoloji destekli kullanımdır. Çevrimiçi platformlarda (Zoom vb.) "Spotlight" özelliği kullanılarak veya sadece konuşmacıların kamerasını açmasıyla dijital balık kasesi (akvaryum) oluşturulabilir. Bu uygulama dış çemberdeki tüm katılımcılara, sıra beklemlerine gerek kalmadan düşüncelerini halka açık çevrimiçi forumda paylaşma fırsatı verir. Çevrimiçi forum, iç çemberin ek konuşma noktaları olarak kullanması veya fikirler geliştirmesi için odaya da yansıtılır. Bu varyasyon, dışadönük ve içedönük bireyleri destekleyen bir ortam sağlar. Dışadönükler grubun önünde konuşurken, içedönükler düşüncelerini çevrimiçi halka açık forumda paylaşır. Dış çember katılımcıları için de bir açık koltuk tutularak istedikleri zaman iç çemberdeki balık kasesine katılıp düşüncelerini sözlü olarak paylaşabilmeleri mümkün hale getirilir.

5. Varyasyon-Kapalı Akvaryum Yöntemi: Bazı durumlarda dışarıdan içeriye geçişe izin verilmez; sadece uzmanlar konuşur ve süre sonunda soru-cevap yapılır. Ortada boş sandalye de bulunmaz. Bu yöntem kimi zaman süreli olarak da uygulanır ve tüm gruplar konuşmalarını bitirdikten sonra moderatör akvaryumu kapatır ve tartışmayı özetler.

Ancak etkili bir katılım için "Açık Akvaryum" (ortada boş sandalyeli şekilde) her zaman daha verimlidir.

(ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026); (Wikipedia, Fishbowl (conversation), 2024); (MSPGuide, 2022); (Gamestroming, 20026); (FAO, 2026); (BetterEvaluation, 2026); (SessionLab, Fishbowl Discussion, 2026).

Samoan Halkası (Samoan Circle)

Hakkında

Samoan Halkası, iç içe geçmiş iki halkadan oluşan bir tartışma düzenidir. İç halka "aktif tartışma alanı", dış halka ise "aktif dinleme alanı"dır. Tartışma sadece iç halkadaki (genellikle 4-5 kişi) katılımcılar arasında dönerken, dış halkadakiler sadece dinler. Sözü biten iç halka katılımcısı dışarı çıkar. Konuşmak isteyen dış halkadan birisi isterse iç halkaya dahil olabilir. Aktif katılımı teşvik edecek lidersiz toplantı organizasyonu yönüyle dikkat çeken bu yöntemde kolaylaştırıcı sadece kuralları söyler ve geri çekilir. Süreç tamamen kendi kendini yönetir (Self-managing). Akvaryum ile neredeyse aynı olan yöntemin ana katılımcısı, halktır ve görüşlerini söyleyen kişi kalkıp diğer katılımcılara yer açar.

Samoan Halkası, adını Samoa kültüründeki geleneksel topluluk toplantılarından alır. En önemli özelliği lidersiz ve tamamen demokratik bir süreç olmasıdır. Protokolü ve hiyerarşiyi tamamen ortadan kaldırmak için tasarlanmıştır.

Amaç

Geniş kitlelerin katıldığı toplantılarda kaosu önüne geçmek, tartışmanın odağını korumak ve mikrofonun sadece belirli kişilerin elinde kalmasını engelleyerek "herkesin her an dahil olabileceği" dinamik bir etkileşim alanı yaratmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Çatışmalı, hassas veya hiyerarşinin kırılmak istendiği geniş katılım toplantıları için idealdir. Grubun iç dinamikleriyle, hiyerarşisiz ve tamamen kendi kendini yöneten bir akışla tartışması isteniyorsa Samoan Halkası tercih edilebilir. Yöntem, aktif dinleme becerisinin gelişmesi, tartışmanın tekelleşmesinin önlenmesi ve sessiz kalan katılımcıların "anlık cesaretle" halkaya girip görüş bildirebilmesi gibi kazanımlar sağlar.

Zorluk

Orta (Kuralların disiplinli bir şekilde uygulanması gerekir.)

Maliyet

Düşük (Sadece sandalye dizilimi ve geniş bir mekân yeterlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, duyuru ve davet gibi ön hazırlıklar gerektirir.

Uygulama süresi, 1,5-2,5 saat (Sandalye düzeninin kurulması 20 dakika, konunun derinliğine bağlı olarak artıp azalan uygulama süresi 60-120 dakika, özetleme ve kapanış 20 dakika.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-100 kişi (İç Halka/Konuşmacılar için 4-5 sandalye ve Dış Halka/Dinleyiciler için sandalyeler)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Moderatör, tartışmaya müdahale etmez; sadece "halkaya giriş-çıkış" kurallarını ve süreyi denetler. Genellikle Yüksek Motivasyonlu ve Söyleyecek Sözü Olan, Hiyerarşiyi Reddeden/Eşitlik Arayan, öz disiplini yüksek ve girişken kişiler dinamiğine sahiptir. Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Hareket ettirilebilir sandalyeler.
- Varsa iç halka için bir adet sabit mikrofon (kayıt veya duyum için).
- Flipchart/pano, tahta kalemleri, kâğıt ve kalemler.

Yaş ve Uyarılama

Gençler ve yetişkinler için son derece uygundur. Okullarda veya gençlik meclislerinde "boş sandalye" kuralı daha eğlenceli ve dinamik kurgulanabilir. Profesyonel ortamlarda her sandalyeye bir "rol" (Örneğin, Uzman, Vatandaş, Karar Verici) atanabilir.

Samoan Halkası Uygulama Adımları

Süreç tamamen kendi kendini yönetir. Moderatör sadece kuralları söyler ve geri çekilir. Kolaylaştırıcı tartışmanın içeriğine veya yönüne asla müdahale etmemeli; kuralların (sessizlik, yer değişimi gibi) uygulanmasını denetlemelidir. Tartışma doğal olarak tükendiğinde veya içerideki 4 sandalyeden insanlar kalkıp yerlerine yenileri gelmediğinde süreç kendiliğinden sona erer.

Çok hızlı ve dinamik gelişen bir süreç olduğu için tartışmaları kaydedecek (sesli/görüntülü) ve not alacak birden fazla kişinin görevlendirilmesi gerekir.

1. Mekân Düzeni ve Kuralların Açıklanması (Açılış)

- Daire Düzeni: Mekân, ortada bir masa (isteğe bağlı) ve etrafında iç içe iki daire olacak şekilde düzenlenir. İç halkada genellikle 4-6 sandalye bulunur.
- Protokol (Sessizlik Kuralı) (10 dk): Kolaylaştırıcı kuralları net bir şekilde açıklar: *"Sadece iç halkadakiler konuşur. Dış halkadakiler sessizce dinler. İç halkada sözü biten kişi, kalkarak yeni konuşmacılara yer açar. Konuşmak isteyen kişi, iç halkadaki boş sandalyeye oturur."*

2. Dinamik Tartışma Süreci (Uygulama) (60-90 dk)

- Rol Değişimi: Tartışma başladığında, iç halkadaki katılımcılar fikirlerini söyledikten sonra gönüllü olarak halkadan ayrılır. Boşalan koltuğa dış halkadan biri geçer.
- Akış: Dışarıdan bir talep geldiğinde veya iç halkadaki bir katılımcı sözünü bitirdiğinde yerini devreder. Bu sayede diyalog sürekli taze kan kazanır, ancak konuşmacı sayısı sınırlı olduğu için odak dağılmaz.
- Teknik Destek: Katılımın yoğun olduğu salonlarda her iki halkadaki sesin duyulması için telsiz mikروفonlar kullanılmalıdır.

3. Fikir Haritalama (Ortak Çıktı Duvarı) (20 dk)

- Görsel Kayıt: Tartışma sürerken görevlendirilen not tutucular, önemli argümanları, itirazları ve uzlaşi noktalarını anlık olarak bir panoya veya dijital ekrana yansıtır.
- Analiz: Süreç sonunda oluşan bu "fikir haritası", tüm katılımcılar tarafından incelenerek büyük resmin görülmesi sağlanır.

4. Sentez ve Vedalaşma (Kapanış) (10-20 dk)

- Özet: Kolaylaştırıcı, halkada dile getirilen temel noktaları tarafsız bir şekilde özetler.
- Mühürleme: Tartışılan konunun belediyenin karar süreçlerine nasıl dahil edileceği açıklanarak toplantı bitirilir.
- Nihai Çıktı: Tartışılan konuya dair çok boyutlu bir "Görüş ve Uzlaşi Raporu", paydaşlar arası ortak noktaları gösteren "Kentsel Diyalog Haritası" ortaya çıkmış olur.

(Yılmaz, 2013); (CommunityPlanning, 2026); (Participedia, Samoan Halkası, 2026); (TheWorldBank, 2026); (CIVICUS, 2026)

3.1.3. Yurttaşlar Meclisi / Dağıtılmış Diyalog

Bu yöntemler, vatandaşların üst düzey karar ortağı olmaları için gerekli alt yapıyı sağlar. Biri diğerinin üst başlığıdır.

- Vatandaş odaklı ve bilgiye dayalı yöntemler.
- **Ana Metot:** Yurttaşlar Meclisi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Dağıtılmış Diyalog. Biri diğerinin üst başlığı olarak değerlendirilir.
- **Analiz:** Yurttaşlar Meclisi, bir görev tanımı çerçevesince öğrenme, müzakere ve oylama sonucu karar vericilere sunulacak resmi tavsiyeler oluşturulmasını sağlar. Demografik olarak kenti/toplumu temsil eden rastgele seçilmiş vatandaşların (kura yöntemi), uzmanlardan eğitim aldıktan sonra karmaşık bir konuyu günlerce müzakere edip hükümete/belediyeye tavsiye kararı sunduğu makro bir yapıdır. Diyalog (Distributed Dialogue) ise bu büyük meclisin tartışma konularını veya tartışmalarını kentin farklı mahallelerindeki küçük odaklara yayma operasyonudur.

Yurttaşlar Meclisi (Citizens' Assembly)

Hakkında

Yerel yönetimlerde katılımcı demokrasinin "Altın standardı" kabul edilen, popülist söylemleri bir kenara itip onun yerine bilgiye dayalı sağduyuyu koyan en ileri düzey yöntem Yurttaşlar Meclisi (Citizens' Assembly) tekniğidir. Bu yöntem, vatandaşları sadece "görüş sorulan" kişiler olmaktan çıkarıp, uzmanlar eşliğinde derinlemesine öğrenen ve somut politika önerileri geliştiren birer "karar ortağı" haline getirir.

Yurttaşlar Meclisi, toplumun demografik yapısını (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, bölge vb.) yansıtacak şekilde kura ile belirlenen 50 ila 150 kişiden oluşur. Katılımcılar, belirli bir "görev tanımı" çerçevesinde, önce öğrenir, sonra müzakere eder ve sonunda oylama yaparak karar vericilere sunulacak resmi tavsiyeleri oluşturur. Siyasi partilerin etkisinden uzak, tamamen vatandaş odaklı bir yapıdır. Meclis süreci, görevlendirme makamından bağımsız bir sekreteryaya ve başkan tarafından yönetilmelidir. Meclis, popülist baskılardan uzak, tarafsız bilgiye dayalı ortak aklın hâkim olduğu bir ortam sunar.

Amaç

Siyasi açıdan zorlayıcı veya tıkanmış konularda toplumsal uzlaşa sağlamak, karar alma süreçlerine yüksek meşruiyet kazandırmak ve "sıradan" insanların uzman görüşleri ışığında ne kadar mantıklı kararlar verebileceğini kanıtlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Karmaşık ve tartışmalı sorunlara farklı bakış açıları getirmek, öğrenme ve akranlarla tartışmalara, katılımcıların görüşlerini geliştirip değiştirmelerine, politika oluşturmada şeffaflığa, politika yapıcılara güvene, katılımcıların bilgi ve becerilerinin artmasına, kamuoyu aracılığıyla politika yapıcılara fikir verebilmeye uygundur. Yüksek düzeyde demokratik meşruiyet ve derinlemesine incelenmiş halk görüşü sağlar; kutuplaşmanın azalmasına destek verir.

Zorluk

Zor (Organizasyonel lojistik, kura süreci ve kolaylaştırıcının uzmanlığını gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Katılımcıların ulaşım/konaklama/katılım ücretleri, uzman konuşmacılar ve profesyonel moderatörler.)

Süre

Hazırlık süresi, 3-6 ay

Uygulama süresi, 4-6 hafta (Genellikle hafta sonuna yayılan yoğun oturumlar şeklinde)

Düzenlemek bir yıldan fazla sürebilir. Üye bulma, hazırlık ve öğrenme aşaması için kanıtların incelenmesi en uzun aşamadır. Uygulama ise birkaç ay sürebilir veya zamana yayılarak tekrarlanabilir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 50-150 kişi (Toplumun mikro-kozmosunu oluşturacak kadar büyük, müzakere edilebilecek kadar küçük.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcılar, tartışmayı yöneten, sessiz kalanları teşvik eden ve zamanı ayarlayan kişi/kişiler.
- Katılımcılar, STK, araştırmacı, politika yapıcı, vatandaş gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Masa, sandalye, kâğıt, renkli kalemler, bilgi materyalleri, flipchart, sunum tahtaları gibi.

Yurttaşlar Meclisi Uygulama Adımları

Eğer politika yapıcılar sonuçları uygulamayacaksa, süreç sembolik kalır ve halkta büyük hayal kırıklığı yaratır. Geniş ve her kesimi kapsayan grubu bir araya getirmek lojistik ve finansal açıdan uzmanlık gerektirir. Oldukça karmaşık, zaman alıcı (1 yıl veya daha uzun da sürebilir) ve maliyetli bir süreçtir.

1. Görev Tanımı ve Kura (Seçim Aşaması)

- Soru Belirleme: Meclisin cevap arayacağı soru netleştirilir (Örneğin, “Bir bölge, iklim krizine nasıl hazırlanmalı?”).
- Tabakalı Örnekleme: 100-150 arası katılımcı, seçmen kayıtlarından rastgele seçilir; ancak cinsiyet, mahalle ve dezavantajlı grup kotalarıyla kentin tam bir mikrokozmosu oluşturulur.

2. Uzman Panelleri (Öğrenme Aşaması)

- Tarafsız Bilgilendirme: Katılımcılar, konuyla ilgili farklı/zıt görüşlere sahip akademisyenleri, paydaşları ve politika yapıcılarını dinler.
- Materyal Desteği: Meclis başlamadan önce katılımcılara giriş niteliğinde, tarafsız öğrenme setleri sunulur.

3. Müzakere ve Kamuoyu Dinleme

- Küçük Grup Masaları: Profesyonel kolaylaştırıcılar eşliğinde bilgiler tartışılır.
- Geniş Katılım: Süreç şeffaflık adına internetten yayınlanır ve meclis dışındaki vatandaşların da çevrimiçi forumlar veya toplantılar yoluyla sürece fikir vermesi sağlanır.

4. Taslak Oluşturma ve Oylama

- Öneri Listesi: Üyeler, öğrendikleri bilgiler ışığında uygulanmasını istedikleri maddeleri yazar.
- Yüksek Eşik: Her madde meclis içinde oylanır. Meşruiyet için genellikle %70-80 gibi yüksek bir kabul eşiği aranır.

5. Resmi Sunum ve Cevap (Kapanış)

- Tavsiye Raporu: Kabul edilen öneriler Belediye Başkanı'na veya Belediye Meclisi'ne resmi bir rapor olarak sunulur. Karar vericiler, bu raporu gündeme almak ve cevaplamakla yükümlüdür.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (OECD, 2026); (Gemini, 2026).

Dağıtılmış Diyalog (Distributed Dialogue)

Hakkında

Büyük ve merkezi bir toplantı yapmak yerine, tartışmayı insanların doğal olarak bulundukları yerlere (kafeler, okullar, kütüphaneler, mahalle evleri gibi) yayarak gerçekleştiren “merkeziyetsiz katılım” yöntemidir. Yöntem, "insanların ayağına gitme" hedefiyle "yukarıdan aşağıya" işleyen hiyerarşiyi kırar, karar alma sürecini yerelleştirir ve vatandaşla karar vericiler arasında uzun vadeli bir ilişki kurar. Strateji ve politika geliştirme süreçlerine bilgi sağlamak amacıyla çok çeşitli araştırma topluluklarını, paydaşları ve kamuoyunu dahil etmeyi hedefler. Genellikle araştırmacılar ve diğer ilgili taraflarca düzenlenen, farklı coğrafi bölgelerde ve çeşitli medya araçları aracılığıyla gerçekleştirilen bir dizi diyalog etkinliğini küçük gruplar halinde gerçekleştiren bu yerel diyaloglar, standart bir tartışma rehberi kullanılarak yürütülür ve sonuçlar merkezi bir havuzda toplanarak büyük resim oluşturulur.

Amaç

Kamu katılım yaklaşımında bir konu etrafında devam eden iç içe geçmiş tartışmalar geliştirmeyi, strateji ve politika süreçlerine bilgi sağlamayı amaçlar; iş birliği, diyalog, güçlendirme, paydaş katılımı gibi uygulamalara yönelik kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kamuoyu diyaloğuna yeni bir yaklaşım sunmak, farklı yerlerdeki çeşitli paydaşlarla etkileşim sağlamak, katılımcıların umutları, endişeleri ve isteklerine dair faydalı bilgilerin ortaya çıkmasına destek olmak için uygundur. Tüm şehri ilgilendiren geniş kapsamlı konular (İklim değişikliği eylem planı, ulaşım stratejileri, uzun vadeli şehir vizyonu gibi) veya mahalle bazlı hassas yerel kararlar için kullanılabilir. Örneğin, detaylı bir "Mahalle Bazlı Atık Haritası" oluşturmak için idealdir.

Zorluk

Orta/Zor (Çok sayıda küçük grubun koordinasyonu, moderatör eğitimi ve verilerin standartlaştırılması lojistik çaba gerektirir.)

Maliyet

Orta (Moderatör eğitimleri, tartışma kitlerinin hazırlanması ve farklı mekânların organizasyonu.)

Süre

Hazırlık süresi, 3-4 hafta (Tartışma rehberinin hazırlanması ve kolaylaştırıcı eğitimi)

Uygulama süresi, diyalog süreci 2-4 hafta ve sentez süreci 1 hafta.

Yöntemin, organizasyon ve yürütme süreci bir yıldan fazla sürer.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, grup başına 5-10 kişi olmak üzere sınırsız sayıda kişi olabilir.

Rol Alanlar

- Merkezi koordinatör, tüm süreci yöneten kişi.
- Yerel kolaylaştırıcılar, kendi gruplarını yöneten kişiler (gönüllüler veya muhtarlar gibi).
- Katılımcılar, STK'lar, araştırmacılar, politika yapıcılar, vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Diyalog kitleri (Tartışma soruları, arka plan bilgisi içeren broşürler, sonuç formları).
- Dijital araçlar (Sonuçların anlık girişi için Google Forms, SurveyMonkey gibi mobil formlar veya bir topluluk platformu).

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygun (Gençler için bir oyun salonunda, yaşlılar için bir emekli lokalinde yapılabilir). "Mutfak Masası Sohbetleri" olarak ev ortamlarına taşınabilir veya dijital kanallar üzerinden "Dağıtılmış Webinar" serileri olarak kurgulanabilir.

Dağıtılmış Diyalog Uygulama Adımları

"Dağıtılmış Diyalog", karmaşık meselelerin tek bir büyük toplantı yerine, şehrin farklı noktalarında eş zamanlı ve küçük gruplar halinde tartışılmasını sağlayan bir yöntemdir. Mevcut ağları desteklemek ve her noktadan sağlıklı veri toplamak zaman alıcı ve maliyetli olacağından kurumlar, kontrolün bir kısmını yerel aktörlere devredebilir. Müzakereci diyalog çerçevesini bir arada tutmak ve güçlü paydaş gruplarının süreci manipüle etmesini engellemek için güçlü bir liderlik ve yerel ortaklarla sağlam ilişkiler kurulması şarttır.

Kolaylaştırıcılar, tartışma boyunca tarafsız kalmalı, hazırlanan rehber teknik terimlerden arındırılmış ve sade bir dile sahip olmalı, vatandaş görüşlerinin nasıl değerlendirildiğine dair mutlaka karar vericiler bir geri bildirimde bulunmalıdır.

1. Rehber Hazırlama ve Eğitim (Açılış)

- Tartışma Materyalleri: Tartışılacak karmaşık konu net bir soru setine ve materyal paketine dönüştürülür. Bu paket; uygulama yönergeleri, gelecek senaryoları ve tartışma materyallerini içermelidir.
- Kolaylaştırıcı Eğitimi: Yerel noktalarda süreci yönetecek kişilere (topluluk aktivistleri, öğretmenler vb.) 2 saatlik kısa ve yoğun bir eğitim verilir.
- Açık Yapı: Hem belediyenin organize ettiği hem de dış grupların kendi inisiyatifiyle düzenleyebileceği esnek bir yapı kurulur.

2. Diyalogların Yayılması (Uygulama)

- Zaman ve Mekân: Belirlenen 2 hafta boyunca, örneğin 20 farklı mahallede veya noktada aynı konunun tartışılması sağlanır. Her oturumun yaklaşık 90 dakika sürmesi idealdir.
- Yerel Yetki Devri: Mevcut ağlarla (STK'lar, okullar vb.) çalışılmalıdır. Bu gruplara mekân temini, malzeme, danışmanlık ve gerekirse finansman desteği sağlayarak süreç yerelleştirilir.
- Tanıtım: "Olağan şüphelilerin" ötesine geçmek için kitle iletişim araçlarını kullanarak etkinliğin geniş kitlelere duyurulması önemlidir.

3. Veri Toplama ve Sonuç Formu

- Ortak Çıktı Kuralı: Her grup tartışmasının sonunda, grupta uzlaşılan 3 ana görüşü ve 2 somut öneriyi standart bir sonuç formuna işler.
- Veri Kanalı: Sonuçların merkezi karar alma sürecine geri bildirilmesi için net bir iletişim kanalı oluşturulur.

4. Ortak Çıktı Duvarı ve Analiz

- Birleştirme: Tüm gruplardan gelen formlar, dijital veya fiziksel bir panoda birleştirilir.
- Karşılaştırma: Farklı mahallelerden gelen veriler arasındaki benzerlikler ve radikal farklar analiz edilerek genel eğilim belirlenir.

5. Kapanış ve Geri Bildirim

- Sonuçların İletimi: Birleştirilen sonuçlar tüm katılımcılara şeffaf bir şekilde sunulur: *"Sizin mahallenizden bu görüşler çıktı, şehrin toplamında ise şu karara varıldı."*
- Karar Bağlantısı: Diyalogun sonucu mutlaka ilgili karar alma döngüsüyle (Örneğin, Stratejik Plan) ilişkilendirilir ve halka duyurulur.

(ActionCatalogue, Distributed Dialogue Technique, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.1.4. Açık Alan Teknolojisi (OST)

Kalabalık bir grupta derinlemesine fikir alışverişi amacına hizmet eden niş yöntemdir.

- Gündemsiz formlardandır.
- **Ana Metot:** Açık Alan Teknolojisi (OST).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Tamamen bağımsız niş bir yöntemdir.
- **Analiz:** Gündemsiz toplanıp kendi gündemini yaratan devasa gruplar için alternatifsiz bir yöntemdir. Gündem oluşturmak için katılımcılar, etkinliğin yapılacağı sabah, boş bir duvara post-it'ler asarak belirleme yapar; katı kuralları yoktur. "İki Ayak Kanunu" (öğrenmediğin veya katkı sunmadığın oturumu terk et) ile çalışan, kendi kendini organize eden (self-organizing) devasa bir müzakere metodolojisidir.

Açık Alan Teknolojisi (Open Space Technology-OST)

Hakkında

Katılımcıların kendi gündemlerini oluşturdukları, hiyerarşinin olmadığı, esnek ve kapsayıcı bir katılım yöntemidir; insanların bir amaç etrafında kendi kendilerini örgütleyebilmeleri için "alan açma" arzusundan doğmuştur. Katılımcılar, yönlendirici bir amaç etrafında bir araya getirilir ve bir ilan panosu şeklinde gündemlerini oluşturur. Bu maddeler potansiyel alt oturumlara dönüştürülür.

Teknik, örgüt/organizasyon danışmanı Harrison Owen'ın 1983 yılında katıldığı bir konferans esnasında katılımcıların oturumlardan ziyade kahve molalarında daha üretken olduklarını fark etmesiyle ortaya çıkmıştır. Teknoloji ve inovasyon çevrelerinde "BarCamp" veya "Unconference" isimleriyle bilinir.

Amaç

Karmaşık ve çatışmacı potansiyeli olan sorunlara yönelik kısa sürede büyük miktarda nitel veri ve bilgi akışı sağlayarak üretken yollardan yenilikçi çözümler üretmek, sistem analizi ve strateji geliştirmek.

Uygunluk Önerisi

Çeşitli paydaş gruplarının organize olup acil ve karmaşık sorunlarla başa çıkmasına yöneliktir. Farklı görüş sahipleri ve çekingen katılımcılar da rahatça dahil olur. Çözüm yollarının tükendiği ve sürecin tıkanmış hissettirdiği durumlarda uygulanması son derece uygundur. "Politika oluşturma, Program geliştirme, Proje tanımı, Araştırma faaliyeti, İş birliği, Diyalog ve Halkın siyasi olarak güçlendirilmesi gibi" uygulama amaçlarına dayanır.

Zorluk

Zor (Uygulayıcı için en büyük zorluk, kontrolü tamamen katılımcılara bırakma ve belirsizliği yönetme disiplini.)

Maliyet

Düşük/Orta (Gereken temel kaynaklar mekân ve kırtasiye malzemeleridir. Ana maliyeti katılımcı sayısı ve ikram kalemleri belirler.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, toplamda 2 saatten 3 güne kadar değişebilir (Gündem oluşturma, 60-90 dakika. Grup oturumları her biri yaklaşık 90 dakika. Kapanış, 30-60 dakika.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-500 kişi (Minimum 5 kişi ve maksimum 2.000+ kişi. Ancak lojistik imkanlar dahilinde üst sınır yoktur.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı, alanı açan, gerektiğinde soruları cevaplayan kişidir.
- Sunucular, konuyu açan kişilerdir.
- Paydaşlar, STK'lar, kamu, sanayi, araştırmacılar gibi kişi ve gruplardan oluşur.
- Katılımcıların seçiminde, gönüllü öz seçim ilkesine rağmen, davetiyenin gönderileceği kişiler/ana sayfalar/dağıtım listeleri vb. etkinliğin amaçlarına uygun olarak seçilmeli ve her paydaşın yeterince temsil edildiğinden emin olmalıdır. Katılımcılar, uygulamada "Arılar (gezgin katılımcılar) ve Kelebekler (gözlemciler)" olarak gruplandırılır.

Donanım ve Araçlar

- Geniş salon, engelsiz alan, taşınabilir sandalyeler.
- Büyük boy kağıtlar, kalın marker kalem, kayıt ve çoğaltma ekipmanları, bant.

- Pazar Yeri Duvarı (matris), Haber Duvarı (raporlar).
- Konuşma Çubuğu/mikrofon ve çan/zil.

Çevrimiçi Uygulamalar için dijital araçlar;

- Alt gruplara ayrılabilen odalar ve iş birliği panoları içeren konferans aracı.
- Breakout rooms ve Miro/Mural gibi iş birliği panoları.

Yaş ve Uyarılama

Gençlerden yaşlılara hemen her yaş için uygundur. Çocuklarla yapılan uygulamalarda "pazar yeri" görseller ve çizimlerle desteklenebilir. Fiziksel engeli olan katılımcılar için oturum alanları arasındaki mesafe ve erişilebilirlik "İki Ayak Yasası"nın rahatça uygulanabilmesi için önceden optimize edilir.

Açık Alan Teknolojisi-OST Uygulama Adımları

Yapılandırılmış bir metot değildir; özellikle büyük ölçekli etkinliklerde, katılımcıların ne yapmaları gerektiği konusunda soru sorabilecekleri bir alanın her zaman mevcut olması sağlanmalıdır. Atölye çalışması için birden fazla gün ayrıldığında, daha derin bir anlayış ve bağlılık elde etmek için aynı adımlar tekrarlanabilir.

Atölye çalışma başlıklarının yazıldığı kâğıtlara yapıştırılmak üzere alan numarası ve zaman dilimini içeren yapışkan notlar yer alır. Atölyenin genel temasının yayınlanabileceği boş bir duvar seçilir; ayrıca bir "Gündem Duvarı" ve bir "Haber Duvarı" oluşturulur. Atölye çalışma ve oturumlarının iyi bir şekilde kaydedildiğinden emin olunmalıdır (tutanaklar, dijital ses kaydı gibi).

Yöntem çeşitli ilkeler ve iki ayak yarasını içerir.

- *Kim gelirse gelsin, doğru kişidir.* (Konuya ilişkin tutku ve katılım, organizasyon şemasındaki pozisyonundan daha önemlidir.)
- *Ne zaman başlarsa doğru zaman odur.* (Üretken yeni fikirler için zamanlama kısıtı yoktur.)
- *Bittiği zaman biter.* (İşin yapılması, etkinliğin programına bağlı kalmaktan daha mühimdir. Önemli olan atölyedeki verimli geçirilen zamandır ve katılımcı artık tartışılacak değerli bir şey kalmadığını düşündüğünde başka atölyeye geçebilir, ara verebilir.)
- *Ne olursa olur.* (Geçmiş olaylar ve kaçırılan fırsatlar üzerinde durmak veya şikâyet etmek zaman kaybıdır, önemli olan o sırada gerçekleşenlere odaklanıp çözüm üretmektir; bu yüzden beklentiler arka plana itilerek yola devam edilmelidir.)

Ana kural, iki ayak kuralıdır. (Katılımcılar, bir şey öğrenmediklerini ve bir katkıda bulunmadıklarını düşündüklerinde, tartışma onlar için ilgi çekici olmayan bir yöne kaymaya başladığında, başka seansa gitmekte özgürdür veya daha küçük bir grupta yoğun tartışmaya girebilir ya da kişisel düşünme için ara verebilirler.)

1. Açılış (15-30 dk):

- Girişte, kolaylaştırıcı, tüm katılımcıların eşit olduğunu hatırlatır; temel ilkeler ve kurallara dair detaylı bilgi verir. Katılımcılar, belirlenen tema ile bağlantılı, ilgi duydukları alanlarda tartışma grubu oluşturmak ve kişisel sorumluluk almak üzere, gündem belirlemek için davet edilir.

2. Gündem Oluşturma (60 dk):

- Gündem belirlemek için isteyen katılımcılar, düzenlemek istedikleri atölye çalışmalarının başlıklarını yazarak panoda bulunan boş bir zaman dilimine asar. Gündem belirleme sürecinde kullanılan ilan panosu, oturumlar için saat ve sütun dilimlerine ayrılarak kullanılır.
- İlan panosu atölye çalışma formlarıyla dolduktan sonra, kolaylaştırıcı tarafından "Pazar Yeri" adı verilen alan açılır ve tüm katılımcılar, panodaki istedikleri bir atölye oturumuna isimlerini

yazarak kaydolabilir. Katılımcıların aynı zaman diliminde yer alan atölye çalışmalarına katılmak istemesi halinde bu atölyeler birleştirilebilir ya da katılımcı tercihinin yoğun olduğu atölyeler bölünebilir.

- Bir katılımcı, birden fazla atölye çalışması düzenleyebilir, ancak sadece önerilenlere de katılabilir.

3. Atölye Uygulamaları (Seanslar) (60-90 dk):

- Gündem belirleme ve kayıt işlemlerinden sonra katılımcılar, duyurulan alanlarda atölye çalışmalarına başlar. Her atölye alanında, yapılan tartışma ve sonuçlar not alınır (Oturumlar için kolaylaştırıcı görevlendirme), gerekirse görsel destekleme amacıyla alandaki flipchart kullanılır. Oturum raporları anlık olarak ortak çıktı duvarına (haber duvarı) asılır.

4. Kapanış (30-60 dk):

- Kolaylaştırıcı tarafından günün olaylarının özetlendiği ve katılımcılara deneyimlerini ve öğrendikleri dersleri yorumlama fırsatının verildiği bir final genel oturumu yapılır. Katılımcılar, en önemli öğrenme noktalarını veya öne çıkanları paylaşmaya davet edilir. Tüm sonuçlar okunarak tartışmaksızın üzerinde konuşulur. Süreç sonunda ortaya çıkan tartışma notları ve oturum çıktıları derlenerek bir çalıştay bildiriler kitabı veya sonuç raporu haline getirilir. Bu çıktılar; temel temaları ve önerileri ortaya koyarak araştırma stratejilerinin geliştirilmesine, politika ve proje süreçlerine girdi sağlanmasına ve paydaşlar arasında bilgi paylaşımının güçlenmesine katkı sunar.

(Yılmaz, 2013); (AçıkAlan, 2026); (MSP, 2026); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (SessionLab, 40 problem çözme tekniği, 2026); (Gamestorming, Kategoriler, 2026); (MichaelHerman, 2026); (ImageGeneration, 2026); (ChrisCorrigan, 2026); (Güleç, Doğru Araçlar, Etkili Süreçler: Katılım Yöntemleri, 2025).

3.1.5. Müzakereci Vatandaş Buluşması (DEMOCS)

Özel niş yöntemlerden (Bağımsız yöntem) olduğundan yerine bir yöntem kolayca ikame edilemez; kendine has bir "oyun" ve "teknik" unsur barındırır.

- Oyunlaştırılmış müzakeredir.
- **Ana Metot:** Müzakereci Vatandaş Buluşması (DEMOCS).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Tamamen bağımsız niş yöntemdir.
- **Analiz:** Özellikle karmaşık politika veya bilimsel konuları, küçük vatandaş gruplarının (6-8 kişi) özel kart oyunları ve rehberler eşliğinde, bir uzman olmadan kendi kendilerine derinlemesine tartışabilmeleri için tasarlanmıştır. Oyunlaştırılmış kart tabanlı bir müzakere aracı olarak bilinir. İçinde "kart oyunu" mekaniği olduğu için diğer diyalog yöntemlerinden ayrılır. Bilgi kartları üzerinden tartışmayı yapılandırması nedeniyle serbest sohbetlerden daha tekniktir. Karmaşık teknik verilerin vatandaşa anlatılması gerekiyorsa tektir.

Müzakereci Vatandaş Buluşması (Deliberative Meeting of Citizens-DEMOCS)

Hakkında

DEMOCS (Deliberative Meeting of Citizens/Müzakereci Vatandaş Buluşması), karmaşık bilimsel ve teknolojik konuları, kamu politikalarını vatandaşlar için anlaşılır ve tartışılabilir hale getirmek amacıyla tasarlanmış, oyun tabanlı bir müzakere yöntemidir. Vatandaş jürileri ve müzakereci yoklama gibi yöntemlerin karmaşıklığını azaltarak geniş kitlelere yayılması için geliştirilmiştir. Yöntem, katılımcıların uzman olmalarına gerek kalmadan, kartlar aracılığıyla (bilgi ve sorun kartları) sunulan bilgiler üzerinden etik ve sosyal meseleleri tartıştığı bir "öğrenen tartışma" formatı olarak da bilinir. Geleneksel sıkıcı toplantıların aksine, rekabetten ziyade uzlaşma odaklı, interaktif bir yapıdadır. Herkesin üzerinde uzlaştığı cevabın bulunması için çaba harcanır.

Amaç

Vatandaş jürileri ve müzakereci yoklamanın bazı müzakereci özelliklerinin geniş kitlelere yayılması amacı taşır. Karmaşık ve anlaşılması zor teknik konuları vatandaşın günlük yaşamına indirmek, bilgiyi pasif bir sunumla değil, tartışma kartları üzerinden aktif bir şekilde edinmek ve katılımcı öğrenmeyi sağlamak, politika önerileri üretmek için uygulanır.

Uygunluk Önerisi

Vatandaşlarda yüksek düzeyde bilimsel okuryazarlık, empati geliştirme ve azınlıkta kalan görüşlerin temsil edilmesi, karmaşık konularda insanların görüş oluşturmaya teşvik, uzmanların nutuk söylemleriyle kitleyi pasifleştirmesinden kaçınma, deneyimsiz katılımcılara uygun ortam sağlama, halkın politika tartışmalarına dahil olması için uygundur.

Zorluk

Kolay/Orta (Kolaylaştırıcılar için özel bir eğitim gerekir; ancak katılımcılar için oyunun kuralları basittir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Temel maliyet, konuya özel hazırlanan DEMOCS kart setlerinin tasarımı ve basımıdır). Ücretsiz olarak alınıp indirilebilecek pek çok müzakereci vatandaş buluşması araçları mevcut. Örneğin, NEF veya Play Decide aracılığıyla katılım kitlerine ulaşmak mümkündür. Yeni bir kit/araç oluşturmanın maliyeti yüksek olabilir. Katılımcıları görevlendirmek ve sonuçları analiz etmek de ek kaynak gerektirir.

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, toplam 2-3 saat (Oyun tanıtımı 15 dakika; Bilgi edinme ve kart okuma 45 dakika; Tartışma ve kümeleme 60 dakika; Oylama ve sonuç 30 dakika.)

Katılımcı Sayısı

6-8 kişilik küçük masalar aracılığıyla gruplandırılarak aynı anda çok kişiye uygulanabilir.

Rol Alanlar

- Masa kolaylaştırıcısı, oyunun akışını ve süreyi yöneten.
- Oyuncular, tartışmaya katılan vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Bilgi Kartları, konuyla ilgili temel bilimsel verileri içerir.
- Sorun (Problem) Kartları, tartışılması gereken etik ikilemleri sunar.
- Oylama Formları, bireysel ve grup görüşlerini kaydetmek için kullanılır.

Yaş ve Uyarılama

14 yaş ve üzeri için uygun. Yerel sorunlar için konuya özel kart setleri belediye uzmanlarınca kolayca hazırlanabilir (Örneğin, "Şehir merkezine baz istasyonu kurulmalı mı?").

Müzakereci Vatandaş Buluşması-DEMOCS Uygulama Adımları

DEMOCS (Müzakereci Vatandaş Buluşması), hazırlanmış bilgi ve sorun kartları sayesinde dışarıdan bir uzmana ihtiyaç duymadan, katılımcıların kendi aralarında derinlemesine ve etik bir tartışma yürütmelerini sağlar. Ancak konu çok özgünse, yeni bir oyun kiti (kart setleri) oluşturmak ciddi bir hazırlık süreci ve uzman desteği gerektirir. Masada bir kolaylaştırıcının olmaması, bazı durumlarda tartışmanın kilitlenmesine veya odak dışına çıkmasına neden olabilir.

Bu yöntem daha çok "vatandaş tercih profilini" anlamak içindir; doğrudan somut ve bağlayıcı hukuki kararlar almak için tek başına yeterli olmayabilir. Kısa sürede derin etik konularda tam bir fikir birliğine varmak her zaman mümkün değildir.

1. Masa Düzeni ve Kartların Dağıtımı (Açılış):

- Gruplandırma: Katılımcılar 6-8 kişilik masalara yerleşir.
- Materyal: Her masaya konuyu farklı yönleriyle (teknik, etik, sosyal) anlatan özel hazırlanmış bilgi kartları dağıtılır.
- Süre: Yaklaşık 15 dakikalık bir oyun tanıtımı yapılır.

2. Bilgi Edinme ve Tartışma Döngüsü (Uygulama)

- Sıra Tabanlı Okuma: Katılımcılar sırayla kart çeker, karttaki bilgiyi sesli okur ve bu bilginin kendi görüşünü nasıl etkilediğini grupta paylaşır. Bu sistem, baskın karakterlerin tartışmayı domine etmesini engeller.
- Derinleşme: İkinci turda "sorun kartları" üzerinden etik tartışmalar başlar. Katılımcılar en önemli gördükleri 1-2 kartı seçerek nedenlerini masaya yataırırlar.

3. Kümeleme ve Haritalama

- Görselleştirme: Masadaki kartlar; "Önemli", "Katılıyorum", "Katılmıyorum" gibi alanlara yerleştirilerek grubun ortak görüş haritası çıkarılır.
- Anahtar Meseleler: Her grup, üzerinde uzlaştığı veya en çok tartıştığı anahtar meseleleri belirler.

4. Oylama ve Bireysel Geri Bildirim (Kapanış)

- Tercih Formu: Tartışmaların sonunda her katılımcı, kendi nihai fikrini yansıtan bireysel bir oylama formu doldurur.
- Sunum: Grup sözcüsü, masanın genel eğilimini ve uzlaşılan noktaları tüm salona sunar.
- Nihai Çıktı: Masalardan çıkan "Vatandaş Tercih Profili" ve projenin etik sınırlarını belirleyen "Etik Kriterler Raporu" gibi çıktılar elde edilebilir.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026)

3.1.6. Diyalog / Yurttaş Diyaloğu

"Diyalog" işin teorik temelidir, "Yurttaş Diyaloğu" ise bu temel felsefenin kamusal meselelere uygulanmış adıdır. Bu yöntemler teknik olarak neredeyse aynıdır; birbirinin farklı ölçekteki versiyonları olup ikiz yöntemler olarak da nitelendirilebilir.

- Kolektif diyalogdur.
- **Ana Metot:** Diyalog.
- **İkizler / Varyasyonlar:** Tamamen aynı, ikiz yöntemlerdir.
- **Analiz:** Her iki yöntem, "Genel Metodoloji" ve "Kamusal Uygulama" olarak birbirine bağlanabilir. Diyalog, kutuplaşmış konularda tarafların birbirini ikna etmeye çalışmadan, sadece anlamak için dinlediği yapılandırılmış bir kolaylaştırıcılık sürecidir. Yurttaş Diyaloğu bunun kamusal alana uygulanmış adıdır. Müstakil bir yöntemden ziyade bir "iletişim disiplini" olarak bilinir.

Diyalog (Dialogue)

Hakkında

Diyalog, bir gruptaki bireylerin birbirlerini ikna etmeye çalışmadan, yargılamadan ve savunmaya geçmeden derinlemesine dinledikleri bir iletişim ve ortak anlam oluşturma yöntemidir. Kronik tıkanıklıkların aşılmasına ve çatışan tarafların uzlaşmasına katkı veren bir ortak anlam yaratma süreci olarak da nitelenir. Katılımcıların grubun kolektif zekâsını ve "akış halindeki anlamı" keşfetmelerini sağlar. Teknik, anlaşmazlık çözümleri ve arabuluculuk yaklaşımından türemiştir. İnsanların fikirlerini paylaşmasını ve ilişkiler kurmasını amaçlayan bir dizi farklı etkinliği kapsar.

Amaç

Sorunların belirlenmesi, metotların düzenlenmesi ve çözümlerin oluşturulmasına yönelik ortak kabul edilebilir bir uzlaşma üzerinde buluşma amacına sahiptir. Karmaşık ve çatışmalı konularda ortak anlayış geliştirmek, kişisel düşünce kalıpları ve önyargıların kırılması, grup aynasından görüş elde ederek varsayımları fark etmek, savunmacı iletişimi kırarak paydaşlar arasında güven inşa etmek için kullanılabilir.

Uygunluk Önerisi

Çoğunlukla zıtlıkları çözmede yararlıdır. Çatışmaların yumuşaması, biz bilincinin gelişmesi ve kapsayıcı kararlar alınması, yeni bir anlayış zemini ile güçlenen sosyal sermaye oluşturulması, karar almada herkesi dahil eden dengeli yaklaşım, uygulanabilir çözümler geliştirilmesi ve ileride ortaya çıkabilecek hukuki zorlukların önüne geçilmesi, esnek yapıyla yönetimin her düzeyi için uygulanabilir olması, tartışmalı alanların çözümlenmesi gibi konular için oldukça uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Katılımcıların "cevap verme" dürtüsünü kontrol etmeleri ve sessizliği tolere etmeleri zordur.)

Maliyet

Düşük/Orta (Uygun bir mekân ve zaman ile düşük maliyetle yapılabilir. Ancak bağımsız uzman ve çok sayıda toplantı durumunda maliyet artar.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 90-120 dakika (Tek bir oturum için)

Süreç genellikle haftalık buluşmalar şeklinde yapılır. Uzun zaman alan bir yöntemdir ve ne kadar uzun ise o kadar etkili olduğu ifade edilir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 8-15 kişi (Herkesin birbirini görebileceği ve duyabileceği bir çember)

Yalnız birkaç kişiden yüzlerce kişiye kadar paydaş katılımcının dahil olması mümkündür.

Rol Alanlar

- Moderatör/Kolaylaştırıcı, konuşma sırasını değil, "diyalog ilkelerini" koruyan kişi.
- Katılımcılar, eşit statüde dinleyen ve konuşan bireyler.

Donanım ve Araçlar

- Çember şeklinde dizilmiş sandalyeler (Masa olmaması önerilir),
- Konuşma nesnesi (isteğe bağlı).

Yaş ve Uyarılama

10 yaş ve üzeri için uygundur (Dinleme becerisi olan her yaş grubu için kullanılabilir).

Çocuklar için "Çember Saati" (Circle Time) olarak, mahalle sakinleri için "Mahalle Sohbeti" adıyla daha samimi bir dille uygulanabilir.

Diyalog Uygulama Yöntemi

Problemin çözülmesini engelleyen zihinsel engelleri kaldırarak doğru yöntemin uygulanmasına katkı verecek yönetici veya arabulucunun yetenekleri önemlidir. Bu görevi alan kişinin gelişmiş kolaylaştırma yeteneklerine sahip olması gerekir.

- Güven oluşturmaya yönelik olduğundan zaman alıcıdır.
- Paydaşlar ile ilişkiler geliştirilmesine yönelik katılım hedeflendiğinden yavaş ilerler ve sabır gerektirir.
- Nihai raporlarda eksiklerin bulunmasının tepkilere sebep olacağı dikkate alınarak şeffaflık ilkesine riayet edilmelidir.
- İletişim kopukluğu yaşanmaması için süreç düzenli duyurularla desteklenmelidir.

1. Güvenli Alan Oluşturma (Açılış)

Diyalogun kalitesi, başlangıçta kurulan güvene bağlıdır.

- Kuralları Netleştirin: Sürece başlamadan önce temel ilkeleri herkesin kabul etmesi sağlanır; "Kesintisiz dinleme, yargılamama, dürüstlük ve en önemlisi varsayımları askıya alma."
- Kapsayıcı Davet: Karar alıcılar dahil, sonuçtan etkilenen veya sonucu etkileyen tüm paydaşlar sürece dahil edilir.

2. Varsayımları Askıya Alma

İnsanların birbirini gerçekten duyabilmesi için ön yargılarını fark etmesi gerekir.

- İnceleme Daveti: Katılımcılar, bir fikir duyduklarında hemen "doğru" veya "yanlış" diye etiketlemek yerine, o fikri sanki bir nesneymiş gibi grubun önüne koyup birlikte incelemeye davet edilir.
- Pozisyon Kontrolü: Bireysel veya örgütsel konumların (makam, unvan, taraf) süreci domine etmesi engellenmelidir.

3. Derin Dinleme ve Sessizliğin Gücü

- Niyet ve Duygu Odaklılık: Katılımcılardan bir kişi konuşurken, diğerlerinin sadece kelimeleri duymak için değil; konuşanın niyetini, duygusunu ve kaygılarını anlamak için sessizce beklemeleri istenir.
- Sessiz Bekleme: Konuşmalar arasında kısa sessizlikler bırakılmasına izin verilir; bu durum grubun söylenenleri sindirmesini sağlar.

4. Yansıtma ve Ortak Anlam Keşfi

- Yansıtıcı Sorular: Kolaylaştırıcı (arabulucu), grubu derinleştirmek için şu soruyu sorar: "*Bunu duyduğumda bende ne uyandı, grupta nasıl bir yankı buldu?*"
- Ortak Zemin Arayışı: Parçalanmış fikirlerin arasındaki bağlantılar bulunur ve grubun ortak bir anlamda buluşup buluşmadığı gözlemlenir.

5. Kapanış ve Evrilme

- Öğrenme Paylaşımı: Sürecin sonunda her katılımcıdan şu kısa özet istenir: "*Bugün burada ne öğrendim ve fikrim/duygum nereye evrildi?*"
- Sonuç Raporlama: Diyalogun asgari sonucu uzlaşıdır, ancak ideal sonucu fikir birliğidir. Rapor hazırlarken sadece üzerinde anlaşılan noktalar değil, sürecin genel resmi yansıtılmalıdır.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026)

Yurttaş Diyaloğu (Civic Dialogue)

Hakkında

Yurttaş diyaloğu, geleneksel tartışma yönteminden ayrı bir uygulamadır. Toplumsal öneme sahip tartışmalı konularda, farklı kesimlerden gelen bireylerin birbirlerinin pozisyonlarını anlamalarını, karşılıklı güven geliştirmelerini ve proaktif bir fikir birliğine varmalarını sağlayan bir dizi etkileşim içerir. Bu süreç bir "danışma" değil, katılımcıların birbirinden öğrendiği "birlikte öğrenme" sürecidir. İnsanları birbirine rakip olarak değil, ortak bir sorunu çözmeye çalışan paydaşlar olarak konumlandırır. Sivil diyalog, karmaşık ve tartışmalı konulara insanları dahil etmek için kullanılan bir dizi ilişkili yöntem olarak ele alınabilir. Sivil diyalogun ana türleri:

- **Kamuoyu yoklamaları**
Politika yapıcılar, sivil diyalogu kullanarak zorlu veya tartışmalı konular hakkında kamuoyunu toplayan soruşturmalar ve komisyonlar başlatarak daha düşünceli görüşler elde edebilir. Etkinlikler genellikle katılmak isteyen herkese açıktır.
- **Açık kamuoyu görüşmeleri**
Açık kamuoyu görüşmeleri her türlü kuruluş tarafından başlatılabilir; hükümet, işletme, STK'lar, akademi veya vatandaşlar gibi. Etkinlikler genellikle katılmak isteyen çoğu kişiye açıktır. Kamuoyu görüşmeleri, etkinliğin amaçlarına bağlı olarak çok sayıda katılımcıyı barındırabilir.
- **Seçici katılım**
Bazı sivil diyaloglar, katılımcıları belirli özelliklere göre seçer. Bununla birlikte, sivil diyaloga toplumun temsili bir örneğini dahil etmek için ilgili uzmanlığa ihtiyaç duyulabilir.

Amaç

Toplumsal kutuplaşmayı azaltmak, kamu politikalarının halk tarafından sahiplenilmesini sağlamak, karar vericilere toplumun "vicdanını" ve önceliklerini yansıtmak ve demokratik kültürü tabandan yukarıya doğru güçlendirmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Artan sosyal sermaye, empati ve politika meşruiyeti sağlar. Derinlemesine tartışma, öğrenme ve müzakerelere, farklı paydaş grupları arasında fikir, görüş ve bilgi alışverişi ve iş birliğine, gelecekteki eylemler için bakış açılarını sorgulamaya, temel ve derin kapsamlı değişiklikler sağlamaya uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Güçlü bir moderasyon gereklidir; katılımcıların güvenini kazanmak zordur.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân, kolaylaştırma ve tanıtım giderleri.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 3-6 saatlik tek oturumlar veya birkaç aya yayılan seri buluşmalar şeklindedir. Diyalog projeleri, gruplar arasında ilişkilerin ve güvenin yavaş yavaş kurulması nedeniyle uzun bir süre boyunca en etkili olma eğilimindedir. Bu durum, diyalogların tek seferlik ya da sürekli etkinlikler olarak planlanmasına ve tartışılan konuların karmaşık veya tartışmalı oluşuna bağlıdır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 15-40 kişi (Çeşitli demografik gruplardan temsilciler)

Rol Alanlar

- Moderatör/Kolaylaştırıcı, uygulama desteği verir.
- Katılımcılar, STK'lar, politika yapıcılar, araştırmacılar, vatandaşlar, sanayiciler.

Donanım ve Araçlar

- Masa, sandalye, kâğıt, renkli kalemler, flipchart gibi.

Yurttaş Diyaloğu Uygulama Adımları

Toplumun farklı kesimlerinin önemli konularda, tartışma yoluyla birbirinden öğrendiği bir yöntemdir. Beklenen politika değişikliği gerçekleşmezse katılımcılar hayal kırıklığına uğrayabilir. Sürecin başında neyin mümkün olup olmadığı netleştirilmelidir. Bazı taraflar uzlaşmaya istekli olmayabilir; bu noktada kolaylaştırıcının ortak zemin bulma yeteneği hayati önem taşır. Karmaşık konularda deneyimsiz moderatörler sürecin tıkanmasına neden olabilir. Organizatörün tarafsız ve güvenilir dokümanlar sağlaması, yanlış anlaşılmanın önüne geçer.

1. Odak Noktası ve Zemin Kuralları (Hazırlık)

- Net Soru: Diyalog kurulacak mesele (Örneğin, bir bölgedeki su kıtlığına karşı birlikte neler yapabiliriz?) şüpheye yer bırakmayacak şekilde tanımlanır.
- Etik Çerçeve: Süreç başlarken; "Yargılamadan dinle", "Söz kesme" ve "Kendi deneyiminden konuş" gibi diyalog kuralları tüm katılımcılarca kabul edilir.

2. Kapsayıcı ve Çeşitli Katılım

- Grup Çeşitliliği: Diyalogun başarısı, grubun heterojenliğine bağlıdır. Gençler, yaşlılar, yerel esnaf ve göçmenler gibi toplumun tüm renklerinin masada olması sağlanmalıdır.

3. Küçük Grup Paylaşımları (Anlatı Aşaması)

- Kişisel Hikâyeler: Katılımcılar 6-8 kişilik masalarda teknik verilerden ziyade kişisel hikâyelerini ve meseleye dair insani endişelerini paylaşır. Bu durum, tarafların birbirini insani yönden görmesini sağlar.
- Profesyonel Kolaylaştırma: Tartışmalı konuların verimli yönetilmesi için tarafsız ve profesyonel kolaylaştırıcılar kullanılır.

4. Müzakere ve Anlamlandırma (Hasat)

- Ortak Zemin: Tüm gruplar birleşerek masalardan çıkan temaları tartışır. Çatışan görüşlerin ötesindeki "ortak değerler" tespit edilir.
- Yol Haritası: Belirli bir yönde ilerlemek için toplumun her kesimi tarafından meşru görülen bir çözüm önerileri listesi oluşturulur.

5. Eylem ve Takip (Kapanış)

- Siyasi Destek: Çıkan sonuçlar belediye yönetimine sunulur. Karar vericilerin bu süreci ciddiye alması, katılımın kalıcılığı için kritiktir.
- Geri Bildirim: Diyalogun etkisi ve alınan kararlar katılımcılarla şeffafça paylaşılır.
- Nihai Çıktı: Diyalog Sonuç Bildirgesi, "Ortak Değerler Haritası" ve toplumun geniş kesimleri tarafından benimsenmiş meşru bir yol haritası.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026)

3.2. Küme B: Bilgi Yayma ve Şeffaflık (Enformasyon)

Tek yönlü veya kontrollü çift yönlü bilgi aktarımı sağlayan araçlardır. Bu araçlar "katılım"dan ziyade "bilgilendirme (enformasyon)" aşamasına hizmet eder. Katılımın ön koşulu olan şeffaflığı sağlar. Projenin başlangıcında farkındalık yaratmak veya geniş halk kitlelerine teknik detayları ulaştırmak gerektiğinde seçilmelidir.

Benzeşen Yöntemler: Yazılı İstişareler (Written Consultations), Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler (Printed Information), Reklamlar (Advertisements/Creative Pitch), Tanıtım İlanı ve Afişi (Publicity Poster/Flyer), Bilgi Grafiği (Infographic), Basın Toplantıları (Press Conferences), Basın Bildirileri (Press Releases), Gazete Ekleri (Newspaper Inserts / Supplements), Gazeteciler (Journalists), Bilgi Hattı (Hotlines), Bilgi Kioskları (Information Kiosks), Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri (Information Centers and Field Offices), Merkezi Bilgi İletişim (Centralized Information Communication), Sunum Araçları (Presentation Tools), Bilgilendirmeler (Briefings).

3.2.1. Yazılı İstişareler / Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler

Bu araçlar, tam eşleşenler ve görsel materyal grubu olarak nitelendirilebilir. Bilginin fiziksel veya dijital olarak "görülmesini" sağlar. Birbirlerinin yerine veya birbirlerini tamamlayıcı olarak kullanılabilirler (Statik bilgi). “Projenin vitrini” şeklinde değerlendirilen katılım araçlarıdır.

- Görsel duyurulardandır.
- **Ana Metot:** Kamusal Bilgilendirme Materyalleri (Genel isim).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Yazılı İstişareler / Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler. Tamamen birbirinin aynı ikiz yöntemler olarak bilinir.
- **Analiz:** Vatandaşa tek yönlü bilgi aktaran tüm dokümantasyonları içerir. Belediyenin veya kurumun hazırladığı teknik rapor özetleri, kılavuzlar, politika metinleri ve SSS (Sıkça Sorulan Sorular) föyleridir. Benzer amaca hizmet ederler.

Yazılı İstişareler (Written Consultations)

Hakkında

Yazılı istişareler, katılımcıların karmaşık belgeleri kendi hızlarında incelemelerine ve üzerine düşünülmüş, kanıta dayalı geri bildirimler vermelerine olanak tanır. Genellikle resmi bir "İstişare Belgesi" yayınlanır ve belirli bir süre (4-12 hafta) içinde cevapların gönderilmesi beklenir. Bu yöntem, sözlü toplantılarda dile getirilemeyecek kadar teknik veya detaylı görüşlerin kayıt altına alınmasını sağlar. Ayrıntılara yoğunlaşan, anahtar alana/konuya vurgu yapan ve bunlarla ilgili olası faaliyetleri inceleyen bir raporun hazırlanmasını ister. Kamu yöneticileri tarafından belirli meselelerde vatandaşları hareket geçirmek için kullanılır. Vatandaşlar politikalar hakkında yorum yapmak ve öneri geliştirmek için bu yöntemle davet edilir

Amaç

Karar alma süreçlerinde şeffaflık sağlamak, uzmanlardan ve ilgili gruplardan detaylı teknik bilgi toplamak, geniş kitlelerin görüşünü sistematik bir şekilde arşivlemek ve nihai raporların meşruiyetini artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kamu yöneticileri tarafından belirli meselelerde vatandaşları hareket geçirmek, sofistike ve uzun cevaplar oluşturmak, mevcut politikalarda değişikliğin gerekli olup olmadığını anlaşılmasını sağlamak, karar alıcılara yardımcı olmak üzere yeni ya da farklı fikirler oluşturmak için uygundur. Yüksek kalitede teknik veri, yasal dayanak oluşturma ve demokratik hesap verebilirlik için idealdir.

Zorluk

Kolay (Teknik kurulum kolaydır; ancak gelen metinlerin analizi uzmanlık ve zaman gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Katılımcı sayısı, danışmanlık örgütlerine yapılan ödemeler, posta giderleri, geri bildirim ve cevap analizleri (profesyonel analiz süreci) gibi konularda maliyetler ortaya çıkar. Basılı doküman yerine dijital kanallar kullanıldığında maliyet oldukça düşer.)

Süre

İstişare raporlarının hazırlanması on iki aya yakın sürebilir, katılımcı sayısına bağlıdır.

İnceleme Süresi: 4-8 hafta (Katılımcıların dokümanı okuyup cevaplama için zaman tanınmalı.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (İlgili tüm uzmanlar ve vatandaşlar)

Rol Alanlar

- Analiz ekibi, gelen yazılı görüşleri kategorize eden ve özetleyen ekip.
- Katılımcılar, uzmanlar ve vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- PDF dokümanları, Google Formlar, e-posta listeleri, doküman yönetim sistemleri.

Yazılı İstişareler Uygulama Adımları

Yazılı İstişareler; belirli bir politika veya proje taslağı hakkında uzmanların, sivil toplum kuruluşlarının ve vatandaşların yazılı görüş, eleştiri ve önerilerini toplamak amacıyla kullanılan yapılandırılmış bir tekniktir. Bu yöntem, kararların kişisel yorumlardan ziyade, arşivlenebilir ve hesap verebilir dokümanlara dayanmasını sağlayarak kurumsal hafızayı güçlendirir, kararlar için kurumsal arşivleme

sağlar. Cevapların analizi karmaşık ve zaman alıcı ise, tarafsızlığı sağlamak adına bağımsız kuruluşlardan veya danışmanlardan destek alınabilir.

Yazılı istişarelerde en büyük risk, sadece en örgütlü veya "en yüksek sesi çıkan" grupların cevap vermesidir; taraflılık riski durumu analiz raporunda mutlaka belirtilmelidir. Dezavantajlı gruplara ve sessiz çoğunluğa ulaşmak için özel hatırlatıcılar ve erişilebilir formlar kullanılmalıdır.

1. Taslak Metnin ve Soru Setinin Hazırlanması

- Anlaşılır Dil: Üzerinde görüş istenen belge, teknik terimlerden arındırılmış bir "Yönetici Özeti" ile birlikte sunulur.
- Odak Sorular: Katılımcıların sadece "beğendim/beğenmedim" dememesi için; "Taslağın 3. maddesindeki düzenleme ekonomik hedeflerle uyumlu mu?" gibi kilit sorular metne eklenir.

2. İlan ve Erişilebilirlik (Duyuru)

- Resmi Kanallar: Belge; web sitesi, sosyal medya ve varsa resmî gazete üzerinden ilan edilir.
- Süre Tanıma: Kapsamlı analizler için katılımcılara yeterli zaman (konunun derinliğine göre 4 haftadan 12 aya kadar) verilir.

3. Cevapların Toplanması ve Tasnifi

- Standart Formlar: Görüşlerin belirli bir formatta gelmesi analizi hızlandırır.
- Tasnif: Gelen metinler; "Destekleyenler", "Eleştirenler" ve "Somut Öneri Sunanlar" olarak tematik gruplara ayrılır.

4. Değerlendirme ve Şeffaf Geri Bildirim

- Hesap Verebilirlik: Hangi önerilerin dokümana entegre edildiği, hangilerinin neden reddedildiği gerekçeleriyle açıklandığı bir "İstişare Sonuç Raporu" yayımlanır.
- Final Revizyonu: Yazılı görüşler ışığında ana doküman güncellenerek nihai halini alır.
- Nihai Çıktı: İstişare Sonuç Raporu ve halkın/uzmanların süzgecinden geçmiş nihai politika dokümanı ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (OECD, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026)

Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler (Printed Information)

Hakkında

Karmaşık ve teknik bilgileri "teknik olmayan bir dile" indirgeyerek geniş kitlelerin anlayabileceği formatlara dönüştürür. Katılım piramidinin "Bilgilendirme" basamağının en güçlü aracıdır. Doğru tasarlanmış bir materyal, yanlış anlamaları önler ve toplumsal güven inşa eder. Bu araçlar, *“bilgi notları, bilgi formları, el ilanları, bültenler, gazeteler, broşürler, soru kâğıtları, kartpostallar, konu özetleri ve özet raporları”* şeklindedir. İnsanların uzun metinleri okumaktansa anahtar kelimeler ve görselleri takip ettiği bilgisine dayanır. Toplantılarda dağıtılabilir, hazır bulundurulabilir ya da doğrudan posta listesine gönderilebilir; ancak okunma garantisi yoktur. Materyalin altına bir web sitesi QR kodu veya fiziksel bir adres ekleyerek etkileşimi iki yönlü hale getirmek mümkündür.

Amaç

Yaklaşan değişiklikler veya projeler hakkında detaylı bilgilendirmek, karmaşık raporları basitçe aktarmak, fiziki toplantılara katılamayanlara ulaşmak ve proje "görünürlüğünü" artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Hedef kitleye ulaşmayı sağlar, teknik ve hukuki yorumlamalara izin verir, yorum formu eklendiğinde cevaplamayı teşvik eder. İnternet erişimi kısıtlı, dijital okuryazarlığı düşük bireyler için erişilebilirliği kolaylaştırır. Bilgi kirliliğinin önlenmesi, yüksek farkındalık ve kurumsal meşruiyet için uygundur.

Zorluk

Kolay/Orta (Tasarım ve basım süreci standarttır; grafik tasarım ve sadeleştirme becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Tasarım, yazım, baskı, dağıtım maliyetleri içerir. Dijital versiyon maliyeti daha düşüktür.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-3 hafta (Tasarım ve içerik onayı süresidir, ancak bu değişebilir.)

Uygulama süresi, tasarım özelliğine göre değişkenlik gösterir.

Basılı materyallerin üretimi ve dağıtımı, projenin ömrü boyunca sürdürülmelidir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, yoktur (Hedef kitlenin tamamı katılımcı olarak nitelendirilebilir.)

Rol Alanlar

- İçerik yazarı, teknik verileri hikâyeleştiren uzman.
- Grafik Tasarımcı, bilgiyi görselleştiren (İnfoğrafik) uzman.
- Teknik personeller ve Dağıtım ekibi.

Donanım ve Araçlar

- Canva, Adobe InDesign gibi dijital yayın araçları ve matbaa hizmetleri.

Yaş ve Uyarılma

Her yaşa hitap eder. Çocuklar için çizgi roman formatında, yaşlılar için büyük puntolu tasarımlar şeklinde uygulanabilir. Çok dilli toplumlarda yerel dillerde baskı yapılması katılımı artırır.

Yazılı Kamuoyu Bilgi Materyalleri ve Basılı Bilgiler Uygulama Adımları

Yerel yönetimin şeffaflık niyetinin ve halka hesap verme sorumluluğunun fiziksel birer kanıtıdır. Bilgiler değiştikçe baskılar ve dijital dokümanlar yenilenmelidir.

Materyaller olabildiğince az sayfalı, hap bilgi içeren ve dikkat çekici şekilde tasarlanmalı, basılı materyaller mümkünse tek sayfaya sığdırılmalıdır. Çok fazla farklı konuda, koordinesiz doküman basılması bilgi kirliliğine neden olabilir.

Tüm kurumsal materyallerin tek bir yayın süzgecinden ve standart şablondan geçirilmesi sağlanmalı, karmaşık iletişim ağı sorunundan uzak durmalıdır.

1. Mesajın Netleştirilmesi:

- Odaklanma: Dokümanı hazırlamaya başlamadan önce şu soruya net bir cevap verilmelidir: *"Halkın bu proje hakkında en çok bilmesi gereken 3 temel şey nedir?"* Materyal bu 3 odak noktası etrafında şekillendirilir.
- Katılım Vurgusu: Metnin içinde kamuoyunun rolü ve vatandaş görüşlerinin belediyenin nihai kararlarını nasıl etkileyeceği (Örneğin, *"Sizin görüşlerinizle parkın yürüyüş rotası değişecek"*) açıkça vurgulanmalıdır.

2. Dilin Sadeleştirilmesi ve SSS Formatı:

- Jargondan Kaçınma: Teknik, bürokratik veya hukuki terimler tamamen elenmelidir. Akademik veya bürokratik dil yerine, 12 yaşındaki bir çocuğun anlayabileceği sadelikte bir yazı dili tercih edilmeli, belgeler basit ve anlaşılması kolay hale getirilmeli, materyaller çok fazla bilgiyle yüklenmemelidir. Örneğin, *"Karbon Emisyonu Azaltım Stratejisi"* yerine *"Daha Temiz Bir Hava ve İklimimizi Koruma Planı"* ifadesi tercih edilebilir.
- Soru-Cevap Gücü: Materyalin içeriği halkın aklına gelebilecek sorulardan oluşan bir Sıkça Sorulan Sorular (SSS) formatında kurgulanırsa okunma oranı ciddi şekilde artar.

3. Görselleştirme ve Grafik Tasarım:

- Görsel İlgi: Metin yoğunluğu azaltılarak, projenin yerini gösteren kentsel haritalar, süreci anlatan akış şemaları, güçlü grafikler, infografikler ve açıklayıcı simgeler (ikonlar) kullanılması önerilir. Bilgileri düzenlemenin yaratıcı yolları düşünülmeli, tasarımın kısa, basit ve görsel olarak etkileyici olması sağlanmalıdır.

4. Erişilebilirlik Kontrolü (Herkes İçin Tasarım):

- Kapsayıcı Tasarım: Yazı tipi büyüklükleri (punto), yaşlı ve görme güçlüğü çeken vatandaşlar düşünülerek seçilir. Yazı rengi ile arka plan arasındaki renk kontrastı, "herkes için tasarım" ilkelerine uygun olarak, yüksek tutulur.

5. Dağıtım Kanallarının Çeşitlendirilmesi:

- Karma Dağıtım: Materyallerin sadece belirli bir gönderi listesinde kalması veya tek bir mecra da sıkışması engellenir.
 - Dijital: Belediyenin resmî web sitesi, e-katılım portalı ve sosyal medya hesapları.
 - Fiziksel: Belediye hizmet binası, kütüphane, gençlik merkezi ve mahalle muhtarlıkları.

6. Çift Yönlü İletişim ve Geri Bildirim Mekanizması:

- İletişim Köprüsü: Bilgilendirme tek yönlü kalmamalıdır. Materyalin sonuna vatandaşın soru sormasını veya fikrini iletmesini sağlayacak bir iletişim adresi, telefon numarası veya doğrudan e-katılım sayfasına yönlendiren bir QR kod eklenebilir.
- Yorum Formları: Fiziksel broşürlerin arkasına (gerekirse gönderi ücreti kurum tarafından önceden ödenmiş) koparılabilir yorum/öneri formları eklemek, dijital kanalları kullanmayan kesimlerin de sesinin belediyeye ulaşmasını sağlar.

7. Nihai Çıktı:

- Vatandaşın cebine veya telefonuna giren, proje broşürleri, SSS (Sıkça Sorulan Sorular) föyleri, infografikler ve güncel proje bültenleri gibi nihai çıktılar oluşturulabilir.

(Yılmaz, 2013); (ICMA, 2026); (EPA, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.2.2. Reklamlar / Tanıtım İlanı ve Afişi / Bilgi Grafiği

Bilginin fiziksel veya dijital olarak görülmesini ve statik bilgi aktarımını sağlayan bu araçlar, tam eşleşenler ve görsel materyal grubu olarak nitelendirilir. Birbirlerinin yerine veya birbirlerini tamamlayıcı olarak kullanılabilir.

- Görsel duyurulardandır.
- **Ana Metot:** Reklamlar. Metot, “kampanya ve tanıtım stratejileri” olarak bilinir.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Tanıtım İlanı ve Afişi, Bilgi Grafiği. Reklam’ın alt aracı olarak nitelendirilir.
- **Analiz:** Reklam ve Kreatif Sunumlar ana iletişim stratejisidir. Afiş/Flyer bunun sokaktaki fiziksel dağıtım aracı, Bilgi Grafiği (Infographic) ise karmaşık verilerin birkaç saniyede anlaşılabilir hale getirildiği görsel dildir. İnfografik, konuşmacı gerektirmez ve daha hızlı tüketilir.

Reklamlar (Advertisements / Creative Pitch)

Hakkında

Yöntem, katılımcıların üzerinde çalıştıkları konuyu (bir hizmet, fiziksel bir mekân veya sosyal bir politika) bir "ürün" gibi hayal ederek, onu başkalarına tanıtacak bir reklam kampanyası (afiş, slogan, kısa skeç) olarak tasarlamalarını ister. Dergi ve gazetelerde yayınlanan ücretli/ücretsiz reklamlar, bu kategoride değerlendirilebilir.

Amaç

Karmaşık bir projenin en temel faydalarını basit ve anlaşılır bir dile indirgemek, katılımcıların projeye dair önceliklerini (Neye vurgu yapıyorlar?) ortaya çıkarmak ve ortak bir "dil" oluşturmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Projenin "satış noktalarının" (en güçlü yönlerinin) keşfi, ekip içi uyumun artması ve çekingen katılımcıların görsel sanatlar yoluyla kendilerini ifade etmesi için uygundur.

Zorluk

Kolay/Orta (Eğlenceli ve dışavurumcu bir yöntemdir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Kartonlar, markerler, eski dergiler gibi çeşitli kırtasiye kalemleri gerekir.)

Süre

Hazırlık süresi, 30 dakika (Malzeme temini ve örnek reklamların seçimine göre değişir.)

Uygulama/Yaratım süresi, 60-90 dakika (Grup çalışması)

Sunum ve Değerlendirme: 45-60 dakika

Toplam süre, yaklaşık 3 saat (Uygulamaya göre süre değişebilir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 12-24 kişi (3-5 kişilik alt gruplara bölünerek)

Bu uygulama için oluşturulacak heterojen gruplar (farklı yaş ve meslek grupları) çok daha yaratıcı sonuçlar üretilmesini sağlar.

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı, grupları yaratıcılık konusunda cesaretlendiren rehber ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Geniş masalar, sunum panoları gibi donanım malzemeleri.
- Büyük boy kartonlar, renkli kalemler, yapıştırıcı, makas, eski gazete ve dergiler (kolaj) gibi araçlar.

Yaş ve Uyarılama

Çocuklardan yaşlılara kadar herkes için uygundur. Çocuklar için "Bir oyuncak reklamı"; yerel yönetim profesyonelleri için "Bir yatırımcı sunumu veya sosyal medya kampanyası" şeklinde kurgulanabilir.

Reklamlar Uygulama Adımları

Hedeflenen kitleye ulaşmak için en uygun günü ve en uygun kısmı seçmek gereklidir. Uygulamada bildiri/ilan bölümlerinden kaçınılması önerilir. Çizim yeteneği olmayanları "kolaj" (dergilerden resim kesip yapıştırma) çalışmasına yönlendirmek katılımı artırır. Mizahın kullanılması teşvik edilmelidir; zira en dürüst geri bildirimler genellikle şakalarda saklıdır. Bu yöntem, geniş kamusal erişim sağlar.

1. Açılış (15 dk)

- Yöntemin tanıtımı. Gruplara şu görev verilir; "Bu projenin/hizmetin reklamcısı olsaydınız, insanları ikna etmek için nasıl bir afiş hazırlardınız?"

2. Uygulama (90 dk):

- Katılımcılar alt gruplara ayrılır. Önce projenin en önemli 3 özelliğini seçerler, sonra bunu görselleştirip slogan yazarlar.

3. Ortak Çıktı Duvarı (30 dk):

- Hazırlanan afişler bir "galeri" gibi duvara asılır. Her grup kendi reklamını diğerlerine "pazarlar" (kısa sunum).

4. Kapanış (15 dk):

- Afişlerdeki ortak noktalar (Örneğin, Hepsi 'yeşil alan' vurgusu yapmış) not edilir ve genel bir değerlendirme ile oturum kapatılır.

(Yılmaz, 2013); (ICMA, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Tanıtım İlanı ve Afişi (Publicity Poster / Flyer)

Hakkında

Bir mesajın metin, tipografi ve görsellerle, bir tasarım dili anlayışıyla, harmanlanarak tek bir yüzeyde (fiziksel veya dijital) sunulmasıdır. Afişler ve görseller, projenin "görsel hafızasını" oluşturur; tutarlı bir tasarım dili projenin tanınırlığını artırır. Tanıtım ilanları, profesyonel ve göz alıcı bir şekilde tasarlanmalıdır. Bu yöntem, Görsel Katılımcı süreçlerde atölye çıktılarının "kamuoyuna sunulacak bir kampanya" haline getirilmesi aşamasında bir araç olarak da kullanılır. Böylece kalabalık bilgi ortamında vatandaşın dikkatini 3 saniye içinde yakalar ve "kayıt ol"/ "katıl" gibi somut bir eyleme yönlendirir.

Amaç

Hedef kitlenin dikkatini saniyeler içinde çekmek, karmaşık bir duyuruyu en basit haline indirgemek (Ne? Nerede? Ne zaman?); merak uyandırmak ve kişileri bir eyleme (katılım, kayıt, bilinçlenme) davet etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Mesajın akılda kalıcılığı, projenin kurumsal görünürlüğü ve yüksek katılım oranlarını artırmak için uygundur.

Zorluk

Orta (Görsel hiyerarşi, renk uyumu ve mesajın rafine edilmesi estetik ve teknik beceri gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Dijital tasarımlar ücretsiz olursa maliyet düşer; ancak baskı ve dağıtım bütçe gerektirir.)

Süre

Hazırlık süresi, yaygınlaştırma için etkinlikten en az 2 hafta önce başlar.

Uygulama süresi, 2-6 saat (Mesajın netleşmesi ve görselleştirme)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 1-3 kişi (Bireyleri tanımak ve erişim sağlamak amacıyla, hedeflenen bölgedeki veya dijital ağdaki tüm bireylere yönelik olmak üzere, sınırsız sayıda kişi için kullanılabilir.)

Rol Alanlar

- Metin Yazarı, çarpıcı başlık ve kısa içerik oluşturan kişi ve Teknik personeller.
- Grafik Tasarımcı/Uygulayıcı, mesajı görselleştiren (İnfoğrafik) uzman.

Donanım ve Araçlar

- Canva, Adobe Photoshop/Illustrator, Figma gibi dijital araçlar.
- Büyük boy kartonlar, kolaj malzemeleri, markerlar (atölye tipi üretimlerde) gibi fiziksel araçlar.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur. Çocukların katıldığı projelerde el çizimi afişler samimiyet katar; profesyonel projelerde ise kurumsal kimliğe uygun dijital tasarımlar tercih edilmelidir.

Tanıtım İlanı ve Afişi Uygulama Adımları

Tanıtım İlanı ve Afişi, kalabalık bilgi ortamında vatandaşın dikkatini 3 saniye içinde yakalamak ve onu "kayıt ol"/ "katıl" gibi somut eyleme yönlendirmek üzerine kurulu bir yöntemdir. Bu yöntemle sınırlı bilgi taşınabilir. Merak uyandıran afişte, detaylı bilgiye yönlendiren (QR kod veya web sitesi gibi) bir

giriş kapısı olmalıdır. İletilmek istenen mesaj, diğer gönderilerle veya afişlerle karıştırılabilir. Bu nedenle tasarımın özgünlüğü ve hiyerarşisi çok önemlidir.

Mevcut gönderi yönteminin ekonomik kullanımıdır; hizmet alanında yaygın dağıtım imkânı sağlar.

1. Mesajın Odaklanması (30 dk):

- 3 Saniye Kuralı: "Bu afişi gören kişi 3 saniye içinde neyi anlamalı?" sorusuyla ana başlık veya slogan belirlenir. Mesajın net, kısa ve vurucu olması hayati önem taşır.
- Az Çoktur (Less is More): Afişte çok fazla yazı olması okuyucuyu iter; tasarıma sadece "olmazsa olmaz" bilgiler dahil edilir.

2. Hiyerarşi Kurma (1 Saat):

- Önem Sırası: Bilgiler izleyicinin göz tarama alışkanlığına göre dizilir:
 - Görsel ve Slogan (Dikkati çeker)
 - Etkinlik/Proje Adı (Bilgiyi netleştirir)
 - Tarih, Saat, Mekân (Pratik ve gerekli bilgileri iletir)
 - İletişim, QR Kod, Logo (Eylem ve kurumsal kimlik gösterir)

3. Tasarım ve Kontrast (Uygulama):

- Okunabilirlik: Zemin ve metin renkleri yüksek kontrastlı seçilir (Örneğin, siyah arka plan üzerine beyaz veya sarı metin ya da beyaz zemin üzerine koyu renkli metin). Fontların sade ve uzaktan okunabilir olması sağlanır.
- Dijital Entegrasyon: Afişe bir QR kod eklenerek, vatandaşın dijital katılım formuna veya proje detaylarına anında ulaşması kolaylaştırılır.

4. Yaygınlaştırma ve Harekete Geçirme

- Fiziksel Alanlar: Afişler hedef kitlenin en yoğun olduğu mahalle kahveleri, muhtarlıklar, okullar, semt pazarları ve belediye hizmet binalarına asılır.
- Dijital Alanlar: Tasarımın sosyal medya formatları hazırlanarak WhatsApp grupları, belediye hesapları ve yerel haber sitelerinde paylaşılır.
- Harekete Geçirici Mesaj (Call to Action): Tasarımın sonunda mutlaka bir "Harekete Geçirici Mesaj" (Örneğin, "Hemen Kayıt Ol!", "Fikrini Söyle!") bulunmalıdır.

5. Değerlendirme ve Kapanış

- Ölçüm: Afiş veya QR kod üzerinden gelen katılım sayısı, web sitesi trafiği veya kayıt formu başvuruları ölçülerek tasarımın ve yaygınlaştırma stratejisinin başarısı değerlendirilir.
- Nihai Çıktı: Basılı afişler, sosyal medya görselleri ve projenin "Görsel Hafıza Arşivi" ile somut bir "Vatandaş Katılım Verisi" elde edilir.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Bilgi Grafiği (Infographic)

Hakkında

Bilgi Grafiği (Infographic), büyük ve karmaşık verilerin, istatistiklerin veya süreçlerin; simgeler, grafikler ve sınırlı metinler kullanılarak görsel bir anlatıya dönüştürülmesidir. Büyük miktardaki karmaşık veriyi "bakıldığında anlaşılan" görsel bir hikâyeye dönüştürme sanatı olarak da değerlendirilir. Bilgiyi en sade ve açık haliyle sunmaya odaklıdır; aynı zamanda yeni sorular ortaya atmak için kullanılır, şeffaf bir yönetime destek verir.

Amaç

Karmaşık bilgileri görselleştirerek dikkat çekici ve açık bir şekilde sunup anlaşılabilirliği artırmak ve projedeki aşamaları ve kıyaslamaları görerek karar almayı kolaylaştırmak için uygulanır.

Uygunluk Önerisi

Bilginin şeffaf şekilde paylaşılmasını sağlamak ve güven artışına katkı vermek için kullanılacak en etkili iletişim araçlarından biridir.

Zorluk

Orta (Veri analizi, özetleme ve temel tasarım estetiği becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Ücretsiz online araçlar kullanılabilir ya da profesyonel grafik tasarım desteği alınabilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-3 gün (Veri toplama ve tasnif)

Uygulama süresi, 3-6 gün (Hikayeleştirme/ Storytelling 1 gün; Görsel tasarım 2-5 gün.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsızdır ve halkın tamamına yayılabilir.

Üretici ekip, 1-3 kişi (Analist, Yazıcı, Tasarımcı)

Rol Alanlar

- İçerik stratejisti, ana mesajı belirler.
- Grafik tasarımcı, görselleştirmeyi yapar.
- Katılımcılar, STK'lar, araştırmacı, uzman, yönetici, vatandaş gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Bilgisayar ya da yüksek çözünürlüklü grafik tablet (isteğe bağlı).
- Dijital araçlar (Canva, Piktochart, Venngage veya Adobe Illustrator).

Yaş ve Uyarılma

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklar için daha ziyade ikon, yetişkinler için daha çok veri odaklıdır.) Görme engelli vatandaşlar için "sesli betimleme" içeren veya yüksek kontrastlı dijital versiyonlar hazırlanabilir.

Bilgi Grafiği Uygulama Adımları

Karışıklığa neden olacak fazla veriden kaçınılması önemlidir, kullanılan verilerin kaynağı mutlaka belirtilmeli; renk seçimleri, sayfa boşlukları ve yerleştirmelere dikkat edilmelidir. İnfografik, kısa, öz, dikkat çekici ve anlaşılır olmalı, hiyerarşi gözetilmeli, okuyucu göz yönlendirmesine özen gösterilmelidir.

1. Veri Toplama ve İskelet (Skelet) Kurma:

Tasarım programını açmadan önce elde bulunan ham veri yapılandırılır.

- İpucu (Ana Mesaj): "Anlatmak istediğim tek cümlelik ana mesaj nedir?" sorusuna cevap verilir. Her veri değil, sadece bu mesajı destekleyen kritik veriler seçilir.
- İpucu (Nitelik Analizi): Eldeki verinin türüne bakılır (Zaman çizelgesi mi, karşılaştırma mı, harita mı?). Verinin doğasına en uygun görüntüleme yöntemi seçilerek karmaşa baştan önlenir.

2. Hiyerarşi ve Taslak Oluşturma

Görsel bir düzen kurarak okuyucunun gözü yönlendirilir.

- İpucu (Boyutlandırma): En önemli veri, en üstte veya en büyük boyutta tutulur. Hiyerarşi yoksa okuyucu nerenin önemli olduğunu anlayamaz.
- İpucu (Hızlı Çizim): Bilgisayar başına geçmeden önce kâğıt üzerinde hızlı taslaklar yapılmalıdır. Birkaç farklı yerleşim planı deneyip en sade olanı seçmek zaman kazandırır.

3. Görselleştirme ve Sadeleştirme

Metinler ve sayılar "görülebilir" hale getirilir.

- İpucu (İkon ve Grafik): Uzun paragraflar yerine ikonlar, büyük sayı yığınları yerine grafik şemalar tercih edilir. İdeal bir infografik, okumayı değil "görmeyi" sağlar.
- İpucu (Renk ve Odak): Çok fazla renk kullanımından kaçınılır. Odaklanılması gereken noktayı vurgulamak için zıt renkler, geri kalanlar için nötr tonlar kullanılır.

4. Final Üretimi

Seçilen taslak son haline getirilir.

- İpucu (Yöntem Esnekliği): Bu aşama profesyonel programlarla (Illustrator, Canva gibi) yapılabileceği gibi; fiziksel öğeleri (LEGO, post-it) düzenleyip fotoğraf çekerek veya elle detaylı bir çizim yaparak da tamamlanabilir. Önemli olan "açıklık" seviyesidir.

5. Test ve "Dış Göz" Onayı (Hasat)

Hazırlanan görsel yayına alınmadan önce mutlaka test edilmelidir.

- İpucu (3 Saniye Testi): Hazırlanan taslağı konuyla hiç ilgisi olmayan birine göstererek "3 saniye içinde ne anladın?" diye sorulmalıdır.
- İpucu (Sadeleştirme): Eğer kişi ana mesajı anlamakta zorlanıyorsa veya çok fazla soru soruyorsa, karmaşık gelen yerler daha da sadeleştirilir veya çıkarılır.

(DSSToolkits, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.2.3. Basın Toplantıları / Basın Bildirileri / Gazete Ekleri / Gazeteciler

Medya ve basın ilişkileri grubudur. Güncel yaşamda bilginin üçüncü bir taraf (gazeteci) aracılığıyla halka ulaştığı dolaylı bilgilendirme yöntemleri olarak değerlendirilir.

- Medya kanalıdır.
- **Ana Metot:** Medya ve basın ilişkileridir. Basın Toplantısı ana etkinliktir.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Basın Toplantıları, Basın Bildirileri, Gazete Ekleri, Gazeteciler. Biri diğerinin alt başlığı, operasyonel parçasıdır.
- **Analiz:** Medya ilişkileri üzerinden halkı bilgilendirmeye yönelik operasyonel bir medya süreç yönetimidir. Basın Toplantısı ana etkinliktir, interaktiftir. Bu toplantıda gazetecilere dağıtılan metin Basın Bildirisi olup yazılı ve tek yönlüdür. Bildiri kontrollüdür, toplantı şeffaflık mesajı verir. Eğer konu tartışmalıysa toplantı yapmak, sadece veri paylaşılacaksa bildiri geçmek daha sağlıklıdır. Halk için yapılan yaygın dağıtım ayağı Gazete Ekleri olarak adlandırılır; geniş kitlelere detaylı bilgi ulaştırmak için yerel/ulusal basın kullanımına yöneliktir ve fizikseldir (dijital versiyonları da mevcuttur). Katılımcılık metodolojisinden ziyade enformasyon oluşturmaya sağlar. Gazeteciler bu sürecin genel aktörüdür.

Basın Toplantıları (Press Conferences)

Hakkında

Bir kurumun yetkililerinin, önemli bir gelişmeyi aktarmak, bir projeyi başlatmak veya bir krize cevap vermek amacıyla gazetecileri davet ederek yüz yüze açıklama yaptıkları ve soruları cevapladıkları etkinlik türüdür. İki yönlü iletişime izin veren en yüksek profilli katılım ve bilgilendirme aracıdır. "Katılım" açısından bakıldığında, kurumun şeffaflık düzeyini ve hesap verebilirliğini gösteren bir sahne olarak değerlendirilebilir.

Amaç

Mesajların bir aracı olmaksızın bizzat karar verici tarafından iletilerek doğrudan iletişim kurmak, kamuoyunun merak ettiği ve belirsizlik içeren konular hakkında soru-cevap ortamı oluşturmak ve bunların iletişim kanalları aracılığıyla paylaşımını sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Büyük bir kentsel dönüşüm projesinin imza töreninde veya lansmanında, yerel bir referandum veya halk oylaması sonuçlarının ilanında, toplumsal tepki çeken bir konuda kurumun kapsamlı bir açıklama yapması gerektiğinde idealdir. Kurumun "erişilebilir" ve "açık" olduğu imajını pekiştirir, ayrıca haberler, gazete manşetleri ve sosyal medyada gündem olarak görünürlüğe katkı verir.

Zorluk

Zor (Lojistik planlama, katılımcı yönetimi ve zor sorulara hazırlıklı olma becerisi gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Mekân kiralama, ikramlar, teknik ekipman (ses, ışık, kürsü) ve basın kiti hazırlığı maliyetlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, öncesinde yapılan çalışmalara bağlıdır.

Uygulama süresi, 45-90 dakika (Sunum/Açıklama, 20-30 dakika; Soru-Cevap 30-40 dakika; Birebir Görüşmeler, 10-20 dakika.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız

Rol Alanlar

- Sözcü (Başkan veya Proje Lideri), açıklamayı yapan kişi.
- Basın Danışmanı (Moderatör), programı yöneten kişi.
- Teknik Ekip, tüm teknik destek ve organizasyonu yapan kişiler
- Gazeteciler, bağımsız haber ekipleri.

Donanım ve Araçlar

- Mikrofon sistemi, ışıklandırma, kurum logosunun olduğu bir arka plan.
- Basın Kiti (Basın bildirisi, konuşma metni özeti, görsellerin olduğu USB veya QR kod).

Basın Toplantıları Uygulama Adımları

Kriz yönetiminin çok önemli olduğu bir katılım aracıdır. Basın ve halkla ilişkilerle görevli eğitimli konuşmacılar yer almalıdır. Gazetecilerin sorularını geçiştirmek ("Yorum yok" demek) kurumun bir şeyler sakladığı algısını yaratacağından dikkat edilmeli, konu olumsuz detaylar içeriyorsa toplantı öncesi olası tüm zor sorular değerlendirilerek çalışılma yapılmalıdır.

1. Zamanlama ve Davet:

- Toplantı, gazetecilerin haber yetiştirme saatlerine uygun olarak (genelde saat 10:00-11:30 arası) yapılmalıdır. Davetiyeler en az 2-3 gün önceden gönderilmeli, bir gün önce teyit alınmalıdır.

2. Mekân Düzeni:

- Mekân, kameraların çekim açısına uygun olmalı; ışık ve ses yansıması kontrol edilmelidir. Gazetecilerin not alabileceği masalar ve internet erişimi (Wi-Fi) sağlanmalıdır. Eğer bir projeye yönelik ise proje maketi sergilenebilir, teknik detaylar anlatılır ve ilgililerin olası endişelerini cevaplayacak bir yaklaşım izlenebilir.

3. Konuşma ve Sunum:

- Sözcü, mesajını net, kısa ve öz bir şekilde iletmeli; teknik terimlerden kaçınmalıdır. Süreci destekleyecek görsel sunumlara (slayt, video) yer verilmelidir.

4. Soru-Cevap Yönetimi:

- En kritik aşamadır. Moderatör, soruların konu dışına çıkmasını engellemeli; sözcü ise her soruya sakın, dürüst ve hazırlıklı cevaplar vermelidir.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Basın Bildirileri (Press Releases)

Hakkında

Bir kurumun (belediye, STK, kamu kurumu) önemli bir olayı, kararı veya projeyi, haber değeri taşıyacak şekilde, özetleyerek medya kuruluşlarına gönderdiği resmi yazılı açıklamadır. Basın bildirisi, haberin medyada "kurumun istediği çerçevede" yer almasını sağlayan birincil kaynaktır.

Amaç

Medya aracılığıyla geniş kitlelere eş zamanlı erişim sağlayarak kurum çalışmalarını kamuoyu dikkatine sunmak, tartışma başlatmak ve gerektiğinde herhangi bir yanlış anlamamanın önlenmesi için kurumun resmi görüşünü beyan etmek gibi amaçlarla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yeni bir stratejik planın halka ilan edilmesi; büyük çaplı bir katılım toplantısının veya referandumun duyurulması; afet ve salgın gibi kriz anlarında halkı doğru yönlendirmek için idealdir. Halkın haberdar edilmesi sayesinde kurumsal şeffaflık algısının güçlenmesini, medyayı bilgilendirmeyi ve doğru şekilde görünür olmayı sağlar. Teknik ve hukuki anlamda iyi eleştiri imkânı sunar; ancak basılı yayınlar arasında zayıf bir yer teşkil eder ve konuya dair medya yeterince ilgi göstermeyebilir.

Zorluk

Kolay/Orta (Yazımı standart bir format gerektirir; fakat haberin medya tarafından yayınlanmasını sağlayacak "haber değerini" yakalamak profesyonellik ister.)

Maliyet

Düşük (Yazım ve dijital gönderim maliyeti yoktur; profesyonel bir basın dağıtım servisi kullanılması durumunda abonelik ücreti gerekebilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 gün

Uygulama süresi, 6-12 saat (Yazım 2-4 saat; Onay süreci 4-8 saat; Dağıtım süreci, anlık)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız

Rol Alanlar

- Basın Danışmanı/Metin Yazarı, açıklanacak metni hazırlayan kişi.
- Kurum Sözcüsü (Onay makamı), açıklamayı yapan kişi.
- Grafik Tasarımcı, çalışmada görsel destek sağlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- E-posta listeleri, WhatsApp basın grupları, haber ajansı abonelikleri.

Basın Bildirileri Uygulama Adımları

Basın bildirilerinin standart yapısı (5N1K) şeklindedir. Başarılı bir basın bildirisi, gazetecinin işini kolaylaştıracak şekilde olmalı ve "Ters Piramit" kuralına göre yazılmalıdır. Bu tarzın özelliği, en önemli bilginin en başta ve detayların en sonda yer almasıdır. Bildiri, bir reklam metni gibi yazılmamalı ve aşırı övgü içeren kelimelerden kaçınılmalı ve gerçeklere odaklanmalıdır. Medya araçlarına fakslanır ya da eposta ile gönderilir.

1. Haber Değerini Belirleyin:

- Öncelikle "Bu yazı neden haber olmalı?" sorusuna cevap aranır. Yenilik, güncellik, çatışma çözümü veya insani ilgi öğeleri içermelidir.

2. Görsel Materyal Hazırlayın:

- Sadece metin gönderilmemeli, haberin yayınlanma ve ilgi görme ihtimalini artıracak yüksek çözünürlüklü fotoğraflar, infografikler veya kısa bir video (B-roll) eklenmelidir.

3. Zamanlama (Ambargo):

- Bildirinin medyanın en yoğun olduğu saatler içerisinde (genellikle sabah 09:00-10:30) gönderilmesi, ayrıca çok acil değilse hafta sonuna bırakılmaması önerilir.

4. Takip ve Arşivleme:

- Bildiri gönderildikten sonra ana akım medya ve yerel basın taranarak haberin nasıl yer aldığı izlenmeli ve bir medya raporu oluşturulmalıdır.

5. Bildirinin bölümleri: Bildiri, aşağıda yer alan bölümler dikkate alınarak hazırlanmalıdır.

- **Başlık:** İlgi çekici, kısa ve haberin özünü veren şekilde olmalıdır (Örneğin, "X Belediyesi Katılımcı Bütçe İçin Sandık Kuruyor."). Dijital uyumluluk gözetilmesi ve başlığın SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) uyumlu olması, haberin internette bulunurluğunu artıracaktır.
- **Giriş (Spot):** İlk paragraf, "Kim Ne Nerede Ne Zaman, Nasıl ve Niçin" sorularının cevabını vermelidir.
- **Gövde:** Haber detayları, projenin toplumsal faydası ve sürece dair teknik bilgileri içermelidir.
- **Alıntı (Quote):** Kurum başkanının veya proje sorumlusunun konuyla ilgili tırnak içinde verilen vurucu cümlesi yer almalıdır.
- **Notlar/Ek Bilgi (Boilerplate):** Kurum hakkında kısa bir tanıtım yazısı bulunmalıdır ("X Kurumu Hakkında" bölümü).
- **İletişim:** Gazetecilerin daha fazla bilgi alabileceği bir isim ve telefon numarasına yer verilmelidir.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Gazete Ekleri (Newspaper Inserts / Supplements)

Hakkında

Gazete Ekleri, yerel veya ulusal bir gazetenin içine yerleştirilen, belirli bir projeye, bölgeye veya sosyal meseleye odaklanan tematik bilgilendirme ve katılım araçlarıdır. Yöntem, belediyenin mesajını doğrudan vatandaşın evine, kahvehanesine veya iş yerine ulaştırmasını sağlar. Sadece tek taraflı bir ilan değil; içinde anketler, geri bildirim formları ve "siz ne düşünüyorsunuz?" köşeleri barındıran, halkın elinde tutabildiği, saklayabildiği ve üzerine not alabildiği fiziksel bir "Bilgi ve Katılım Belgesi" işlevi gören etkileşimli bir yayındır.

Amaç

Sosyal medya kullanmayan veya belediye binasına gelemeyen kesimlere (emekliler, ev hanımları vb.) geleneksel medya aracılığıyla ulaşmak, karmaşık projeleri görsel grafikler ve detaylı metinlerle halka izah ederek derinlemesine bilgilendirme yapmak, ekler içine konulan kesip gönderilebilir formlar veya QR kodlar sayesinde vatandaşın görüşünü alarak geri bildirim toplamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bilginin toplum çapında dağıtımını sağlar; şeffaflık algısının artması, bilgi kirliliğinin önlenmesi ve dijital uçurumun (sosyal medya kullanmayanlar) aşılmasında etkilidir. Yerel gazete kapsamında sunulan ekler daha çok okunur ve dikkate alınır. Kamu yorum formu sunmak için fırsat oluşturur.

Zorluk

Orta (İçerik hazırlığı, grafik tasarım ve dağıtım lojistiği profesyonellik gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Tasarım, kâğıt baskı maliyeti ve gazete dağıtım ağına ödenen ücretler maliyetlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (İçerik ve tasarım süreci)

Uygulama süresi, 1 gün (Gazete ile birlikte dağıtılmak üzere)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, on binlerce vatandaş (Gazetenin tirajına bağlı olarak değişir)

Rol Alanlar

- İçerik Editörü, Belediye birimlerinden bilgileri toplayan kişi.
- Grafik Tasarımcı, bilgileri görselleştiren kişi.
- Dağıtım Sorumlusu, gazete yönetimiyle koordinasyonu sağlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Profesyonel mizanpaj yazılımları (InDesign vb.).
- Yüksek çözünürlüklü fotoğraflar, infografikler.

Yaş ve Uyarılama

Özellikle 40 yaş üstü geleneksel medya takipçileri için çok etkilidir. Yerel dillerde veya şivelerde hazırlanarak mahalle kültürüne daha sıcak bir temas kurulabilir.

Gazete Ekleri Uygulama Adımları

Gazete eki, belediyenin sadece reklamını yapan bir broşür değildir. Vatandaşın projeyi sağlıklı bir şekilde eleştirebilmesi için bilgilendirme kiti ve reklam gibi gerekli nesnel teknik bilgiyi sunmalıdır.

Özellikle büyük kentsel alanlarda baskı ve gazete içine ekleme (insert) maliyetleri oldukça yüksektir. Bütçe planlaması buna göre yapılmalıdır. Dağıtım ağının denetlenmesi gereklidir. Yöntemin güçlü bir geri bildirim aracı olabilmesi için gerekli mekânizma (form, QR kod) uygulamalarına dikkat edilmelidir, aksi takdirde tek yönlü iletişim riski taşır.

1. Konu Belirleme (Açılış)

- Odak: Hangi projenin veya hizmetin halkın onayına veya bilgisine sunulacağı netleştirilir. Tek bir büyük konuya odaklanmak etkiyi artırır.

2. Görselleştirme ve Basitleştirme

- Dil: Teknik ve bürokratik terimler, halkın her kesiminin anlayacağı sade bir dile indirgenir.
- Görsel Kanıt: Haritalar, "öncesi-sonrası" canlandırmaları ve sürecin nasıl işleyeceğini gösteren zaman çizelgeleri (Timeline) hazırlanır.

3. Etkileşim Alanı Oluşturma (Katılım Katmanı)

- Geri Bildirim: Ekin son sayfasına veya belirli bir bölümüne "Fikrinizi Yazın ve Bize Ulaştıran" alanı eklenir.
- Erişim: Fiziksel formların bırakılacağı noktalar (Örneğin, Muhtarlıklar, Belediye Hizmet Noktaları) belirtilir veya dijital katılım için QR kodlar yerleştirilir.

4. Baskı ve Entegrasyon (Uygulama)

- Tasarım: Sayfa tasarımı gazetenin genelinden farklı ve dikkat çekici olmalıdır.
- Zamanlama: Okunma oranını artırmak için diğer eklerin az olduğu günler (genellikle hafta ortası) tercih edilmelidir.
- Dağıtım: Hazırlanan içerik gazete formatında basılır ve ana gazetenin içine yerleştirilerek dağıtılır.

5. Etki Analizi ve Raporlama (Kapanış)

- Ölçüm: QR kod tıklamaları, web sitesi trafiği veya muhtarlıklara geri dönen fiziksel formlar üzerinden halkın projeye tepkisi ölçülebilir.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Gazeteciler (Journalists)

Hakkında

Sorunları belirlemek, karmaşık bir problemi veya yeni bir fikri tüm boyutlarıyla anlamak için profesyonel habercilik disiplini kullanan bir analiz ve vizyon geliştirme tekniğidir. Yöntem, klasik 5N 1K (Kim, Ne, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden) sorularını birer "mercek" olarak kullanır. Katılımcıları karmaşık detaylardan kurtarıp projenin "haber niteliği taşıyan" özüne odaklanmaya zorlar.

Gazeteciler yönteminde, katılımcılar kurgusal bir gazetenin ön sayfasını tasarlamaya ve hangi haberlerin kapağa çıkmayı hak ettiğini ve bu haberlerin hangi başlıklarla yer alacağını belirlemeye davet edilir. Uygulama aracılığıyla ekibin sorunlara ve zorluklara yaklaşım biçimini yeniden şekillendirmek, sürecin verimli şekilde tamamlanması ve sonraki adımlara daha iyi hazırlanmaya yardımcı olmak mümkündür.

Amaç

Varsayımlardan kurtulup olayı en yalın ve objektif haliyle ortaya koyarak, çözümün önündeki engelleri veya fikrin eksik yönlerini henüz uygulama aşamasına geçmeden önce tespit etmeyi sağlar. Bir konuyu sadece yüzeysel olarak değil; zamanı, mekânı ve sorumluları açısından 360 derece incelemek, "Nasıl?" veya "Neden?" sorularına cevap verilemeyen alanların, projenin en zayıf halkası olduğunu fark ederek kritik eksikleri bulmak, bir kararın arkasındaki gerekçeleri (Neden?) ve uygulama biçimini (Nasıl?) herkesin anlayabileceği netliğe kavuşturarak şeffaflık sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Mantıksal boşlukların kapanması, operasyonel netlik ve güçlü bir iletişim stratejisi için uygundur. Grubun ayrıntılara takılıp kaldığı ve büyük resmi görmekte zorlandığı durumlarda kullanılabilir. Vizyon belirleme aşamalarına da destek olur.

Zorluk

Kolay (Yalnızca uygun soru sormayı gerektirir, herkes tarafından uygulanabilir.)

Maliyet

Düşük (Sadece bir not defteri ve analitik bir bakış açısı gerekir.)

Süre

Hazırlık süresi, değişken

Uygulama süresi, 45-60 dakika (Bir beyin fırtınası seansı olarak uygulanır.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 3-20 kişi (Farklı bakış açılarından soru soracak bir grup)

Rol Alanlar

- Muhabir, soruları soran ve cevabı kovalayan katılımcı.
- Kaynak kişi, bilgi veren uzman veya personel.

Donanım ve Araçlar

- 5N 1K Şablonu, Büyük beyaz tahta.
- Kalem, kağıt, makas, yapıştırıcı.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygun (Çocuklarla "Mahalle Dedektifiği" oyunu olarak uygulanabilir). Kriz anlarında (Örneğin, su kesintisi, afet yönetimi gibi) halka yapılacak duyuruların içeriğini kontrol etmek için "filtrelenmiş 5N 1K" kontrol listesi olarak kullanılabilir.

Gazeteciler Uygulama Adımları (5N 1K Sorgusu)

Bir projenin veya fikrin tüm eksiklerini klasik **5N 1K** (Kim, Ne, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden) sorgusuyla ortaya çıkaran bir analiz ve vizyon geliştirme aracıdır. "Neden?" sorusunu peş peşe sormak, problemin en derinindeki kök nedene ulaştırır. Önceliklendirme yani haber değeri için katılımcılara, sorular sormak faydalı olabilir (Örneğin; *"Bu yaptığımız iş mahalle sakinleri için gerçekten manşet olacak kadar önemli mi?"* gibi sorular).

Yöntem, "gerçeklik kontrolü" sağlar; temel konulara odaklanmak ve vizyon geliştirmek önemlidir.

1. 5N 1K Sorgusu (Haber Analizi)

Analiz yapılacak konu masaya yatırılır ve katılımcılar birer muhabir gibi şu soruları cevaplar:

- **KİM?** Durumdan kim etkileniyor? Sorumlular ve hedef kitle kim?
- **NE?** Sorunun özü ve planlanan çözümün tam tanımı nedir?
- **NEREDE?** Uygulamanın coğrafi veya idari etki alanı neresidir?
- **NE ZAMAN?** Başlangıç, bitiş ve kritik teslim tarihleri nedir?
- **NASIL?** Süreç hangi kaynaklarla ve hangi yöntemle işleyecek?
- **NEDEN?** Bu çözüm yolu neden seçildi? (Kök nedeni bulmak için "Neden?" sorusu 5 kez üst üste sorulur).

2. Boşluk Tespiti ve Haber Yazımı

- **Muğlaklık Kontrolü:** Sorulardan herhangi birinin cevabı net değilse (Örneğin, "Ne yapılacağı belli ama nasıl finanse edileceği belirsiz"), o nokta revize edilir.
- **Haber Metni:** Tüm cevaplar birleştirilerek, projenin eksiksiz özetini sunan tek bir paragraf yazılır. Eğer metin tutarlıysa proje olgundur.

3. İlk Sayfa Tasarımı (Vizyon Geliştirme)

Eğer grup vizyon geliştirmekte zorlanıyorsa kurgusal bir gazetenin ilk sayfasını tasarlamaları istenir:

- **Manşet Seçimi:** Elinizdeki hikâyelerden en önemlisini "başyazı" (manşet) yapın.
- **Başlık ve Giriş:** Dikkat çekici bir başlık atın ve ilk paragrafta doğrudan konuya (Neden önemli? Sonuç ne?) girin.
- **Alt Detaylar:** İkinci paragrafta 5N 1K sorgusundan gelen önemli bilgileri toplayın.

4. Nihai Çıktı

- Konunun tüm teknik ve sosyal detaylarını içeren, tutarlılığı test edilmiş bir "Olay/Proje Dosyası" nihai çıktı olarak elde edilir.

Çevrimiçi Atölye Uygulaması

- **Dijital Beyaz Tahta:** Miro veya Mural gibi araçlar üzerinde boş bir "Gazete Sayfası" şablonu hazırlanır. Katılımcıların sayfanın gerçek zamanlı doluşunu görmesi görsel etkiyi artırır.
 - **Alt Gruplar (Breakout Rooms):** Geniş grubu küçük "yazı işleri takımlarına" ayırarak her birinin farklı bir haber makalesi (proje detayı) üzerinde çalışması sağlanır.
 - **Sözsüz Geri Bildirim:** Tartışma sırasında karmaşayı önlemek için katılımcılar, tepki emojiilerini veya "el kaldır" özelliğini kullanmaları konusunda bilgilendirilir.
 - **Kelime Bulutu:** Zaman kısıtlıysa ilk paragraf yerine anahtar kelimeler ve madde işaretleriyle ilerleme sağlanır.
-

(SessionLab, 40 problem çözme tekniği, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.2.4. Bilgi Hattı / Bilgi Kioskları / Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri / Merkezi Bilgi İletişim

Fiziksel ve erişilebilir bilgi noktalarıdır. Vatandaşın ayağına giden veya vatandaşın fiziksel olarak ulaştığı kanallardır; saha bilgilendirmesi olarak da bilinir.

- İrtibat noktasıdır. Geniş kitlelere eş zamanlı ulaşım sunar.
- **Ana Metot:** Vatandaş İletişim Kanalları (Genel isim).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Bilgi Hattı, Bilgi Kioskları, Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri, Merkezi Bilgi İletişim. İkame yöntemlerdir.
- **Analiz:** Vatandaşın kuruma ulaşma arayüzleri, enformasyon noktalarıdır. Fiziksel bir ofise gitmek (Saha Ofisi), dijital ekrana dokunmak (Kiosk) veya telefon açmak (Bilgi Hattı/sesli hat) sahada aynı şeffaflık ihtiyacını çözen farklı bilgi sağlama kanallardır, birbirlerinin yerine ikame edilebilirler. Bilgi Hattı (Hotlines) ve Bilgi Ofisleri, insan etkileşimi içerir ve soru-cevap odaklıdır. Uzaktan erişim için "Hat", yüz yüze güven için "Ofis" ikamesi yapılır; Kiosklar ise dijital, hızlı ve insansızdır. Personel maliyeti yüksek olduğunda kiosklar, bilgi verme fonksiyonu olarak, ofislerin işlevini üstlenebilir.

Bilgi Hattı (Information Hotlines)

Hakkında

Bilgi Hattı, belirli bir proje, politika veya acil durum hakkında vatandaşların doğrudan, hızlı ve güvenilir bilgi alabilmesi için kurulan özel telefon veya dijital iletişim hatlarıdır. Uzaktan bilgilendirme araçları arasında yer alır. Tek yönlü bir duyuru kanalından ziyade, vatandaşın sorusuna cevap alabildiği, endişelerini iletebildiği ve sürecin şeffaflığını denetleyebildiği bir "interaktif bilgi servisi"dir.

Amaç

Vatandaşın, karmaşık belediye/kurum bürokrasisini atlayarak, resmi ve doğru bilgiyi kaynağından almasını sağlar. Doğrudan erişim sağlamak, bilgi kirliliğini önlemek ve şeffaf bir yönetim anlayışıyla erişilebilirliği artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Toplumsal sorunlar hakkında bilgi edinmek ve ihbar/bilgi hattı olarak kullanılır. Vatandaş katılımı, değerli hissetmesi, kurumsal güven artışı ve uygulamalara yönelik sosyal direncin azalmasında etkilidir.

Zorluk

Orta (Teknik altyapı kurulumu kolaydır; ancak hattın ucunda her zaman bilgili ve yetkili bir personelin bulunması operasyonel disiplini gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Telefon hattı maliyeti düşüktür; ancak personelin zaman maliyeti ve hattın tanıtımı için yapılacak duyurular bütçe gerektirir. Sürekli personel bulundurulmadığında daha düşük maliyetlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Kurulum için gerekli olan süre)

Uygulama süresi, proje süresince veya kritik dönemlerde (7/24 veya belirli mesai saatlerinde)

Projenin ömrü boyunca hatların bakımı yapılmalıdır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Etkilenen tüm paydaşlar ve vatandaşı kapsar.)

Operatörler, 1-5 uzman personel.

Rol Alanlar

- Konu Uzmanı, soruları cevaplayan teknik personel.
- Halkla İlişkiler Sorumlusu, vatandaşla iletişimi yöneten kişi.

Donanım ve Araçlar

- Tahsis edilmiş telefon hattı, ses kayıt sistemi, CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) yazılımı.
- WhatsApp Bilgi Hattı, Yapay Zekâ destekli Chatbotlar veya web tabanlı canlı destek sistemleri.
- Masa, telefon ve bilgisayar erişimi bulunan koşullara uygun çalışma odası.
- Proje, teklif veya konu hakkında ayrıntıları veren ve daha fazla bilgi edinmek için davette bulunan, kibar, kısa ve güncel kayıtlı mesaj.

Kurulumu nispeten basittir ancak uzun vadeli bakım ve personel istihdamı gerektirir.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygun (Telefon kullanımı yaşlı popülasyon için en erişilebilir katılım aracıdır). Engelli vatandaşlar için görüntülü görüşme (işaret dili) veya metin tabanlı hatlar (SMS/WhatsApp) mutlaka eklenmelidir.

Bilgi Hattı Uygulama Adımları

Uygulanması planlanan proje ve vatandaş arasındaki "canlı sesli iletişim" kanalıdır. Bilgi vermenin yanında sahadaki endişeleri erkenden tespit etmeyi sağlayan bir "erken uyarı sistemi" görevi yapar.

Konuyla ilgili personel planlaması doğru yapılarak zaman ve odak riski azaltılmalı, personelin asıl işlerini engelleyebilecek bir sistem kurgulanmamalıdır. İlgili personel, bilgi akışına sahip olmalı, eş zamanlı tutulmalı ve güncel bilgiler kendilerine iletilmelidir. Çağrılarının cevapsız bırakılması güveni ve kurumsal imajı zedeleyebileceğinden özen gösterilmelidir.

1. Kapsam ve Teknik Altyapı Planlaması

Hattın teknik sınırları ve hizmet verme şekli en baştan netleştirilir.

- İpucu (Erişilebilirlik): Kolay hatırlanabilir bir numara seçilir ve özellikle şehir dışından arayanlar veya dar gelirli vatandaşlar için "ücretsiz" (0850 veya 444'lü hatlar gibi) bir seçenek oluşturulur.
- İpucu (Esneklik): Çağrı yönlendirme özellikleri aktif edilerek personelin belirli bir masaya bağlı kalmadan, nöbetleşe veya uzaktan (mobil) cevap verebilmesi sağlanır.
- İpucu (Zaman Yönetimi): Hattın 7/24 mü yoksa belirli saatlerde mi açık olacağı netleştirilir. Personelin diğer görevlerini engellememesi için "Hattın Açık Olduğu Saatler" önceden ilan edilir.

2. Personel Eğitimi ve Bilgi Yönetimi

Hattın ucundaki ses, belediyenin o projedeki yüzüdür. Personelin yetkinliği projenin güvenilirliğini belirler. İlgili kişinin sabırlı ve empati kurabilen bir iletişim diline sahip olması gerekir

- İpucu (Bilgiye Erişim): Personelin tüm teknik detaylara anında ulaşabileceği bir "Bilgi Bankası" (SSS/Sıkça Sorulan Sorular) hazırlanmalıdır. Karmaşık bir soru geldiğinde kiminle iletişime geçeceklerini gösteren bir "Dahili Rehber" sağlanır.
- İpucu (Kriz ve Üslup): Personel, zorlu, öfkeli veya endişeli arayanlarla başa çıkabilmeleri için "Kriz İletişimi" ve "Nazik Telefon Protokolleri" konusunda eğitim almalıdır.

3. Performans Standartları ve Duyuru

Vatandaşın beklediği hizmet kalitesi, net bir standarda bağlanır ve duyurusu yapılır.

- Bekleme Süresi: Arayanların ne kadar sürede cevap alacaklarına dair bir performans hedefi koyulur (Örneğin, "En geç 3 dakikada bağlanma").
- Geri Dönüş Hızı: Eğer operatör o an cevap veremiyorsa, en geç 24-48 saat içinde vatandaşa geri dönüşmesi güven için kritiktir.
- Reklam: Geniş çaplı reklam yapılmayan bir hat atıl kalır. Numara tüm proje tabelalarına, sosyal medyaya, faturalara ve yerel radyo anonslarına entegre edilmelidir.

4. Kayıt, Analiz ve Güncelleme (Hasat)

Gelen her çağrı, projeyi iyileştirmek için bir veridir.

- İpucu (Telefon Günlüğü): Gelen aramayı, şikâyeti ve endişeyi kaydeden bir "Telefon Günlüğü" tutulur. Bu kayıtlar, katılım sürecinin raporlama kısmına dahil edilir.
- İpucu (Strateji Güncelleme): En çok sorulan sorular düzenli aralıklarla analiz edilir. Eğer bir konu çok soruluyorsa, projenin iletişim dilinde bir eksiklik var demektir; web sitesi veya broşürler bu analize göre güncellenir.

(EPA, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Bilgi Kioskları (Information Kiosks)

Hakkında

Bilgi Kioskları, belirli bir projeye, kamu hizmetine veya toplumsal meseleye dair bilgileri halkın en yoğun bulunduğu alanlarda (meydanlar, alışveriş merkezleri, kütüphaneler, duraklar gibi) sunan fiziksel veya dijital bilgi duraklarıdır. Dokunmatik ekranlar aracılığıyla büyük miktarda veriyi, multimedya (video, ses, görsel) kullanarak sunan bağımsız elektronik istasyonlar olarak da bilinirler. Sadece bilgi vermez, aynı zamanda "tıkla ve cevapla" mantığıyla vatandaşın nabzını ölçer.

Amaç

Hizmet ve uygulamalar için vatandaş erişimini kolaylaştırarak 7/24 bilgi vermek ve görünürlüğü artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Şeffaflık algısını güçlendirerek uygulamalara yönelik toplumsal kabulü artırır ve kamuoyu ilgi analizinin yapılmasını sağlar. Geniş kitleleri etkileyen, görüş almanın ve bilgi aktarımının değerli olduğu projelerde kullanımı etkilidir.

Zorluk

Kolay/Orta (Teknik kurulum ve içerik tasarımı uzmanlık ister; vatandaş için kullanımı basittir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Fiziksel kabin imalatı, dijital ekranlar, yazılım ve bakım maliyetleri nedeniyle bütçe gerektirir; kâğıt israfını önler.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Tasarım ve montajı içeren kurulum süreci)

Uygulama süresi, projenin aktif olduğu aylar hatta yıllar boyunca sürer.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, binlerce kişidir. Kioskun bulunduğu bölgeden geçen herkesi kapsar.

Dijital kiosklar üzerinden anlık anketler yapılarak binlerce veri toplanabilir.

Rol Alanlar

- İçerik yöneticisi, kiosktaki bilgileri güncel tutar.
- Bilgi teknolojisi uzmanları ve teknik ekip, bakım ve onarım yapar.
- Uzman programcılar, etkileşimli ekran kurulumu, güncelleme, sorun giderme ve onarım için çalışır.
- Kiosk yapımı için uzmanlaşmış firmalar.
- Güvenlik birimleri, vandalizmi önlemek için düzenli kontrolleri yapan kişiler.

Donanım ve Araçlar

- Dokunmatik ekranlı özel kasa terminaller, güneş enerjisi panelleri (açık alan için), broşür tutucular.
- Gelişmiş yazılım ve Dijital araçlar (Etkileşimli haritalar, tanıtım videoları ve dijital geri bildirim formları).
- Yüksek hızlı internet bağlantıları.

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklar için görsel oyunlar, yaşlılar için büyük puntolu metinler). Ekran yüksekliği, görme engelliler için sesli rehber ve Braille alfabesi seçenekleri eklenebilir.

Bilgi Kioskları Uygulama Adımları

Bilgi kioskları; dokunmatik ekranlar aracılığıyla büyük miktarda veriyi, multimedya (video, ses, görsel) kullanarak sunan bağımsız elektronik istasyonlardır. Sadece bilgi vermez, aynı zamanda "tıkla ve cevapla" mantığıyla halkın nabzını ölçer.

Maliyet-fayda dengesi iyi yapılmalı; güncel teknolojiyle hazırlanan ve herkesin kullanımına uygun bir arayüze sahip olmalıdır. Fiziksel hava şartları ve darbelere dayanıklı malzeme kullanılmalıdır. Mutlaka paylaşılan verilerin güncel olmasına dikkat edilmelidir.

1. Stratejik Lokasyon ve Güvenlik Analizi

Kioskun başarısı, nerede durduğuna bağlıdır.

- İpucu (Yüksek Trafik): Alışveriş merkezleri, kütüphaneler, meydanlar veya toplu taşıma aktarma merkezleri gibi insanların durup vakit geçirdiği noktalar seçilir.
- İpucu (Vandalizm ve Dayanıklılık): Yer seçimi yaparken vandalizm (zarar verme) riski göz önünde bulundurulmalıdır. Donanımın "endüstriyel tasarım" standartlarında, dış ortama ve sert kullanıma dayanıklı olduğundan emin olunmalıdır.

2. Finansman ve İş Birliği Geliştirme

Kiosklar yüksek kurulum maliyetli araçlardır; bu yük paylaşılmalıdır.

- İpucu (Sponsorluk): İletişim sağlayıcıları (Telekom gibi) veya devlet kurumlarıyla sponsorluk için görüşülmelidir. Birden fazla kurumun sistemi ortak kullanması (Örneğin, hem belediye duyurusu hem de ulaşım kartı dolumu) maliyetin karşılanmasını kolaylaştırır.

3. İçerik ve Arayüz Tasarımı (Multimedya Yaklaşımı)

Kiosku bir web sitesinden ayıran, etkileşim hızı ve basitliğidir.

- İpucu (Video Oyun Mantığı): İçeriğe bir "video oyunu" havası katılmalıdır. Bu yaklaşım, normalde katılım süreçlerine ilgi duymayan gençlerin veya okuma-yazma bariyeri olanların (görsel/işitsel ipuçlarıyla) ilgisini çekecektir.
- İpucu (Sade Gezinme): Karmaşık raporlar yerine infografikler ve interaktif videolar tercih edilmeli; menüler, "tıkla bul" mantığıyla, ATM cihazlarına benzer bir sadelikte tasarlanmalıdır.

4. İnteraktif Katılım ve Kamuoyu Yoklaması

Kiosk, tek yönlü bir reklam panosundan, çift yönlü bir diyalog kutusuna dönüştürülmelidir.

- İpucu (Elektronik Anket): Sürece dair sınırlı düzeyde kamuoyu katılımı sağlamak için kısa anketler eklenir.
- İpucu (Manipülasyon Uyarısı): Elektronik anket sonuçlarını değerlendirirken manipülasyon (aynı kişinin defalarca basması gibi) olasılığı göz önünde bulundurulmalı ve sonuçlar istatistiksel bir kesinlikten ziyade bir "eğilim göstergesi" olarak okunmalıdır.

5. Veri İzleme ve Süreklilik (Hasat)

Kurulumdan sonra sistemin yaşayan bir organizma olması sağlanmalıdır.

- İpucu (Tık Analizi): Hangi konuların daha çok tıklandığı takip edilmelidir. Halkın en çok neyi merak ettiği analiz edilerek belediyenin iletişim stratejisi bu verilere göre güncellenmelidir.
- İpucu (Operasyonel Takip): Kurulum sonrası personel ihtiyacı sınırlıdır; ancak sistemin güncelliği ve teknik çalışabilirliği (yazılım güncellemeleri, temizlik ve bakım gibi) için mutlaka bir sorumlu ekip tanımlanmalıdır.

(EPA, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri (Information Centers and Field Offices)

Hakkında

Bir proje veya hizmetin uygulandığı yerel bölgede bulunan, vatandaşların yüz yüze etkileşim kurabileceği, potansiyel sorularının cevaplanıp bilgilendirileceği fiziksel birimlerdir. Bürokrasiyi "merkezden yerele" indirerek, halkın kendi mahallesinde veya projenin tam kalbinde doğrudan muhatap bulmasını ve bilgi edinmesini sağlar. Direnci kırıp katılımı artıran güçlü bir stratejidir. Belediyenin "sahadaki yüzü" ve "güven kalesi" olarak nitelendirilen fiziksel irtibat noktaları olarak bilinir.

Amaç

Sorunların ve uygulamaların anlatılması ve tartışılması için yerinde bilgilendirme yapmak; vatandaş için sürekli erişilebilir şekilde güven inşası sağlamak; süreç sonunda şikâyet ve önerileri sahada oluştuğu anda ve yerinde kayıt altına alarak geri bildirim toplamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Anlamli aktiviteler ile medyanın ilgisi çekilmek istendiğinde, bilgi paylaşımı odaklı yapısıyla okul çocuklarına yönelik eğitim uygulamalarında, vatandaşın doğru ve güvenilir bilgiye kolay erişiminde, vatandaş katılımına odaklı duyarlı ve sürekli iletişim fırsatları için kullanılabilir. Şeffaflık ve çözüm ortaklığı sağlamada etkilidir. Proje üzerindeki belirsizliğin azalması, spekülasyonların (dedikoduların) önlenmesi ve yerel halkın sahiplenmesi için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Fiziksel bir mekânın tefriş edilmesi, personel istihdamı ve sürekli açık tutulması operasyonel bir yük getirir.)

Maliyet

Yüksek (Kira/konteyner maliyeti, personel maaşları, donanım ve işletme giderleri bulunur.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Öncesinde aylar süren hazırlık dönemleri)

Uygulama süresi, projenin başlangıcından bitişine kadar (Genellikle aylar veya yıllar sürer.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Bölge sakinleri, esnaf ve yerel paydaşlar)

Uzman personel, 2-5 kişi (Sosyal hizmet uzmanı, mimar, mühendis veya halkla ilişkiler uzmanı)

Rol Alanlar

- Saha ofisi sorumlusu, ofisi yönetip raporlayan kişi.
- Teknik uzman, teknik soruları cevaplayan kişi.
- Toplum arabulucusu, çatışmaları yöneten kişi.

Donanım ve Araçlar

- Proje maketleri, teknik haritalar, tanıtım broşürleri, şikâyet/öneri kutusu.
- Çay/kahve köşesi (misafir ikramları).
- Randevu sistemleri, anlık veri girişi sağlayan tabletler.

Yaş ve Uyarlama

Hemen her yaş grubu için uygundur. Mahalle kültürüne göre ofisin tasarımı değiştirilebilir. Örneğin, emekli nüfusun yoğun olduğu yerde "sohbet alanı" odaklı; gençlerin olduğu yerde ise "teknolojik ekran" odaklı bir yapı kurulabilir.

Bilgi Merkezleri ve Saha Ofisleri Uygulama Adımları

Vatandaşın ayağına gitmek ve onlara projeyi kendi mahallelerinde, dokunabilecekleri mesafede anlatmak, direnci kırıp katılımı artıran en güçlü stratejidir. Saha ofisleri, kira, personel ve ekipman nedeniyle görece pahalı olmasına karşın vatandaş nezdinde kabul görmeyi kolaylaştırdığı için "sosyal fayda" ve "zaman tasarrufu" etkisine sahiptir. Ofislerin belli alanlarda kurulabilmesi yine de erişim sorununu ortaya çıkarabilir. Bu durumda belirli zamanlarda farklı alanlarda "Mobil Bilgilendirme Masaları" kurularak ofis etkisi genişletilebilir.

1. Stratejik Konumlandırma ve Ulaşılabilirlik

Ofisin yeri, katılımın kalitesini belirler.

- İpucu (Nötr ve Uğrak Nokta): Ofis, belediye binası gibi "resmi" bir his uyandıran yerler yerine; halkın günlük rotası üzerinde, kolayca ulaşabileceği ve kendini güvende hissedeceği (kütüphane yanı, meydan yakını gibi) "nötr" bir noktada açılır.
- İpucu (Görünürlük): Ofisin varlığını duyurmak için geniş kapsamlı reklam broşürleri hazırlanır ve bölgeye yönlendirme tabelaları asılır.

2. Bilgilendirme Donatısı ve Mekân Tasarımı

Vatandaşın projeyi zihninde canlandırabilmesi için mekân bir "deneyim alanına" dönüştürülür.

- İpucu (Somutlaştırma): Ofisin içi, projenin bitmiş halini gösteren ölçekli maketler ve anlaşılır infografiklerle donatılır. Vatandaşın projeyi "görmesi" ve "dokunması" sağlanır.
- İpucu (Dijital Destek): Ofis içine internet erişim istasyonları kurulur. Bu sayede vatandaşlar proje web sitesini inceleyebilir, gerekiyorsa ilgili başvurularını personelle birlikte yapabilir.

3. Personel Yaklaşımı: Bürokrat Değil, Çözüm Ortağı

Ofisin başarısı, içindeki personelin tavrına bağlıdır.

- İpucu (Tarafsızlık ve Empati): Saha ofis personeli, vatandaşa "yukarıdan bakan" bir bürokrat gibi değil, mahallelinin endişesini anlayan bir "çözüm ortağı" gibi davranmalıdır. Personelin bu konuda özel iletişim eğitimi alması sağlanmalıdır.
- İpucu (Şeffaflık): Ofiste gizli saklı hiçbir doküman bulundurulmamalıdır. Tüm planlar, haritalar ve resmi kararlar, vatandaşın incelemesine açık tutularak güven inşa edilebilir.

4. Proaktif İletişim ve Grup Turları

Sadece vatandaşın gelmesi beklenmemeli; mahallenin içine karışmaya öncelik verilmelidir.

- İpucu (Esnaf ve Muhtar Ziyaretleri): Uzmanlar belirli saatlerde mahalle esnafını ve muhtarı ziyaret ederek onları ofise davet etmeli, projenin gidişatı hakkında "yerinde" bilgi vermelidir.
- İpucu (Toplu Bilgilendirme): Belirli saatlerde veya günlerde "Grup Turları" ve toplu sunumlar organize edilir. Bu turlar, mahalleli arasındaki dezenformasyonu (yanlış bilgiyi) önlemek için iyi bir fırsattır.

5. Kayıt, Analiz ve Haftalık Raporlama (Hasat)

Sahadaki sesin belediye yönetimine ulaştığından emin olunmalıdır.

- İpucu (Dijital Kayıt): Gelen her vatandaşın endişesi, önerisi ve projenin hangi kısmına itiraz ettiği dijital bir veri tabanına işlenir.
- İpucu (Geri Bildirim Döngüsü): Bu veriler, haftalık olarak merkez yönetime raporlanır. "Sahadaki en büyük korku X konusu" diyerek projenin iletişim dilini veya teknik detaylarını revize etmeleri sağlanır.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Merkezi Bilgi İletişim (Centralized Information Communication)

Hakkında

Bilginin tek bir ana merkezden (belediye yönetim merkezi, kriz masası veya ana veri tabanı) yönetildiği, doğrulandığı ve tüm paydaşlara/vatandaşlara standart bir dille ulaştırıldığı bir bilgi yönetimi ve kurumsal iletişim yöntemidir. Özellikle karmaşık organizasyon yapılarında bilgi kirliliğini önlemek, tutarlılığı sağlamak ve karar alma süreçlerini hızlandırmak için kritik bir altyapı sunar; kurumsal güvenin ve şeffaflığın temel taşıdır.

Amaç

Farklı birimlerden çıkan çelişkili açıklamaları ve bilgi kirliliğini önleyerek doğru kaynak oluşturmak; kriz veya yoğun talep dönemlerinde bilgiyi hedef kitleye ulaştırmak; vatandaşın belediye ile olan tüm temas noktalarında (çağrı merkezi, web sitesi, sosyal medya) aynı güncel bilgiye ulaşmasını sağlayarak şeffaf yönetim anlayışı ile kurumsal güveni inşa etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bürokratik karmaşanın azalması, kriz anlarında kaosun önlenmesi ve vatandaş memnuniyetini artırmak, bilgi akışını denetlemek, yönetimler için erişilebilir olma imajını vermek ve organizasyonun tüm birimlerinin tek bir merkezle koordine olması gereken durumlar için idealdir.

Zorluk

Zor (Tüm departmanların veri akışını tek bir merkezde toplamak ciddi bir teknik altyapı, hiyerarşik disiplin ve süreç tasarımı gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Merkezi yazılım sistemleri (CRM/ERP), veri güvenliği altyapısı ve merkezi yönetecek uzman personel.)

Süre

Hazırlık süresi, 6-12 ay (Sistem kurulumu)

Uygulama süresi, sürekli bir sistem (Bilginin işlenmesi ve yayılması, anlık veya günlük döngüler şeklindedir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Tüm belediye personeli ve birimleri, bilgi sağlayıcı olarak; Tüm şehir nüfusu ise bilgi alıcı ve geri bildirim verici olarak yer alabilir.)

Rol Alanlar

- Merkezi İletişim Koordinatörü, bilgi akışını onaylayan kişi.
- Veri Analistleri, gelen verileri işleyen kişiler.
- Bilişim Ekibi, altyapıyı koruyan ve kullanıma hazır halde tutan kişiler.

Donanım ve Araçlar

- Entegre Karar Destek Sistemleri (EKDS).
- Merkezi Çağrı Merkezi Altyapısı (153 Beyaz Masa gibi).
- Kurumsal Sosyal Medya Yönetim Panelleri.
- Şehir içi dijital bilgilendirme ekranları (Billboard/Totem).

Yaş ve Uyarlama

Neredeyse tüm yaş grupları için uygun (Yaşlı vatandaşlar için merkezi bilginin "telefon/yüz yüze" kanalları üzerinden, gençler için "mobil uygulama/bildirim" kanalları üzerinden sunulması şeklinde kanal bazlı uyarlama yapılabilir.)

Merkezi Bilgi İletişim Uygulama Adımları

Verilerin tek bir merkezde toplanması, doğrulanması ve vatandaşla anlaşılır biçimde sunulmasıdır. En büyük riski, merkezin yavaşlaması durumunda tüm iletişimin durması olduğundan; onay mekanizmaları hızlı çalışmalı ve sistemin yedeği (B planı) olmalı yani “Yedekli Sistemler” oluşturulmalıdır.

Telefonların nasıl cevaplanacağından, sosyal medya yorumlarına verilecek cevaba kadar tüm "İletişim Protokolleri" net olarak belirlenmeli, standartlaştırılmalıdır. Organizasyon dışından tarafsız bir ekip veya kişi listesi yapılarak, dışarıdan gelen bilginin doğruluğu ve hızı düzenli olarak test edilir. Yanlış veya gecikmiş bilgi, kurumsal imajı sarsacağından birimler arası iletişim hızlı olmalıdır.

Sistem, çok karmaşık veya kriz anındaki sorulara cevap vermede tek başına yeterli olmayabilir. Bu gibi durumlar için "Üst Düzey Sözcü" protokolleri hazırlanmalıdır.

1. Veri Toplama ve Açılış (Bilgi Akışı)

- Merkezi Entegrasyon: Tüm birimler günlük faaliyetlerini, proje aşamalarını ve verilerini gerçek zamanlı olarak merkezi sisteme aktarır.
- Bağlantı Kişileri: Her birimden, yerel ölçekteki sorunlara hâkim ve merkezle hızlı bağ kuracak "İletişim Sorumluları" seçilir.

2. Doğrulama ve İşleme (Uygulama)

- Veri Filtreleme: Merkezi birim (Örneğin, Basın Yayın veya Strateji Geliştirme), gelen teknik verileri süzgeçten geçirir, birimler arası çelişkileri giderir.
- Formatlama: Teknik veriler vatandaşın anlayacağı sadelikte; infografik, kısa metin veya karşılaştırmalı tablolar haline getirilir.

3. Eş Zamanlı İlan (Ortak Çıktı Duvarı)

- Çok Kanallı Paylaşım: Hazırlanan bilgiler web sitesi, mobil uygulama, sosyal medya ve şehirdeki dijital ekranlar (billboardlar) üzerinden eş zamanlı olarak halka ilan edilir.
- Standart Hizmet: Vatandaş hangi kanaldan ulaşırsa ulaşınsın (telefon, dijital kanallar, yüz yüze) aynı standart bilgiye erişir.

4. Geri Bildirim ve Güncelleme (Kapanış)

- Cevap Mekânizması: Bilgiye erişen vatandaşlardan gelen sorular merkezi birim tarafından (teknik ekiplerle koordine olarak) cevaplanır.
- Canlı Sistem: İletilerin her zaman güncel tutulduğundan emin olunur; tamamlanan projeler veya değişen hizmet saatleri, sistemde anlık olarak güncellenir.
- Nihai Çıktı: Tek elden çıkan "Kurumsal Bilgi Bültenleri", canlı verileri gösteren "Dijital Veri Panoları (Dashboard)" ve vatandaşın her kanaldan ulaştığı "Standart Hizmet Rehberleri" oluşturulur.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.2.5. Bilgilendirmeler / Sunum Araçları

Bilginin fiziksel / dijital olarak "görülmesini" sağlayan yöntemler olarak bilinir. Gidişat hakkında kısa ve öz bir şekilde bilgi verme ve bu bilgilendirmeyi görsel ve işitsel olarak yaymaya yönelik araçlardır.

- Veri görselleştirme ve anlatı modelidir.
- **Ana Metot:** Bilgilendirmeler.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Sunum Araçları. Biri diğerinin alt başlığıdır.
- **Analiz:** Briefing (Bilgilendirme), karar vericilere veya paydaşlara projenin gidişatı hakkında verilen teknik ve kısa özelliğe sahip hap özet/kısa bilgidir. Sunum Araçları (PowerPoint, Miro vb.) ise bu bilgilendirmenin görsel aracı ve alt bileşenidir; bilgiyi görsel ve işitsel olarak yaymaya destek olur.

Bilgilendirmeler (Briefings)

Hakkında

Karar vericilere, kilit paydaşlara veya medya temsilcilerine belirli bir konu hakkında doğrudan, kısa ve öz bilgi aktarımı yapmak için kullanılan yüz yüze katılım yöntemidir. Süreci etkileme gücü olan kişi veya grupları "hızlıca aynı sayfaya getirmek" için tasarlanmıştır. Genellikle, sosyal ve sivil kulüpler gibi topluluk gruplarına mevcut toplantı veya mekânlarında doğrudan sunulan, bir projeye ilişkin genel bir bakış veya güncelleme sağlayan kısa sunumlardır. Yöntem, geri bildirimde forum olarak kullanılabilir; tartışma ve sorulara dayanarak topluluk sorunları ve değerleri hakkında bazı ön fikirler sağlar.

Amaç

Karar vericilerin (belediye başkanı, meclis üyeleri vb.) karmaşık bir projeyi dakikalar içinde kavramasını sağlayarak hızlı karar desteği almak; projenin tüm kilit aktörleri için aynı teknik veriler ve zaman çizelgesi aracılığıyla tutarlılık sağlamak; medya ve sivil toplum liderlerini önceden bilgilendirerek dezenformasyonu önlemek ve gündem belirlemek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Stratejik uyum, hızlı aksiyon alma kabiliyeti ve yönetim kademesinde tam şeffaflık için idealdir. Bir proje, ürün veya teklif hakkında paydaşları, yöneticileri bilgilendirme, görüşlerini alma, vatandaş süreci dahil etme, muhtelif paydaşlarla özel oturumlar düzenleme ve belirli gruplarla etkileşim kurarak platform sağlama, önemli konulara dair geri bildirim ve katkı alma, toplumsal iyi niyetin oluşması ve diyalog için etkili bir ortam oluşturularak belirli soruların cevaplanması için uygundur.

Zorluk

Orta (Bilgiyi seyreletmeden sadeleştirmek ve can alıcı noktaları öne çıkarmak hazırlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Genellikle ofis ortamında veya küçük toplantı salonlarında yapılır; temel görsel materyaller ve teknik notlar yeterli olur, düşük maliyetlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-5 gün (Bilgi notlarının ve özet sunumların hazırlanması)

Uygulama süresi, 15-45 dakika (Sunum kısa, soru-cevap bölümü ise hedefe yönelik olmalıdır.)

Bilgilendirme toplantısı isteyen tüm farklı gruplarla koordinasyon sağlamak birkaç ay sürebilir. Etkili bilgilendirme toplantıları dikkatlice planlanmalıdır; genellikle birkaç gün içinde tamamlanabilir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 2-10 kişi (Genellikle küçük, odaklı gruplar için tasarlanmıştır; ancak gerektiğinde daha büyük kitleler için uyarlanabilir.)

Yüz yüze veya dar kapsamlı video konferanslar şeklinde uygulanabilir.

Rol Alanlar

- Sunucu (Uzman), teknik detayları süzüp stratejik bilgiyi veren kişi.
- Karar Verici, bilgiyi alıp strateji geliştiren kişi.
- Personel, bilgilendirme notları ve dağıtılacak materyalleri hazırlayan, sunum yapan kişi.
- Tercümanlar, çeviri ihtiyacı gerekirse görev alacak kişiler.

Donanım ve Araçlar

- 1-2 sayfalık "Bilgi Notu", yönetici özeti, stratejik grafikler.
- Dijital Araçlar ("One-pager" dijital dökümanlar, özet slaytlar)

- Veri projektörleri, dizüstü bilgisayarlar, ekranlar
- Flipchartlar, bant, kalemler, sunumlar, bilgi notları ve gündemler, yorum formları.
- Gösteriler, örnekler, hediyeler.

Yaş ve Uyarılama

Yetişkinler için uygundur. Özellikle profesyoneller ve karar vericilere yöneliktir. Medya için yapılıyorsa "Basın Brifingi"; teknik ekipler içinse "Operasyonel Brifing" olarak kurgulanabilir.

Bilgilendirmeler Uygulama Adımları

Karmaşık bir meseleyi en sade haliyle, belirli bir zaman diliminde (10-15 dk) kilit kişilere aktarma yöntemidir. "Az, özdür" kuralı temelinde yükselir. Zamanı kısıtlı "Karar Vericiler" (Belediye Başkanı, Encümen, Daire Başkanları) veya "Kilit Paydaş Grupları" için tasarlanmış, yüksek yoğunluklu bir bilgi aktarım aracıdır. Yöntem, karar alma sürecini hızlandıran stratejik bir "durum raporu" olarak bilinir.

Sadece tek yönlü bilgi verme şeklinde kalırsa paydaşların fikirlerinin alınmadığını düşündürür ve hayal kırıklığına neden olur. Yalnızca bir kilit grup veya güçlü paydaşlara değil, toplumdaki çok çeşitli kuruluşlara brifing verilerek, kapsayıcı bir tavırla, eşitlik ilkesi gözetilmelidir. Planlama yapılırken farklı diller ve okuryazarlık seviyeleri dikkate alınmalıdır.

1. Stratejik Ön Hazırlık ve Paydaş Analizi

Brifing odasına girmeden önce ev ödevi yapılır.

- İpucu (3 Ana Başlık): Konu şu üç soruya indirgenir: *Sorun nedir? Çözüm nedir? Karar vericiden/gruptan beklenen hamle nedir?*
- İpucu (Dinleyiciyi Tanıma): Sunum yapılacak grup önceden tanınmalıdır. Daha önce dışlanmış gruplar varsa, bu brifingin geçmiş hataları telafi etmek için bir fırsat olduğu vurgulanır.
- İpucu (Lojistik ve İkram): Ev sahibi kuruluşun yönergelerine uyulur. Gerekirse yiyecek/içecek veya masrafların karşılanması teklif edilir; bu, nezaket ve kişisel temas kurmak için önemlidir.

2. Uygulama: Kısa ve Etkileyici Sunum (10-15 dk)

Sözü uzatmadan, doğrudan veriye ve sonuca odaklanılır.

- İpucu (Görsel ve Uygulamalı Materyal): Bir bakışta anlaşılan grafikler kullanılır. Mümkünse anlatmak istenilen noktaları örnekleyen vaka çalışmaları veya kişisel deneyimlerden bahsedilir.
- İpucu (PR Tuzağına Düşmeyin): Brifingler, sadece projeyi "parlatmak" veya grupları birbirine düşürmek için bir PR aracı olarak kullanılmamalı, şeffaf ve teknik olarak doyurucu olmalıdır.

3. Stratejik Soru-Cevap ve Kayıt

Beklentiler yönetilir ve endişeler ciddiye alınır.

- İpucu (Hızlı Cevap Kapasitesi): Brifingi veren kişi projeye tam hâkim olmalıdır. Riskler ve maliyetle ilgili sorular, kaçamak yapmadan, doğrudan cevaplanır.
- İpucu (Duyduklarını Özetle): Paydaşların soruları ve endişeleri kayıt altına alınır. Toplantı sonunda duyulanların kısa bir özeti gruba geri verilerek "dinlendiklerini" hissetmeleri sağlanır.

4. Kapanış ve Dokümantasyon (Hasat)

Toplantı bittiğinde herkesin elinde somut bir veri olmalıdır.

- İpucu (Bir Sonraki Adım): Brifing bir karar alma platformu değildir ancak katılımcılara süreçte bundan sonra ne beklemeleri gerektiği ve sürekli katılım fırsatları mutlaka bildirilir.
- İpucu (1 Sayfa Kuralı): Sözlü anlatılan her şeyi içeren, "1 sayfalık yazılı özet" (executive summary) dokümanı katılımcılara bırakılır. Başkalarıyla paylaşılacak ek broşür ve arka plan bilgileri getirilir.

(EPA, 2026); (Gemini, 2026); (ChatGPT, 2026).

Sunum Araçları (Presentation Tools)

Hakkında

Karmaşık verileri, stratejik planları ve proje detaylarını görsel bir hikâye kurgusuyla hedef kitleye aktarma yöntemidir. Geleneksel slayt gösterilerinden etkileşimli dijital panolara, hikâyeleştirme tekniklerinden infografiklere kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Bilginin hedef kitle tarafından "işlenmesi" ve "sahiplenilmesi" için kullanılan yapılandırılmış araçlardır. Sunum araçları; PowerPoint, Impress, Keynote, Canva, Prezi, Kahoot gibi birçok görsel yardımcıyı kapsar.

Amaç

Karmaşık verileri (teknik analizler, bütçe tabloları vb.) görselleştirerek anlaşılabilirliği artırmak, dinleyici kitlesinin dikkatini odaklamak, ortak bir bilgi temeli oluşturmak ve katılımcıları eyleme geçirecek bir "anlatı" kurmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Mesajın netleşmesi, zaman tasarrufu, dinleyicilerde yüksek düzeyde bilgi kalıcılığı ve profesyonel itibar sağlamak için uygundur. Teorik bilgiyi somutlaştırmayı sağlar.

Zorluk

Orta (Tasarım becerisi, hikâyeleştirme yeteneği ve teknoloji hâkimiyeti gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Ücretsiz çevrimiçi araçlardan profesyonel yazılım aboneliklerine kadar değişebilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-8 saat (İçeriğin rafine edilmesi ve tasarım)
Uygulama süresi, 10-45 dakika (Sunum süresi)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-50 kişi (Etkileşimli sunumlar için)
Konferans tipi sunumlarda sayı sınırsızdır.

Rol Alanlar

- Sunucu/Anlatıcı, bilgiyi hikâyeleştirerek aktaran kişi.
- Tasarımcı, görsel hiyerarşiyi ve akışı kurgulayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Klasik sunum araçları (PowerPoint, Keynote).
- Bulut Tabanlı/Yaratıcı araçlar (Prezi, Canva, Google Slides).
- Etkileşim araçları/Sunum içi anlık anketler (Mentimeter, Kahoot).
- Fiziksel sunum araçları (Flipchart, Beyaz tahta, Nesne odaklı anlatım).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygundur. Çocuklar için oyunlaştırılmış ve görsel ağırlıklı; profesyoneller için veri yoğunluklu ve infografik odaklı "Executive Summary" tarzı sunumlar tercih edilebilir.

Sunum Araçları Uygulama Adımları

Slayta çok fazla yazı eklemek, izleyicinin okuyup dinlemesini zorlaştıracığından mesajın kaybolmasına neden olur. Mesajı bölmek yerine yeni bir slayt açarak slayt başına düşen bilgi yükü hafifletilmelidir.

Sunumun yapılacağı mekânda internet sorunu yaşanabileceği ihtimaline karşı sunumun çevrimdışı sürümleri hazır bulundurulmalı; Prezi veya Kahoot! gibi araçlar kullanırken internet bağlantısı ve cihaz uyumluluğu toplantı öncesi mutlaka test edilmelidir.

Sunumun bir "monolog"a dönüşme riski vardır. Bunu önlemek için sunum boyunca izleyiciye sorular sorulmalı ve etkileşim araçları kullanılmalıdır.

1. İçerik Filtreleme ve Kurgu (Açılış)

- Mesaj Seçimi (30 dk): Veri yığını içinden en kritik 3 ana mesaj seçilir.
- Başarı Yakalama Yaklaşımı: Sunumun başarısı, katılımcıların kapıdan çıkarken mırıldanacağı o "tek cümle" ile ölçülür. Bu cümle sunumun odağına yerleştirilir.

2. Tasarım ve Optimizasyon (Uygulama) (hazırlanacak sunuma bağlı olarak değişir, 2-4 saat)

"Az çoktur" (Less is more) kuralı çerçevesinde, bilişsel yükü azaltan 5 temel prensip uygulanır:

- 1 + 1 = 0 Kuralı: Her slaytta yalnızca bir mesaj olmalıdır. Birden fazla mesaj hatırlanma oranını sıfırlar.
- Görsel Önceliği: Görüş duyusu en güçlü duyumuzdur. Metin kopyalamak yerine görseller ve kısa madde işaretleriyle şematik bir yapı kurulur.
- Boyut ve Önem: En önemli kavram en büyük boyutta sunulur.
- Kontrast Kontrolü: İzleyicinin odağını yönetmek için yüksek kontrast kullanılır (Örneğin, Siyah arka plan üzerine beyaz metin).
- Altı Nesne Kuralı: Algı verimliliği için bir slaytta toplamda (resim ve maddeler dahil) en fazla 6 nesne bulunmalıdır.

3. İnteraktif Araçların Entegrasyonu

- Dinamik Sunum (Prezi): Kavramlar arası ilişkiyi göstermek için yakınlaştırma ve döndürme özellikli dinamik araçlar tercih edilir.
- Oyunlaştırma (Kahoot!): Sunum içerisine gerçek zamanlı etkileşime yönelik sorular ve küçük yarışmalar eklenerek izleyicinin dikkati canlı tutulur.

4. Prova ve Anlatım (Hikayeleştirme) (sunum uzunluğuna göre değişken, 30 dk):

- Zaman Yönetimi: Sunumun süresi içinde kalmak ve akıcılığı sağlamak için teknik ve sözel provalar yapılır.
- Handout Hazırlığı: Slaytlarda yer almayan, ancak katılımcıların daha sonra incelemesi gereken detaylar için bilgi notları hazırlanır.

5. Kapanış ve Eylem Çağrısı

- Özet: Ana mesajlar son bir kez vurgulanır.
- Call to Action: Dinleyiciden beklenen somut adım (Örneğin, "Anketi doldurun", "Projeye destek verin") net bir şekilde ifade edilerek bitirilir.
- Nihai Çıktı: Profesyonel sunum dosyası, dağıtılabilir "Bilgi Notları" ve interaktif araçlardan gelen "Vatandaş Geri Bildirim Verileri" oluşturulabilir.

(ITCILO, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026); (Reynolds, 2026); (Kahoot, 2026); (Driscoll, 2026); (Dyer & Rodríguez, 2026).

3.3. Küme C: Yapılandırılmış Veri Toplama ve Araştırma

İstatistiksel olarak anlamlı, kıyaslanabilir ve raporlanabilir bilimsel veri toplama teknikleridir. Halkın ve paydaşların eğilimleri, talepleri ve mevcut durum verileri için metodolojik ve istatistiksel bilgi toplama araçları olarak bilinir. "Halkın % kaç bu projeyi destekliyor?" gibi somut sorulara cevap arandığında ve bilimsel meşruiyet gerektiğinde, seçilebilecek yöntemlere sahiptir.

Bu bölümde yer alan yöntemlerin çoğu aynı metodolojik kökten gelir; farkı yaratan örneklem büyüklüğü, derinlik ve uygulama mecrasıdır.

Benzeşen Yöntemler: Anketler ve Araştırmalar (Polls, Questionnaires & Surveys), İnternet Anketleri (Online Surveys), Yüz Yüze Anketler, Kamuoyu Yoklaması (Opinion Poll), STK İhtiyaç Anketi (Needs Survey Among CSOs), Telefonla Katılım (Telephone Surveys & Contacts), Cevap Formları ve Kartları (Response Sheets and Cards), Bire Bir Görüşme (1-on-1 Interview), Nitel Mülakatlar - Görüşmeler (Interviews), Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler (Semi-Structured Interviews), Röportajlar (Interviews/ Report), Odak Grup Çalışmaları (Focus Groups), Müzakereci Yoklama (Deliberative Polling), Vatandaş Pusulası (Citizen Compass), Delphi Yöntemi ve Anketi (The Delphi Method & Survey), Grup Delphi (Group Delphi).

3.3.1. Anketler ve Araştırmalar / İnternet Anketleri / Yüz Yüze Anketler / Kamuoyu Yoklaması / STK İhtiyaç Anketi / Telefonla Katılım / Cevap Formları ve Kartları

Nicel veri ve geniş kitle grubudur. Bu yöntemler, "kaç kişi ne düşünüyor?" sorusuna cevap arar. Birbirlerinin dijital veya fiziksel versiyonlarıdır (Anket Ailesi).

- Geniş ölçekli ölçümlerdendir.
- **Ana Metot:** Anketler ve Kamuoyu Yoklamaları (Genel isim).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Anketler ve Araştırmalar, İnternet Anketleri, Yüz Yüze Anketler, Kamuoyu Yoklaması, STK İhtiyaç Anketi, Cevap Formları ve Kartları. Biri diğerinin alt başlığı, uygulama kanalıdır.
- **Analiz:** Kitleye erişim imkânına göre mecra seçilir. Anketler ve Araştırmalar, ana metodolojidir. İnternet Anketleri (Çevrimiçi) ve Yüz Yüze Anketler bu veri toplama işinin uygulama kanallarıdır (veri toplama biçimleri). STK anketi, hedef kitleyle ilgilidir, bir kullanım senaryosu olarak değerlendirilebilir. Telefonla katılım, kullanılan araçla ilişkilidir. Cevap formları ve cevap kartları, bir halk toplantısı çıkışına ya da basılı broşürlerin arkasına eklenen, vatandaşların görüşlerini yazdığı mikro anket formudur. Kamuoyu Yoklaması (Opinion Poll) ise genellikle tek soruluk veya çok kısa odaklı, toplumsal anlık eğilimi ölçen özel bir anket türüdür (alt başlıktır).

Anketler ve Araştırmalar (Polls, Questionnaires & Surveys)

Hakkında

Kelime anlamı, “Herhangi bir konuyla ilgili durum ve tutumu belirlemek için düzenlenmiş, ayrıntılı ve kapsamlı soru dizisi; sormaca, istimzaç (Bir kimsenin huyunu, kişiliğini tanımak için araştırma; birinin düşüncesini sorma, anket).” şeklindedir.

Nicel bir araştırma yöntemi olan anket, belirli bir evreni temsil eden bir örneklem grubundan ya da tam katılımcı sayısı gözetilerek; tutum, inanç, davranış veya beklentileri hakkında standart sorular aracılığıyla sistematik veri toplayarak genellikle istatistiksel sonuçlara ulaşma tekniğidir. Temel bir araştırma aracıdır. Sosyal bilimlerde gözlemleri standartlaştırmaya, güncel sorunlar ve ürünler hakkında görüş alarak kamuoyu araştırması yapmaya yarar. Bu yöntemde veri kontrolü, kodlanması ve analizi daha kolaydır. Vatandaş görüşünü toplama yöntemleri arasında önemli bir yere sahiptir.

Anketler, sözlü, yazılı ya da serbest olabilir. Yüzyüze, telefonla, yazılı olarak ya da çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Anket (Poll) genellikle tek bir konuya odaklanan hızlı bir nabız yoklamasıyken; Araştırma (Survey) daha kapsamlı ve analitik bir süreci ifade eder.

Anket Çeşit ve Teknikleri		
Hızlı Anket (Poll)	Toplantı anında veya sosyal medyada tek soruluk nabız yoklama.	Çok hızlı ve yüksek katılım.
Likert Ölçeği	"Kesinlikle katılıyorum"dan "Kesinlikle katılmıyorum"a uzanan tutum ölçümü.	Duyguların şiddetini ölçebilir.
Açık Uçlu Anket	Katılımcının kendi kelimeleriyle cevap vermesi.	Zengin ve derinlemesine veri sağlar.
Yüz Yüze Anket	Derinlemesine görüşme ve doğrudan gözlem.	Cevap oranını ve veri kalitesini artırır.

Amaç

Küçük gruptan alınan verilerle büyük nüfusun eğilimini saptayarak (örneklem metodu) veya tam katılımcı sayısı gözetilerek, ihtiyaçların belirlenmesi; talep ve isteklerin alınması; fikir toplama ve çözümlerin sıralanması; gerekli iyileştirmeler gibi karar desteği ve mevcut politika ve program etkinliklerinin zaman içerisinde değişimini izlemeye yöneliktir. İstatistiksel anlamlı sonuçlara ulaşmak için gerekli özel bilgileri elde etmek amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Diğer tekniklere göre daha hızlı, kolay veya ucuz olduğunda kullanılır. Geniş kitlelere ve coğrafyalara kısa sürede ulaşmayı sağlar. Objektif ve net sonuçlar almaya katkı sunabilir. İstatistiksel test sonuçları siyasal organlar ve genel kamuoyu ile daha ikna edici hale gelir. Geniş kitlelerin kısa sürede görüşü alınması gerektiğinde; Hassas konularda kimlik anonimleştirilerek fikirlerin toplanması için idealdir.

Zorluk

Orta/Zor (Soru sormak kolaydır; geçerli, güvenilir ve tarafsız bir anket tasarlamak uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Değişken (Dijital anketler düşük maliyetliken; yüz yüze saha araştırmaları ve profesyonel istatistiksel analiz yüksek maliyetli olabilir.)

Süre

Toplam süre: 1 hafta-3 ay (Yapılan anket çalışmasına göre değişiklik gösterir.)

Tasarım: 1-2 hafta

Veri toplama: 2-4 hafta (Anket uygulama süresi yarım saati geçmemelidir.)

Analiz ve raporlama: 1-2 hafta

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (En az 25+ kişinin dahil olması beklenir, katılımcı sayısında sınır yoktur. İstatistiki olarak anlamlı bir sonuç için hedef kitlenin büyüklüğüne göre belirlenen bir örneklem büyüklüğüne ulaşılmalıdır.)

Rol Alanlar

- Araştırma Tasarımcısı (Anketör), yapılacak ankete dair çalışmaları yürütür.
- Veri Analisti, anket sonuçlarının yorumlanmasını sağlar.
- Saha Uygulayıcıları, sahada hedef kitleye yönelik anket görüşmelerini yapar.
- Hedef kitle, anket yapılan örneklem ya da gerçek kitle.

Donanım ve Araçlar

- Tabletler (saha için), bilgisayarlar, merkezi sunucular.
- Dijital Araçlar (“SurveyMonkey, Google Forms, Typeform” gibi online platformlar ve “SPSS, R” gibi istatistiksel yazılımlar. Ayrıca Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için MS Teams, Zoom veya benzeri platformlar kullanılabilir. Miro veya Mural gibi dijital yapışkan noktalara sahip bir beyaz tahta çözümüne de ihtiyaç bulunabilir. Mentimeter, PollEverywhere, Timer (phone, watch, computer) uygulamalar tercih edilebilir.).

Yaş ve Uyarılama

Klasik anketlerde okuma-yazma bilen kişiler, görsel anketlerde okul öncesi dönemden itibaren herkes, dahil olabilir. Farklı yaş ve eğitim durumları göz önüne alınarak anketler hazırlanır. Anketlerin genel özellikleri daha kısa ve anlaşılabilir sorular gibi genel tekniklere uygun hazırlanmalarıdır. Çocuklar ve engelliler için “Görsel/Piktogramlı anketler, yüz ifadeleri, sesli anketler” veya SMS yoluyla hızlı oylamalar, yapılabilir.

Anketler ve Araştırmalar Uygulama Adımları

Anket, bir grup insanın görüşlerini ve deneyimlerini sistematik bir şekilde sorular sorarak ölçmeyi amaçlar. Terim, görüş toplama, analiz etme ve yorumlama sürecinin tamamını tanımlamak için kullanılır. Halkın genel tutumunu araştırmak için en uygun yöntemdir; ancak örneklem hatalarına dikkat edilmesi ve toplumsal dağılımın iyi gözetilmesi önemlidir. Önyargıları engellemek için profesyonel olarak hazırlanmalıdır. Başlangıçta mutlaka amaçlar ve kurallar açıklanmalıdır.

Anket, soru formu (Anket/Soru formu, bir ankette kullanılabilecek araçtır. Anket formu, cevap seçenekleriyle birlikte basılı veya yazılı sorulardan oluşan bir settir; genellikle kapalı uçlu sorulardan oluşur, nitel sorular da içerebilir. Anketin bir yönüdür.) ya da mülakata/görüşmeye dayalı şekilde yapılabilir. Soru formu, takip soruları sormaya veya katılımcıların cevaplarını daha ayrıntılı olarak incelemeye olanak tanımaz. Görüşme ise bu özgürlüğe sahiptir; daha kişisel ve derinlemesine bir araştırma olarak kabul edilir. Anket sonuçları karar alma sürecine yansımaz ise “katılım tiyatrosu” algısı yaratarak güveni zedeleyebilir.

Bir anket kesitsel (tek bir zaman noktasında yapılan tek bir anket) veya boyamsal (zaman içindeki değişiklikleri analiz etmek için birden fazla zaman noktasında yapılan birden fazla anket) olabilir.

Öncelikle anketin amacı ve hedef kitle açıklanır.

1. Sorunsalın ve Örneklem Belirlenmesi:

- Anketler, belli bir konuda saptanmış hipotezlere bağlı olarak, bir evren ya da örneklemini oluşturan deneklere sorular yönelmek suretiyle sistematik ve popüler bir veri toplama

teknikidir. Bir evreni veya bu evreni temsil eden örneklem oluşturan kişilere soru sormak suretiyle bilgi toplanır. Örneklem tekniğinden yararlanarak anket yapılacak kitleyi belirlemek için “Sistematik Örneklem, Tesadüfî Örneklem, Kartopu Örneklem, Kota Örnekleme” gibi mevcut çeşitli örneklem tiplerinden faydalanmak mümkündür.

- Örneklem büyüklüğünün demografik özelliklerde doğru miktarda çeşitliliğe sahip geçerli bir örneklem büyüklüğü olduğundan emin olunmalıdır.
- İyi bir anket oluşturmak için hedefler tanımlanmalı ve anketten hangi bilgilerin toplanılacağına karar verilmelidir. Örneğin, ruh hali, fikirlerin sıralaması, tutumlar, beklentiler, tercihler, gerçekler hakkındaki görüşler, öneriler veya bir konferanstan sonraki deneyimler hakkında sorular sorulabilir.
- Anket araştırması için açık ve/veya kapalı uçlu sorular içeren bir belge oluşturulur. Burada anketin amacı ve hedef kitle açıklanmalıdır.

2. Anket Türünün Seçimi:

- Araştırmalar, soru formuna dayalı veya görüşmeye dayalı olmak üzere iki türdedir. Soru formları genellikle birden fazla cevap seçeneği olan kapalı uçlu sorulardan oluşan bir yapıya sahiptir, ancak nitel sorular da içerebilir. Soru formları, takip soruları sormaya veya katılımcıların cevaplarını daha ayrıntılı olarak incelemeye olanak tanımaz; ancak daha kişisel ve derinlemesine bir araştırma olarak kabul edilen görüşme yöntemi bu özgürlüğe sahiptir. Görüşmeler “Yapılandırılmış, Yarı yapılandırılmış veya Yapılandırılmamış” şeklinde olabilir.
- Anketler kesitsel (tek bir zaman noktasında yapılan tek bir anket) olarak yapılabildiği gibi boylamsal (zaman içindeki değişiklikleri analiz etmek için birden fazla zaman noktasında yapılan birden fazla anket) şekilde de uygulanabilir.

3. Soru Formunun Tasarımı:

- Araştırma için sorular belirlenir; ancak anketin net bir akışa sahip olması için sorular yapılandırılmalıdır. Analiz için odaklanılmak istenen bölüm veya yapılar üzerine dikkatlice düşünülür. Soru formları hazırlanırken tarafsız, kısa ve anlaşılır olmasına özen gösterilmeli, yönlendirici sorulardan kaçınılmalı ve hedef kitlenin anlayabileceğinden emin olunmalıdır.
- Katılımcılardan bilgi toplamak için, “Çoklu cevaplardan birinin tercih edilmesini sağlayan *Çoktan Seçmeli Yöntem*; Seçeneklerden birkaçını birden seçmeye imkân veren *Çoklu Seçim*; Bir derecelendirme ölçeğine göre sıralama sağlayan (örneğin, 1-5 arası sıralama) *Derecelendirme Yöntemi*; Katılımcıların sorulara kısa bir metin veya sayısal cevap yazması isteniyorsa ya da açık uçlu cevaplar toplanmak isteniyorsa *Serbest Metin*” yöntemlerine yer verilebilir.
- Katılımcıların ruh hallerinin değişebileceği ve bu sebeple anket için belli bir zaman aralığının ayarlanması gerektiği unutulmamalıdır. Bunun için anket süresi tamamen belirlenebilir ya da cevaplar düzenli olarak dışa aktarılıp ara sonuçlar çıkarılır.

4. Uygulama Platformu:

- Anketler, yazılı olarak kâğıt ortamı ya da çevrimiçi ortamlarda yapılabilir; sorular, yüz yüze ya da telefon ile de sorulabilir. Anketler, e-posta ya da kâğıt üzerinde dağıtıldığında katılımcılar tarafından daha sonra doldurulur. Çevrimiçi uygulamalarda anket yapılacaksa öncelikle uygun bir platform seçilir (örneğin, Google Formlar). Çevrimiçi uygulamalar, öncesinde mutlaka test edilerek uygulanabilirliği denetlenmelidir. Ayrıca tek ve çoktan seçmeli sorular için yerleşik gerçek zamanlı anketler (Zoom uygulaması) ya da gerçek zamanlı serbest metin geri bildirimine izin veren ve metin bulutları oluşturan anketler (mentimeter.com) oluşturulabilir. Tercih edilen video konferans aracından başka bir araç kullanılıyorsa doğrudan anket bağlantısı paylaşılabilir. Bazı anket araçları, akıllı telefon kullanıcılarını ankete kolayca yönlendirebilecek barkodlar oluşturmaya da imkân tanır.

5. Pilot Uygulama (Ön Test):

- Anket, asıl uygulama öncesinde küçük bir grupta denenmelidir (Örneğin, 5-10 kişilik bir grup). Bu aşama, anketi test etmeyi ve anlaşılmayan soruların revize edilmesini sağlar.

6. Veri Toplama:

- Anket hangi ortamda uygulanırsa uygulansın öncesinde, anketin amacı ve anket hakkında bilgiler detaylı olarak açıklanmalıdır. Veri toplamak için hedeflenen örneklem grubuna anket uygulanır; paylaşıldıktan sonra değiştirilmemelidir. Anketler, tüm katılımcılara dağıtılarak doldurulması sağlandıktan sonra analiz ve paylaşım için toplanır.

7. Analiz ve Paylaşım:

- Anket cevapları toplanarak birleştirilir; veriler analiz edilir ve elde edilen sonuçlar mutlaka katılımcılarla paylaşılır (Geri bildirim döngüsü). Sonuçlar yorumlanır ve diğer paydaşlara sunularak hep birlikte tartışılır.

(SurveyMonkey, Mükemmel Anketler Oluşturma, 2026); (LimeSurvey, 2026); (Canva, 2026); (Jotform, 2026); (GoogleForms, 2026); (MSP, 2026); (DSSToolkits, 2026); (BingölÜniversitesi, 2026); (QuestionPro, 2026); (Akçay, 2026); (Yılmaz, 2013); (Baş, 2026); (Anket Tekniği, 2026); (Mentimeter, 2026); (Ticon, Polling, 2026); (SurveyMonkey, Anket Örneklem Büyüklüğü, 2026); (Kumar, 2026); (Sincero, 2026); (Copilot, 2026); (TDK, 2026).

İnternet Anketleri (Online Surveys)

Hakkında

İnternet Anketleri, bir konu veya proje hakkında halkın görüş, tercih ve beklentilerini dijital platformlar aracılığıyla toplama yöntemidir. Yerel katılım çalışmalarına göre bu yöntem, modern belediyeçiliğin en yaygın ve hızlı veri toplama aracıdır. Geleneksel anketlerin aksine, fiziksel sınırları ortadan kaldırarak çok daha geniş ve heterojen bir kitleye, düşük maliyetlerle ulaşılmasını sağlar.

Amaç

Fiziksel toplantılara gelemeyen (çalışanlar, öğrenciler, engelliler gibi) kesimlerin görüşlerini alarak geniş katılım sağlamak; verilerin dijital ortama anlık düşmesiyle sonuçları hızla raporlamak ve veri analizi yapmak; yüz yüze anketlerdeki anketör etkisini (yanlı cevap verme eğilimi) ortadan kaldırarak vatandaşın kendi hızı ve mahremiyetinde cevap vermesiyle nesnel yaklaşım sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Demokratik katılımın dijitalleşmesi, büyük veri (Big Data) oluşturmayı ve kanıta dayalı karar alma sürecini yönetmeyi sağlar. Geniş kitlelere erişerek daha fazla kişiden cevap alınması için uygundur.

Zorluk

Kolay/Orta (Anket formunu oluşturmak kolaydır; soruların tarafsız hazırlanması ve katılımın teşvik edilmesi uzmanlık ister.)

Maliyet

Düşük (Ücretsiz veya profesyonel anket yazılımları, sosyal medya duyuru bütçesi.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta
Uygulama süresi, 2-4 hafta (Aktif toplama süresi)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Nüfusun büyüklüğüne göre binlerce kişiye ulaşılabilir.)

Rol Alanlar

- Veri Analisti, soruları hazırlayan ve sonuçları yorumlayan kişi.
- İletişim Ekibi, anketi duyuran ekip.

Donanım ve Araçlar

- Online anket platformları (Google Forms, SurveyMonkey, Typeform gibi).
- Belediye web sitesi.
- SMS paneli, QR kodlu afişler.

Yaş ve Uyarılama

13 yaş ve üzeri için uygun (Dijital okuryazarlık). Dijital erişimi kısıtlı ve ileri yaştaki vatandaşlar için mahalle muhtarlıkları veya belediye binalarına Anket Kioskları aracılığıyla hibrit modeller kurulabilir.

İnternet Anketleri Uygulama Adımları

Geniş kitlelere en hızlı ve en düşük maliyetle ulaşmanın yolu olan İnternet Anketleri, doğru kurgulandığında şehrin nabzını tutan dijital pusulaya dönüşür. Belirli bir politika, proje veya hizmet hakkında çok sayıda vatandaşın hızlı ve sistematik veri toplamak için kullanılır. Diğer saha yöntemlerini destekler ve halkın genel eğilimlerini istatistiksel veri setine dönüştüren bir "Dijital nabız

ölçer" işlevi görür. Bu tip anketler tek başına bir karar mekânizması değil, karar vericilere yol gösteren danışma aracı işlevine sahiptir.

Katılımcıların kişisel verilerinin (KVKK) nasıl korunacağı anket başında açıkça belirtilmelidir. İnternet anketleri, teknolojiye erişimi kısıtlı olan grupların (yaşlılar, düşük gelirli vb.) sesini dışarıda bırakma riski taşır. Dijital uçuruma karşı mutlaka yüz yüze yöntemlerle desteklenmelidir.

İnternet üzerinden toplanan veriler her zaman coğrafi veya demografik olarak genel istatistiksel geçerliliği yansıtmaz; bu sebeple temsiliyet sorunu taşıyabilir. Sistem güvenliği ve doğrulama yöntemlerine (Örneğin, SMS onayı gibi) dikkat edilerek manipülasyon riski asgari düzeye indirilebilir. Tahmin edilenden daha fazla girdi oluşabilir; bu verileri anlamlı bir rapora dönüştürmek analiz yükü gerektirir, uzmanlık ve zaman ister.

1. Odak Belirleme ve Hedefleme (Açılış)

- Amaç: Anketin neyi ölçeceği netleştirilir.
- Kapsam: Hedef kitle tanımlanır (Tüm ilçe mi, sadece belirli bir mahalle veya yaş grubu mu?).

2. Soru Tasarımı ve Kullanıcı Deneyimi

- Sadelik: Kısa, anlaşılır ve yönlendirici olmayan sorular seçilir.
- Format: Analizi kolaylaştırmak için çoktan seçmeli (kapalı uçlu) sorular ağırlıklı olmalıdır. Açık uçlu sorular ise derinlemesine görüş almak için sınırlı sayıda tutulmalıdır.
- Netlik: Site veya anket arayüzü kurulurken talimatlar net ve kesin olmalıdır.

3. Kanal Seçimi ve Yaygınlaştırma (Uygulama)

- Çok Kanallı Erişim: Anket linki; SMS, e-posta, belediye mobil uygulaması ve sosyal medya üzerinden yayılır.
- Fiziksel-Dijital Köprüsü: QR kodlu afişler mahalledeki fiziksel alanlara (duraklar, parklar, muhtarlıklar) asılarak internette vakit geçirmeyen kitlenin de ankete erişimi sağlanır.

4. Veri Analizi ve Temizleme

- Filtreleme: Mükerrer (tekrar eden IP/telefon), bot saldırıları veya anlamsız girişler filtrelendir.
- Emek Yoğun Süreç: Özellikle açık uçlu cevapların (sohbet/tartışma odalarından gelen girdiler dahil) tek tek incelenmesi ciddi bir insan kaynağı ve zaman gerektirir.

5. Geri Bildirim ve Kapatma (Kapanış)

- Şeffaflık: "Katılımcı Döngüsü"nü tamamlamak adına, anket sonuçları ve bu sonuçların hangi kararları nasıl etkilediği halka duyurulur.
- Nihai Çıktı: Karar vericiler için hazırlanan, grafiklerle desteklenmiş kapsamlı bir "Halk Eğilim Analiz Raporu" oluşturulur.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Yüz Yüze Anketler

Hakkında

Yüz yüze anketler, dijital veya posta yoluyla yapılan anketlere göre daha yüksek "tamamlama" oranına sahiptir. Anketörün varlığı, karmaşık soruların açıklanması ve katılımcı motivasyonu için olumludur. Bu yöntemde katılımcının gözlemlenebilen demografik ve çevresel verileri de kayıt altına alınabilir. Uygulama şekli, odak gruplara birebir standartlaştırılmış sorular yöneltilmesi ya da "Tercih belirtme metodu" (Tercih belirtme metodu, katılımcıların anlık veya örtülü olarak kendi tercihlerini söylemelerine dayanır; diğer yöntemlerde ise katılımcının davranışları gözlenerek tercihleri ortaya çıkarılır.) gibi uygulamalara dayanır.

Amaç

Toplumun genelini temsil eden istatistiksel verilere ulaşmak; dijital okuryazarlığı düşük kesimleri sürece dahil etmek; hassas konularda güven inşa ederek daha samimi cevaplar almak ve anket formundaki hatalı/eksik doldurma riskini minimize etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yüksek temsil kabiliyetiyle halkı temsil edecek geniş örneklem kümesine ulaşım ve doğrudan saha gözlemi, sonuca varmakta ipucu sağlayacak güvenilir ve derinlemesine veri sağlamak için uygundur.

Zorluk

Orta (Anketörlerin eğitimi ve saha koordinasyonu titizlik gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Anketör ücreti, ulaşım ve lojistik giderleri nedeniyle dijital anketlerden daha maliyetlidir.)

Süre

Toplam uygulama, örnekleme bağlı olarak 2 hafta ve 2 ay arasında değişen saha uygulamasını kapsar. Hazırlık süresi, aylar sürebilir.

Kişi başı yapılan anket süresi, 15-30 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, örneklem için belirlenen nüfus genelinin belirli bir yüzdesidir (Örneğin, ilçeyi temsil etmek üzere, nüfusa bağlı olarak, genellikle 400-1.000 arası hane/birey görüşmesi yapılabilir).

Rol Alanlar

- Araştırma Tasarımcısı (Anketör), örnekleme ve soruları belirleyen kişi.
- Anketörler/ Saha Uygulayıcıları, sahada veri toplar, gözlem yapar.
- Veri Analisti, anket sonuçlarının yorumlanmasını sağlar.
- Hedef kitle, anket yapılan örneklem ya da gerçek kitle.

Donanım ve Araçlar

- Tabletler (CAPI yöntemi), telefon (CATI sistemi) veya basılı anket formları; SPSS veya benzeri analiz yazılımları.

Yüz Yüze Anketler Uygulama Adımları

Vatandaş görüşünü doğrudan, fiziksel etkileşim yoluyla toplamayı sağlayan yapılandırılmış bir veri toplama tekniğidir. Kamu kurumlarının halkla kurduğu en doğrudan "dinleme" kanallarından biri olan bu yöntem, dijital uçurumu ortadan kaldırarak her kesimin temsil edilmesine imkân verir.

Anketör, yalnız soru soran rolünde değildir; aynı zamanda anket sahibinin mahalledeki gözlemcisi rolüne de sahiptir. Bu rolü üstlenerek "Saha Gözlem Raporu"na girdi sağlar. Verinin kalitesi, anketörün kişisel görüşlerini sürece dahil etmemesine bağlıdır. Anketörün tavrı katılımcıyı belirli cevaplara itebileceğinden (Anketör Etkisi) denetim gerekebilir.

Lojistik, eğitim ve personel giderleri nedeniyle dijital anketlere göre çok daha pahalı bir tekniktir. Geniş örnekleme sahip bir sahanın tamamlanması ve verinin analize hazır hale gelmesi haftalar sürebilir.

1. Stratejik Tasarım ve Soru Formu

- Net Hedef: Teknik tasarlanmadan önce, elde edilecek sonucun hangi kararda (Örneğin, Bir parkın fonksiyonu veya çöp toplama saatleri) kullanılacağı netleştirilir.
- Soru Yapısı: Sorular kısa, net ve yönlendirici olmayan, "anket yorgunluğu" yaratmayacak bir yapıda (maksimum 10-12 dakikalık) hazırlanır.

2. Örneklem Planı ve Saha Hazırlığı

- Tabakalı Örneklem: Görüşme yapılacak mahalleler ve kişiler, ilçenin demografik yapısını (yaş, cinsiyet, gelir grubu) yansıtacak şekilde bilimsel yöntemlerle seçilir.
- CAPI Kullanımı: Veri girişinde hata payını azaltmak için kâğıt formlar yerine tablet/telefon tabanlı Bilgisayar Destekli Kişisel Görüşme (CAPI) sistemleri tercih edilir.

3. Anketör Eğitimi

- Anketör Etkisi Yönetimi: Görüşmecilere tarafsızlık, beden dili ve zor soruları açıklama teknikleri eğitimi verilir. Anketörün dış görünüşü ve tavrının veriyi manipüle etmemesi için profesyonel bir standart belirlenir.

4. Saha Uygulaması ve Denetim

- Doğrudan Temas: Belirlenen hanelerde veya kamusal alanlarda görüşmeler gerçekleştirilir.
- Veri Temizleme: Hatalı girilen veya mantık hatası içeren (Örneğin, 18 yaş altı emekli kaydı gibi) anketler ayıklanır.

5. Analiz ve Raporlama

- İstatistiksel Güç: Elde edilen veriler SPSS veya benzeri araçlarla analiz edilerek frekans tabloları ve çapraz analizlerle raporlanır.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026); (Groves, 2009).

Kamuoyu Yoklaması (Opinion Poll)

Hakkında

Belirli bir topluluğun (şehir halkı, mahalle sakinleri gibi) tutumlarını, inançlarını veya bir konudaki eğilimlerini bilimsel örnekleme yöntemleri kullanarak ölçen bir nicel veri toplama yöntemidir. Bir konuda farklı, istatistiksel olarak geçerli fikirler toplamak için belirli metodolojiler kullanır. Çoktan seçmeli kapalı uçlu sorular, rastgele bir örneklem ve eğitimci anketörler gerektirir. Uygulama için yüz yüze görüşmeler, telefon anketleri, çevrimiçi/e-posta anketleri gibi çeşitli anketler, müzakereci yoklamalar gibi türlerden destek alınır.

İlk kamuoyu yoklamasının 19. yüzyılda Amerikan başkanlık seçimlerinin sonucunu tahmin etmek için yapıldığı düşünülmektedir; zaman içerisinde giderek yaygınlaşmıştır. Kamuoyu yoklamaları ve anketleri, günümüzde hemen her alanda ve yerde uygulanır.

Amaç

Sadece toplantılara gelen "sesi çok çıkan" grupların değil, tüm halkın genel eğilimini bilimsel bir doğrulukla tespit ederek temsiliyet sağlamak; büyük yatırımlar (metro, stadyum, park) öncesinde halkın önceliklerini rakamsal verilerle (Örneğin, %65 destek, %20 karşı) ortaya koyarak karar desteği almak; hizmet memnuniyetini saptamak; belirli bir soruna (trafik, kirlilik) bakışın yıllar içindeki grafiğini çıkararak zaman içindeki değişimi izlemek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Genel Memnuniyet Ölçümleri, Stratejik Planlama Öncelikleri veya tartışmalı bir Kentsel Tasarım kararı öncesinde "Halk ne diyor?" sorusuna objektif cevap ararken kullanmak uygundur. Normal şartlarda kendilerini etkileyen kararlarda görüşlerini ifade edemeyenlere oldukça iyi bir fırsat sunar.

Zorluk

Zor (Hata payını düşük tutmak için doğru örneklem seçimi, profesyonel soru tasarımı ve istatistiksel analiz bilgisi gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Saha ekiplerinin maliyeti, veri giriş yazılımları veya profesyonel araştırma şirketleri ile çalışma maliyeti bulunur.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta veya birkaç ay (Hazırlık ve örneklem seçimi)

Uygulama süresi, 3-5 hafta (Saha uygulaması 2-4 hafta, Analiz 1 hafta)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, şehir nüfusuna bağlı olarak istatistiki ideal sayı için temsili örneklem yoluyla seçilir. Örneğin, temsili örneklem için şehir nüfusuna bağlı olarak 400 – 1.500 kişi olması.

Rol Alanlar

- Araştırma Tasarımcısı, örnekleme ve soruları belirleyen kişi.
- Anketörler, sahada veriyi toplayan kişi.
- İstatistikçi, veriyi analiz eden kişi.

Donanım ve Araçlar

- Tabletler (CAPI yöntemi), telefon (CATI sistemi) veya basılı anket formları; SPSS veya benzeri analiz yazılımları.

Yaş ve Uyarlama

18 yaş ve üzeri için uygundur (Seçmen ve karar verici kitle). "Hızlı Yoklama" (Snapshot Poll) ile sosyal medya üzerinden bilimsel olmayan ama anlık nabız tutan mikro-yoklamalar yapılabilir.

Kamuoyu Yoklaması Uygulama Adımları

Halkın belirli bir konu, proje veya hizmet hakkındaki görüş, deneyim ve davranışlarını ölçmek için kullanılan niceliksel bir araştırma yöntemidir; eğilim ölçmeye yarar. İstatistiksel olarak geçerli örneklem gruplarıyla çalışarak, tüm şehrin veya belirli bir grubun eğilimlerini hata payı ve güven aralığıyla birlikte raporlamayı sağlar. Bu yöntem katılımcı ile araştırmacı arasında çift taraflı diyaloga imkân tanımaz. Derinlemesine bilgi almak için "Halk Değerlendirmesi" gibi yöntemlerle desteklenmelidir.

Sıfırdan bir anket yapmak yerine, profesyonel araştırma şirketlerinin mevcut anketlerine soru eklemek (omnibus anketler) maliyet optimizasyonu sağlar. Soruların anlatım biçimi bulguları manipüle edebilir. Bu sebeple sorular, uzman görüşüyle hazırlanarak önyargı riskinden korunmalıdır. Ölçek büyüdükçe (cevaplayıcı sayısı ve veri miktarı arttıkça) analiz süresi ve bütçe de aynı oranda artar. Kamuoyu yoklamaları insanların "neden" öyle düşündüğünü veya bu fikrin zamanla nasıl değişeceğini değil, sadece "o andaki fotoğrafı" çekmeye yöneliktir.

1. Hipotez ve Soru Seti Tasarımı (Açılış)

- Odak: "Halk yeni yapılacak çöp aktarma merkezini destekliyor mu?" gibi net bir hipotez kurulur.
- Yansızlık: Soruların ifade tarzı bulguları doğrudan etkiler. Bu nedenle yönlendirici olmayan, çoktan seçmeli ve kapalı uçlu sorular tasarlanır.

2. Bilimsel Örneklem Belirleme

- Kota Örnekleme: Şehrin her mahallesinden, her gelir grubundan ve her yaştan, nüfus verilerine oranla kaç kişiyle görüşüleceği hassas bir şekilde hesaplanır.
- Temsiliyet: Katılımcıların genel kitleyi temsil ettiğinden emin olunmalıdır; aksi takdirde sonuçlar yanıltıcı olur.

3. Saha Uygulaması ve Veri Toplama

- Yöntem Seçimi: Maliyet ve amaca göre; yüz yüze görüşmeler, telefon anketleri veya merkezi noktalarda anketörler aracılığıyla veri toplanır.
- Eğitim: Saha ekiplerinin (anketörlerin) tarafsız kalması için eğitim verilmesi şarttır. Cevap vermeme oranları da veri kalitesi açısından not edilmelidir.

4. Veri Analizi ve Temizleme (Uygulama)

- Ham Veri Kontrolü: Tutarsız veya anlamsız girişler elenir.
- Çapraz Tablolar: Veriler sadece "evet/hayır" olarak değil; "Gençler desteklerken yaşlılar karşı mı?" veya "X mahallesindeki direnç neden daha yüksek?" gibi derinlemesine analiz edilir.

5. Karar Sürecine Entegrasyon (Kapanış)

- Raporlama: Bulgular belediye meclisine ve kamuoyuna şeffaf bir şekilde sunulur.
- Sorumluluk: Çıkan sonuç belediyeyi yasal olarak bağlamasa da siyasi ve toplumsal sorumluluk açısından en güçlü stratejik pusuladır.
- Nihai Çıktı: Hata payı ve güven aralığı bilimsel olarak belirtilmiş, stratejik kararlara altlık oluşturacak kapsamlı bir "Kamuoyu Eğilim Analizi ve Raporu" oluşturulur.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Sivil Toplum Kuruluşları Arasında İhtiyaç Anketi (Needs Survey Among CSOs)

Hakkında

Bu yöntem, STK'ların kurumsal yapıları, finansal sürdürülebilirlikleri, teknik bilgi düzeyleri veya hedef kitlelerine ulaşma kapasiteleri gibi konularda yapılandırılmış sorular aracılığıyla veri toplama sürecidir. Genellikle geniş bir yelpazeye sahip kuruluşların ortak ihtiyaçlarını belirlemek için kullanılır. Belediyenin STK'lara yönelik eğitim, hibe veya lojistik destek programlarına temel teşkil eder; sivil toplum kuruluşlarının gerçek ihtiyaçlarına göre "hizmet geliştiren" bir çözüm ortağı olmasını sağlar.

Amaç

Kaynakların doğru yönlendirilmesini sağlamak; STK'lara yönelik kapasite geliştirme programlarını (eğitim, hibe vb.) gerçek ihtiyaçlara göre tasarlamak; sivil toplumun genel röntgenini çekerek savunuculuk faaliyetleri için kanıt oluşturmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

"Gerçek" ihtiyaçların veriye dayalı tespiti, paydaşlar arasında şeffaflık ve gelecekteki projeler için sağlam bir temel oluşturulması, kapsayıcı, yenilikçi ve düşünceli toplumlar için politika oluşturma, program geliştirme ve paydaş kamu katılımı sağlamada etkilidir.

Zorluk

Orta (Anketin doğru tasarlanması ve katılımın teşvik edilmesi uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Dijital anket araçları ücretsizdir; veri analizi ve raporlama için uzman zamanı gerekir.)

Süre

Toplam anket uygulama süresi: Yaklaşık 1,5-2 ay (Hazırlık ve takip süreçleri için birkaç ay gerekir.)

Hazırlık: 1-2 hafta (Soru setinin oluşturulması ve hedef listenin netleşmesi)

Uygulama: 2-4 hafta (Anketin yaygınlaştırılması ve cevapların toplanması)

Analiz ve Raporlama: 1-2 hafta

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, bölgedeki veya sektördeki tüm aktif STK'lar.

Anket için örneklem: İstatistiksel olarak anlamlı bir sonuç için hedeflenen evrenin belirli bir yüzdesine ulaşılması (Örneğin, 100 STK'dan en az 30-40 tanesinin katılımı) beklenir.

Rol Alanlar

- Araştırma Ekibi: Soruları hazırlayan ve veriyi analiz eden ekip.
- İletişim Sorumlusu: STK'ları ankete katılmaya teşvik eden ve hatırlatmalar yapan kişi.
- Katılımcı kitle, STK'lar, araştırmacılar gibi.

Donanım ve Araçlar

- Dijital anket platformları (Google Forms, SurveyMonkey, Typeform vb.), veri analizi yazılımları (Excel, SPSS).

Yaş ve Uyarlama

Sivil toplum kuruluşu yöneticileri, proje koordinatörleri ve uzmanların katılımı için uygundur. Küçük ve yeni kurulan dernekler için daha basit ve kısa anketler; büyük ve profesyonelleşmiş vakıflar için daha teknik ve detaylı kapasite analizleri uygulanabilir.

Sivil Toplum Kuruluşları Arasında İhtiyaç Anketi Uygulama Adımları

STK'lar genellikle yoğun çalışma programlarına sahiptir. Cevap oranını artırmak için telefonla hatırlatma veya yüz yüze kısa ziyaretler destekleyici olabilir. STK dünyası dinamik; adresler ve yönetim kurulları hızlı değişebilir. Bu nedenle envanterin her yıl veya iki yılda bir güncellenmesi gerekir. Bazı önemli yerel inisiyatiflerin yasal statüsü olmayabilir. Bunlara ulaşmak için medya takibi ve saha taraması yapılmalıdır.

Verilerin anonim mi yoksa kurum bazlı mı toplanacağı baştan belirtilmelidir. Kurum bazlı veriler spesifik çözümler sunar, ancak kurumlar bazen finansal zorluklarını gizleme eğiliminde olabilir. Anket sadece ihtiyaçları değil, STK'ların belediyeye sunabileceği katkıları da (gönüllü gücü, uzmanlık alanı gibi) sorgulayan bir iş birliği potansiyeli taşımalıdır. Anket süresi 15 dakikayı geçmemelidir. Çok uzun anketler, odaklanmanın önünde engeldir ve yarıda bırakılma ihtimali yüksektir.

1. Tasarım ve Hedefleme (1 Hafta)

- Kategorizasyon: Sorular; Kurumsal Kimlik, Finansal Yapı, Gönüllü Yönetimi, Ağ Kurma ve Teknik Eğitim İhtiyaçları (Örneğin, proje yazma, dijitalleşme) başlıkları altında yapılandırılır.
- Filtreleme: Verimli sonuçlar için hedef kitle netleştirilir. (Örneğin, Spor dernekleri çok sayıdaysa ve araştırma kapsamı dışındaysa hariç tutulabilir; yasal statüsü olmayan yerel inisiyatiflere çatı kuruluşlar üzerinden ulaşılabilir.)

2. Dağıtım ve Veri Toplama (2-4 Hafta)

- Kanal Çeşitliliği: Anket; STK ağları, resmi e-posta listeleri, Ticaret Odası kayıtları ve sosyal medya üzerinden duyurulur.
- Motivasyon: Katılımı artırmak için sonuçların şeffaf bir şekilde katılımcılarla paylaşılacağı ve bir "Kapasite Geliştirme Programı"na altlık oluşturacağı taahhüt edilir.

3. Analiz ve Görselleştirme (Ortak Çıktı Duvarı)

- Veri İşleme: Toplanan ham veriler istatistiksel yazılımlar aracılığıyla grafiklere ve tablolara dönüştürülür.
- Kritik Bulguların Sunumu: Önemli veriler (Örneğin, *"STK'ların %80'i uluslararası fonlara erişim konusunda teknik desteğe ihtiyaç duyuyor."*) bir özet panelde veya etkileşimli bir dijital panoda sunulur.

4. Raporlama ve Eylem Planı (Kapanış)

- Paylaşım: Analiz sonuçları kapsamlı bir rapor haline getirilerek tüm paydaşlarla paylaşılır.
- Süreklilik: Anket bir son değil, başlangıçtır. Raporun sonunda, tespit edilen ihtiyaçlara yönelik ilk somut adımın (Örneğin, "Proje Döngüsü Yönetimi Eğitimi") duyurusu yapılır.
- Nihai Çıktı: Belediyenin sivil toplum politikasını belirleyen "STK Kapasite ve İhtiyaç Analiz Raporu" ile somut bir "Destek/Eğitim Yol Haritası" ortaya çıkar.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (NGOsource, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Telefonla Katılım: Anketler ve Kişisel Temas (Telephone Surveys & Contacts)

Hakkında

Telefonla Katılım, Anketler ve Kişisel Temas (Telephone Surveys & Contacts) tekniğidir. Belirli bir proje veya hizmet hakkında halkın genel tutumunu ölçmek, görüşlerini almak ve kişisel temas kurmak amacıyla yürütülen yapılandırılmış veri toplama yöntemi olarak bilinir. İstatistiksel olarak geçerli sonuçlar üretmesi ve "halkın nabzını" gösterir spesifik bilgileri yansıtması nedeniyle stratejik öneme sahiptir. Seçilen rastgele örnekleme telefon yoluyla anket yapılır. Geniş çeşitlilikte insana ulaşmak için iki yönlü iletişimi taşıyan etkileşimli bir yoldur.

Telefon Anketleri, yapılandırılmış sorularla geniş bir gruptan veri toplamaya odaklanırken; Telefon Kişileri (Kişisel Temas), kilit paydaşlarla daha derinlemesine, serbest akışlı ve ilişki kurmaya yönelik görüşmeleri temsil eder. Dijital erişimin kısıtlı olduğu veya hızın kritik olduğu durumlarda en etkili araçtır. Telefon ile bire bir veya IVR (tuşlama) üzerinden veri toplanır.

Amaç

Belirli bir konuda toplumun genel eğilimini ölçmek (anket yoluyla); projenin duyurusunu kişisel düzeyde yapmak; paydaşlardan hızlı geri bildirim almak ve internet erişimi olmayan bireylerin sürece dahil edilmesini (kapsayıcılık) sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yüksek cevap oranı (e-postalara göre), samimi geri bildirim, geniş coğrafi kapsama ve paydaşlarla kurulan güven bağı, toplantılara katılması mümkün olmayan kişilerden veri elde etme ve sadece posta listesindeki kişilere değil, tüm halka erişim sağlamak için uygundur.

Zorluk

Orta (Doğru kişilere ulaşmak ve reddedilme oranını yönetmek sabır ve iletişim becerisi gerektirir.)

Maliyet

Orta (Telefon faturaları ve dışarıdan hizmet alınıyorsa anketör maliyetleri vardır.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Numara listesi ve anket sorularının/konuşma metninin hazırlanması)

Uygulama süresi, 2 hafta (Arama sayısına göre 3-10 gün; Verilerin analizi için birkaç gün.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, genellikle bir seferde sadece 1 kişi (Anketlerde, istatistiksel anlamlılık için 100-1.000+ kişi hedeflenir. Kişisel temaslarda 10-30 kilit paydaş aranır.)

Rol Alanlar

- Anketör / İletişim Görevlisi, nazik, ikna edici ve iyi dinleme becerisine sahip kişiler (Tüm projeler, ancak gelen çağrılar cevaplamak ve/veya geri aramak için yeterli insan gücüne ihtiyaç duyar)
- Araştırma Ekibi, soruları hazırlayan ve veriyi analiz eden ekip ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Güncel telefon listesi, CATI (Bilgisayar Destekli Telefon Anketi) yazılımları veya basit bir Excel takip çizelgesi.

Yaş ve Uyarılama

Özellikle yaşlı nüfus ve dijital mecraları az kullanan gruplar için en uygun yöntemdir. Kısa mesaj (SMS) hatırlatmalarıyla desteklenebilir; engelli bireyler için sesli cevap sistemleri (IVR) ile entegre edilebilir.

Telefonla Katılım: Anketler ve Kişisel Temas Uygulama Adımları

Bu tekniğe yatırım yapmadan önce, sonuçların sayısal bir kesinlik gerektirip gerektirmediği netleştirilerek istatistiki geçerlilik sağlanmalıdır. Önyargıları önlemek için anket soruları tarafsız ve profesyonelce hazırlanır. Telefonla temas, halka "bizzat dinleniyorum" mesajı verdiği için kurumsal bağlılığı, sahiplenmeyi artırır. Posta anketi veya dijital anket yöntemlerinden daha pahalı ve emek yoğun bir yöntemdir; yetişmiş operatör desteği gerektirir.

KVKK koşullarına dikkat edilmeli; kişisel verilerin korunması yasası gereği, arama listelerinin oluşturulması ve kullanımı yüksek güvenlikli ve rıza odaklı olmalıdır.

1. Hedefleme ve Hazırlık (Açılış)

- Liste Güncelleme: Aranacak kişilerin listesi ve telefon numaraları, demografik temsiliyet (yaş, mahalle, cinsiyet) sağlayacak şekilde güncellenir.
- Senaryo Yazımı (Scripting): Giriş cümlesi, sorular ve teşekkür kapanışını içeren net bir metin hazırlanır. (Örneğin, *"Merhaba, ... belediyesinden arıyoruz. Mahallemizdeki yeni park projesi hakkında fikrinizi merak ediyoruz..."*)
- Yasal Uyum: Görüşme başında KVKK kapsamında rıza alınması ve verilerin gizliliği ilkesinin hatırlatılması zorunludur.

2. Uygulama ve Görüşme Yönetimi (Uygulama)

- Zamanlama: Aramalar, insanların en müsait olabileceği saatlerde gerçekleştirilir.
- Kişisel Temas: Görüşmeci sadece soruları okumaz; katılımcının "tonlamasını ve duygusunu" da hisseder. Bu kişisel dokunuş, vatandaşın projeyi daha fazla sahiplenmesini sağlar.

3. Veri Kaydı ve Duygu Analizi

- Kayıt: Cevaplar anlık olarak sisteme işlenir.
- Nitel Notlar: Vatandaşın verdiği doğrudan cevapların yanı sıra, görüşme sırasında dile getirdiği yan hassasiyetler ve duygusal tepkiler de not edilir.

4. Analiz ve Karar Entegrasyonu (Kapanış)

- Sayısallaştırma: Elde edilen veriler istatistiksel raporlara dönüştürülür.
- Etki: Sonuçlar projenin karar süreçlerine (Örneğin, "Halkın %70'i bu alanı yeşil alan olarak görmek istiyor") dahil edilir; sürecin etkisi hakkında gerekirse katılımcılara geri bildirim yapılır.

(EPA, 2026); (Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Cevap Formları (Response Sheets)

Hakkında

Katılım süreci, sunum veya sergi sırasında katılımcıların görüşlerini, önerilerini veya belirli sorulara verdikleri cevapları, yapılandırılmış bir şekilde toplamak için kullanılan yazılı veri toplama yöntemidir. Posta yoluyla halkın ilgi ve tercihi hakkında bilgi almak için kullanılabilir. Formlar, katılımcıların düşüncelerini organize etmelerine yardımcı olurken, organizatörler için de standartlaştırılmış ve kolay analiz edilebilir veri seti sağlar. Sözlü ifadeden çekinen bireyler için güvenli katılım alanı yaratır.

Amaç

Katılımcılardan spesifik konularda net cevaplar almak (örneğin, projenin maliyeti, yeri veya tasarımı); toplantıya katılmayan ya da kalabalıkta söz almayan kişilerin sesini sürece dahil ederek herkes için erişilebilirlik sağlamak; farklı cevapları aynı kategorilerde toplayarak veri analizinin kolaylaşmasını temin etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Toplantıya katılmayan, süreçte yer alamayan kişilerin dahil edilmesi, geniş bir kesimin görüşlerinin kayıt altına alınması ve karar vericiler için somut bir veri tabanı oluşturulması için idealdir. Yönteme bağlı olarak dijital uygulamalara katılmayanlar için de etkili bir katılım sağlayabilir.

Zorluk

Kolay (Hazırlanması ve dağıtılması kolaydır; soruların tarafsız ve anlaşılır olması kritik önem taşır.)

Maliyet

Düşük (Kâğıt baskı maliyeti veya ücretsiz dijital anket araçları.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 gün (Form tasarımı ve pilot deneme)

Uygulama süresi, 5-15 dakika (Katılımcı başına doldurma süresi)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Bireysel olarak doldurulduğu için çok büyük kitlelere ulaşabilir.)

Rol Alanlar

- Form Tasarımcısı, soruları hazırlayan uzman.
- Katılımcı, formu dolduran paydaş.
- Veri Analisti, cevapları raporlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Matbu formlar, kalemler, cevap kutuları (gizlilik için).
- Dijital Araçlar (Google Forms, Typeform, SurveyMonkey veya karekod (QR) ile yönlendirilen mobil formlar).

Yaş ve Uyarılama

Okuma yazma bilen her yaş grubu için uygun. Çocuklar için "Görsel Cevap Formları" (Yazı yerine resim çizme veya etiket yapıştırma alanları) kullanılabilir.

Cevap Formları Uygulama Adımları

Bir konu veya proje hakkında halkın görüşünü, tercih ve endişesini sistematik olarak toplamaya yarayan yazılı araçlardır. Halk katılımının somut "kaydı" olarak arşivlenir ve stratejik kararlara temel oluşturur.

Anketler gibi katı bilimsel örneklemelerle yapılmaması istatistiksel olarak kısıt oluşturur; bu sebeple sonuçlar genel bir eğilim olarak değerlendirilir. Analiz aşamasında tarafsız kalmaya azami özen gösterilerek bilginin çarpıtılmaması sağlanmalı, sürekli farklı kesimlere ulaşmak için posta listelerinin güncellenmesine dikkat edilmelidir.

1. Soru Tasarımı ve Stratejik Denge

Formun kalitesi, soruların netliğine bağlıdır.

- İpucu (Soru Karması): Nicel veri için kapalı uçlu (*Katılıyor musunuz?*), derinlemesine görüş için açık uçlu (*Neden böyle düşünüyorsunuz?*) soruları dengeli bir şekilde kullanılır.
- İpucu (Kısa ve Öz): Çok uzun formlar katılımcıları yorar ve *cevaplama yorgunluğuna* yol açar. Veri kalitesinin düşmemesi için form, en temel bilgilere odaklanarak kısa tutulur.

2. Bilgilendirme ve Güven İnşası

Vatandaş neden bu formu doldurduğunu bilmelidir.

- İpucu (Şeffaflık): Formun başında projenin amacı, verilerin nerede kullanılacağı ve anonimliğin nasıl korunacağı açıkça belirtilir.
- İpucu (Anonimlik): Hassas konularda kişisel bilgiler zorunlu tutulmamalıdır. Bu şekilde daha dürüst cevaplar alınmasını sağlar.

3. Dağıtım ve Erişilebilirlik

Formun her kesime ulaştığından emin olunmalıdır.

- İpucu (Posta Kolaylığı): Eğer formlar posta yoluyla gönderiliyorsa, geri dönüş zarfının posta ücreti önceden ödenmiş olmalıdır. Böylece vatandaşın form göndermek için ek bir zahmete girmesi engellenir.
- İpucu (Çok Kanallı Dağıtım): Formların sadece dijitalden değil; belediye binaları, muhtarlıklar ve proje sahalarındaki stantlar aracılığıyla elden de ulaştırılması sağlanır.

4. Toplama ve Kayıt Tutma

Gelen cevaplar birer resmi dokümandır.

- İpucu (Veri Güvenliği): Cevaplar, anonimliği bozmayacak şekilde kutularda veya dijital havuzlarda toplanır.
- İpucu (Resmi Kayıt): Bu dokümanlar, halkın katılımının somut birer kaydı olarak saklanır. Posta listesindeki isimlerin ekleneceği bir bölüme yer vererek veri seti genişletilebilir.

5. Analiz ve Geri Bildirim Döngüsü (Hasat)

Formu toplamak süreci bitirmez, asıl süreç burada başlar.

- İpucu (Tasnif ve Paylaşım): Veriler analiz edilerek sonuçlar paydaşlarla paylaşılır.
- İpucu (Sonuç Raporu): Formları dolduranlara, verdikleri cevapların projede neyi değiştirdiği veya hangi eyleme dönüştüğü mutlaka raporlanır. "Siz istediniz, biz değerlendirdik" mesajı katılım motivasyonunu artırır.

(Yılmaz, 2013); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Cevap Kartları (Response Cards)

Hakkında

Cevap Kartları, bir grup içindeki tüm katılımcıların bir soruya veya probleme aynı anda cevap vermesini sağlayan, yüksek etkileşimli bir *eş zamanlı katılım yöntemi*dir. Her katılımcıya üzerinde çeşitli seçenekler (Evet/Hayır, A/B/C, Renkler veya Sayılar) bulunan bir dizi kart verilir. Kolaylaştırıcı/Fasilitatör bir soru sorduğunda, herkes kendi tercihini temsil eden bir kartı havaya kaldırır. Problem çözme sürecinin sonlandırılmasında oldukça etkilidir.

Amaç

Grubun bir fikir hakkındaki genel eğilimini anlık olarak ölçmek; herkesin katılımını sağlamak; ifade özgürlüğünü güvenli bir şekilde teşvik etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Katılımcıların dikkatinin sürekli canlı tutulması, hızlı karar alma ve grup içindeki farklı görüşlerin görsel olarak fark edilmesi, öneri geliştirme ve karar alım süreçleri, meclis toplantıları, mahalle forumları ve çalıştaylar gibi yapılarda, bir program sonunda geri bildirimleri almak veya eğitimlerde öğrenilenlerin test edilmesi için idealdir.

Zorluk

Kolay (Lojistik ve uygulama açısından en zahmetsiz yöntemlerden biridir.)

Maliyet

Düşük (Renkli kartonlar veya kâğıtlar yeterlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, öncesi uzun süreçlidir, ancak uygulama kısa soluklu olup 10 dakika hazırlık yeterlidir.
Uygulama süresi, soru başına 30 saniye

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-100+ kişi (Görsel olarak tüm kartların görülebileceği her türlü kalabalıkta uygulanabilir.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Fasilitatör, soruları soran ve "Kartları kaldırın" talimatını veren kişi.
- Katılımcılar, yöneten kişinin talimatlarına elindeki kartlarla tepki veren grup.

Donanım ve Araçlar

- Çift taraflı renkli kartlar (Örneğin, Bir yüzü Yeşil/Evet, diğer yüzü Kırmızı/Hayır), harf kartları (A, B, C, D), indeks kartları.
- Dijital Araçlar ("Plickers (fiziksel kartları kamerayla tarayan uygulama), Poll Ev veya Kahoot (akıllı telefonlar üzerinden)").

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygun (Okuma-yazma bilmeyenler için sembolü/ikonlu kartlar kullanılabilir). "Trafik Işığı" modeli şeklinde uygulamalar yapılabilir. "Yeşil (Devam et/Anlaşıldı), Sarı (Biraz yavaşla/Sorum var), Kırmızı (Dur/Anlamadım)" şeklinde anlamlandırılarak kullanılır.

Cevap Kartları Uygulama Adımları

Yöntem, özellikle büyük grup toplantılarında veya atölye çalışmalarında "pasif dinleyici" modunu kırıp herkesin aynı anda sürece dahil olmasını sağlayan yüksek enerjili bir araçtır. Hızlı nabız ölçmeyi sağlar ve derinlemesine tartışmaları tetikleyen kıvılcım görevi görür. Katılımcıların görüşlerini kelimelere dökmeden (renkli kartlarla) veya kısa notlarla (yazılı kartlarla) anında paylaşımlarına imkân veren interaktif bir tekniktir. Özellikle etkinlik sonrası "kapatma eylemi" olarak kullanılabilir.

1. Hazırlık ve Dağıtım

Toplantının amacına göre kart setleri önceden hazırlanır.

- İpucu (Kart Türleri): Hızlı oylamalar için "Evet/Hayır" veya "Yeşil/Sarı/Kırmızı" kartlar; fikir üretme süreçleri için üzerine yazı yazılabilir boş kartlar kullanılır.
- İpucu (Net Talimat): Kolaylaştırıcı/Fasilitatör, sorulacak sorunun ve kullanılacak kartın mantığını (Örneğin, "Yeşil: Katılıyorum, Kırmızı: Kaygılarım var") toplantı başında netleştirmelidir.

2. Uygulama: Soru ve Düşünme Süreci

Soru sorma biçimi, cevabın kalitesini belirler.

- İpucu (Net Sorular): Kapalı uçlu sorularla nabız ölçülür veya açık uçlu bir soru sorarak katılımcılardan kısa cevabı karta yazmaları istenebilir.
- İpucu (Süre Sınırı): Cevapları yazmak veya düşünmek için uygun ve kısıtlı bir süre sınırı belirleyerek toplantının temposu korunur.

3. "Düşün ve Kaldır" (Eş Zamanlılık)

Bu yöntemin en kritik aşamasıdır.

- İpucu (Sosyal Uyum Engeli): "1-2-3 ve kaldırın!" komutuyla herkesin kartını aynı anda havaya kaldırması sağlanır. Böylece katılımcıların birbirinden etkilenecek fikirlerini değiştirmesini önler ve gerçek tabloyu ortaya çıkarır.
- İpucu (Dinamizm): Bu teknik toplantıdaki "uyuklama" veya enerjinin düştüğü anlarda bir canlandırma aracı olarak kullanılır.

4. Seçim ve Değerlendirme: "En İyi ve En Farklı"

- İpucu (Analiz): Ekip üyelerinden kendilerine gelen cevapları okumaları ve içlerinden iki tanesini seçmeleri istenir; "En iyi" olanı ve diğerlerinden "en farklı" olanı.
- İpucu (Yorumlama): Uygun bir aradan sonra her takımdan, seçtikleri bu iki cevabı okumaları talep edilir. Fasilitatör/Eğitmen, her cevaba mutlaka yorum yapmalı ve gerekirse yanlış anlamalar düzeltilmelidir.

5. Atölyeyi Sonlandırma ve Karar

- İpucu (Problem Çözme): Bu etkinliği bir problem çözme atölyesinin sonunda kullanarak çözümlerin netleşmesi, uygulanması ve elde edilen başarıların kutlanması sağlanmalıdır.
- İpucu (Esneklik): Kartlardan gelen cevaplara göre sunumun hızını veya tartışmanın yönünü değiştirerek, katılımcıların ihtiyacına göre süreç şekillendirilir.

(SessionLab, 40 problem çözme tekniği, 2026); (SessionLab, Cevap Kartları, 2026); (ThiagiGroup, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

3.3.2. Mülakatlar-Görüşmeler / Bire Bir Görüşme / Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler / Röportajlar

Nitel veri ve derinlemesine görüşme grubudur. Bu yöntemler, "Neden böyle düşünüyorlar?" sorusuna cevap arar (Mülakat Ailesi).

- Derinlemesine analizlerdendir.
- **Ana Metot:** Nitel Mülakatlar. Ortak isim, Mülakat Ailesi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Mülakatlar-Görüşmeler, Bire Bir Görüşme, Röportajlar, Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler. Tamamen aynı yöntemler olarak değerlendirilebilir.
- **Analiz:** Bilimsel ve sahada karşılığı olan ortak isim "*Nitel Mülakat*"tır. Diğer tüm terimler bunun uygulama varyasyonlarıdır, aynı süreci anlatır. Temelde bireylerin derinlemesine görüşlerinin alınmasında kullanılır. Soru tipleri, yapılandırılmış (soru listesine bağlı), yarı yapılandırılmış (esnek akışlı) ve yapılandırılmamış (tamamen serbest) şekillerde olabilir. Mülakatlar, belirli bir konu veya sorun hakkında derinlemesine bilgi, görüş, deneyim ve tutumları belirlemek için kullanılır. Röportaj ise daha çok basın veya video kayıt odaklı, derin ve kişisel bilgi paylaşımlarına yer veren mülakat olarak nitelendirilir. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler, ana soruların belli olduğu ancak sohbetin akışına göre esneyebilen bilimsel mülakat biçimidir, akademik derinlik için tercih edilir.

Mülakatlar-Görüşmeler (Interviews)

Hakkında

Belirli bir konu veya sorun hakkında derinlemesine bilgi, görüş, deneyim ve tutumları belirlemek amacıyla araştırmacı ve bir veya daha fazla katılımcı arasında gerçekleştirilen karşılıklı, amaçlı iletişim sürecidir. Yöntem, katılımcıların cevaplarının arkasındaki *nedenleri* ve *duygusal boyutları* anlamayı sağlayan temel bir nitel araştırma aracıdır. Halkın katılımı ve uzmanlaşma programlarını geliştirme konusunda bilgi sağlamak için paydaşlarla yapılan birebir görüşmeler bu kapsamda değerlendirilir.

Amaç

Yüzeydeki verilerin ötesinde, bireylerin kişisel motivasyonları ve gizli kalmış yerel sorunları keşfederek derinlemesine bilgi edinmek; toplumsal gruplar içinde sesini duyuramayan veya özel uzmanlığı olan kişilerin görüşlerini netleştirerek bireysel perspektifi anlayabilmek; katılımcıyla birebir temas kurarak, hassas konularda dürüst geri bildirim alınmasını sağlamak ve güven ilişkisi kurmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Nicel verilerle (sayılarla) görülemeyen sosyal dinamiklerin keşfi için uygundur. Belediyelerde mahalle muhtarlarıyla ihtiyaç tespiti, kanaat önderleriyle stratejik vizyon görüşmeleri, hizmet alan vatandaşlarla memnuniyet analizi veya personel memnuniyeti araştırmalarında ya da vatandaş komitesi üyelerini değerlendirmek için kullanılır. Özellikle bir projenin "neden" reddedildiğini veya "nasıl" daha iyi hale getirileceğini anlamak için idealdir.

Zorluk

Orta (Doğru soruları hazırlamak ve görüşme sırasında katılımcıyı yönlendirmeden dinleyebilmek uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Eğitimli mülakatçılar, ses kayıt cihazları ve verilerin analizi için ayrılan zaman maliyeti.)

Süre

Hazırlık süresi, 2 gün (Soru formlarının hazırlanması)

Uygulama süresi, her görüşme başına, 45-60 dakika görüşme, 2-3 saat çözümleme ve analiz.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 12-25 (Bir araştırmada 12-25 kişiyle mülakat, veri doygunluğu için yeterlidir.) Uygulama, birebir (Bireysel mülakat) veya 2-3 kişilik odaklı gruplar şeklinde yapılabilir.

Rol Alanlar

- Mülakat yapan, soruları soran ve akışı yöneten kişi.
- Not Tutucu/Analist, cevapları kaydeden ve temalandıran kişi ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Yarı yapılandırılmış görüşme formu (Soru listesi).
- Ses kayıt cihazı veya video kamera (izin alınarak).
- Sessiz ve konforlu bir görüşme mekânı.

Yaş ve Uyarlama

Her yaş için uygundur (Çocuklarla resimler üzerinden, yaşlılarla anı anlatımı üzerinden uygulanabilir). Hassas gruplarda (engelli, göçmen gibi) mülakatçının bu grupların dili veya kültürel özelliklerine hâkim olması kritik önem taşır.

Mülakatlar / Görüşmeler Uygulama Adımları

Rahat bir ortamda derinlemesine bilgi alışverişi yapmaya ve tüm paydaşlardan geri dönüş almaya uygundur. Mümkün olduğunda, özellikle vatandaş komitelerine aday olanlar değerlendirilirken, mülakatlar şahsen yapılır. Uygulama sonucunda katılımcıların kendilerini değerli hissetmesini sağlar.

Mülakatlarda "evet/hayır" cevabı alınacak kapalı uçlu sorular yerine, katılımcıyı anlatmaya teşvik eden "açık uçlu" sorular tercih edilir. İnsanlar mülakatlarda, anketlere oranla %35 daha fazla dürüst ve detaylı bilgi paylaşma eğilimindedir.

1. Açılış (5 dk):

- Görüşmenin amacı açıklanır, gizlilik prensipleri hatırlatılır ve (varsa) kayıt için izin alınır. "Buz kırıcı" bir soruyla başlanır.

2. Uygulama (40-60 dk):

- Esnek bir soru listesi üzerinden gidilir. Katılımcının verdiği ilginç cevaplar "Neden?" veya "Bir örnek verebilir misiniz?" sorularıyla derinleştirilir.

3. Ortak Çıktı Duvarı:

- Görüşme biter bitmez mülakat yapan kişi, "en kritik 3 tespiti" not alır. Tüm mülakatlar bittiğinde bu notlar bir araya getirilerek ortak sorunlar/beklentiler gruplandırılır.

4. Kapanış (5 dk):

- Katılımcıya katkıları için teşekkür edilir ve sürecin bundan sonra nasıl ilerleyeceğine dair detaylı bilgi verilir.

5. Nihai Çıktı:

- Görüşmelerden çıkan ana temaları ve doğrudan alıntıları içeren "Nitel İçgörü Raporu" oluşturulabilir.

(Yılmaz, 2013); (ICMA, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler (Semi-Structured Interviews)

Hakkında

Yarı yapılandırılmış görüşmeler, belirli bir soru listesine (rehbere) sadık kalarak; ancak akışa göre yeni soruların, derinleştirmelerin ve keşiflerin yapılmasına izin vererek yapılan esnek bir mülakat tekniğidir. Resmi toplantılara katılmakta isteksiz olan üst düzey paydaşlar veya sesini duyuramayan topluluk üyeleriyle birebir bağ kurmak için idealdir.

Yöntem, "anket" kadar katı, "sohbet" kadar dağınık değildir. Sabit sorular içeren kapalı anketlerin aksine, yarı yapılandırılmış bir görüşme açık uçludur ve görüşülen kişinin cevaplarına bağlı olarak görüşme sırasında ortaya atılacak yeni fikirlere esneklik gösterir. Bir "görüşme rehberi" eşliğinde yürütülür ancak katılımcının verdiği ilginç bir cevap karşısında görüşmeci rehberin dışına çıkıp "Bunu biraz daha açar mısınız?" diyebilir. Bu özellik, katılımcının kendi önceliklerini ve gizli kalmış duygularını ifade etmesine alan tanır.

Amaç

Paydaşların motivasyonlarını, endişelerini ve karmaşık sorunlara dair derinlemesine bakış açılarını anlamak; sayısal verilerin (anketlerin) açıklayamadığı "neden" ve "nasıl" sorularına cevap bulmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bir konunun daha derinlemesine incelenmesi gerektiğinde, zengin nitel veri, paydaşlarla güven ilişkisi ve beklenmedik fırsatların keşfi için uygundur.

Zorluk

Orta (İyi bir dinleme, empati ve anlık soru üretme becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Kayıt cihazı ve zaman.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 gün (Görüşme rehberi tasarımı)

Uygulama süresi, görüşme başına 45-90 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, değişken (Yüz yüze veya video konferans şeklinde birebir uygulama ya da grup mülakatları şeklinde yapılır.)

Rol Alanlar

- Görüşmeci (Interviewer), empati kuran, aktif dinleyici ve Katılımcı, deneyimini paylaşan özne.
- Not Tutucu (Opsiyonel), görüşmecinin akışa odaklanmasını sağlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Ses kayıt cihazı, not defteri, sessiz ve konforlu bir mekân.
- Dijital Araçlar (Zoom/Teams (uzaktan görüşmeler için), Otter.ai veya NVivo (deşifre ve analiz yazılımları)).

Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler Uygulama Adımları

Bireysel görüşmeler 45-60 dakikayı ve grup mülakatları 2 saati aşmamalıdır. Öncesinde soruların kartlara yazılarak kullanımı, akışı bozmadan tüm maddelerin üzerinden geçebilmeyi sağlar.

Görüşmecinin farkında olmadan katılımcıyı belirli bir cevaba yönlendirmesi en büyük hatadır. Sorular tarafsız kalmalıdır. Elde edilen bilgilerin nasıl kullanıldığı katılımcıyla paylaşılmazsa (geri bildirim), güven ilişkisi zedelenebilir.

Onlarca saatlik kaydın yazıya dökülmesi ve analizi ciddi bir zaman ve yetkin personel emeği gerektirir, veri yoğunluğu fazladır.

1. Görüşme Rehberi ve Katılımcı Seçimi (Hazırlık)

- Esnek Rehber: 5-10 adet ucu açık anahtar soru (Örneğin, "Bu projenin mahallenizdeki sosyal dokuyu nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?") belirlenir. Görüşme kılavuzu; haritalar, fotoğraflar veya diyagramlar üzerine de kurgulanabilir.
- Perspektif Çeşitliliği: Sadece destekleyenler değil, en sert eleştirenler ve tarafsız kalanlar da görüşme listesine dahil edilir.

2. Güven İnşası ve Başlangıç

- Rahatlatma: Görüşme başında amacın ne olduğu, verilerin nasıl kullanılacağı ve gizlilik kuralları açıklanır.
- Basit Sorular: Önce betimleme gerektiren kolay sorularla başlanır, güven oluştuğu daha karmaşık yapısal ve karşılaştırma sorularına geçilir.

3. Sondaj (Probing) ve Derinleşme

- Sondaj Tekniği: Katılımcı genel bir cevap verdiğinde "Bir örnek verebilir misiniz?" veya "Peki bu durum sizi duygusal olarak nasıl etkiledi?" gibi derinleştirme soruları sorulur.
- Meraklı Öğrenci Rolü: Görüşmeci kendi görüşlerini asla empoze etmez; sadece anlamaya ve öğrenmeye odaklanır.

4. Kayıt, Not Alma ve Analiz

- Vücut Dili: Görüşme (izinle) kaydedilirken, sadece söylenenler değil, katılımcının duraksamaları ve vücut dili gibi detaylar da not edilir.
- Hızlı Transkript: Görüşme henüz tazeyken en kısa sürede yazıya dökülür ve ortak temalar, korkular ile öneriler listelenir ve analiz edilir.
- Nihai Çıktı: Görüşme dökümleri (Transkriptler), "Paydaş Algı Haritaları" ve stratejik planlar için niteliksel temel veriler elde edilir.

(MSP, 2026); (SSWM, 2026); (Tools4dev, 2026); (Gemini, 2026).

Bire Bir Görüşme (1-on-1 Interview)

Hakkında

Bire Bir Görüşme, bir araştırmacı ile bir katılımcı arasında yüz yüze gerçekleşen, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi, deneyim, tutum ve duyguları ortaya çıkarmayı amaçlayan nitel bir araştırma yöntemi, hızlı ve etkili bir keşif aracıdır. Kişisel bilgilerin ve deneyimlerin doğrudan paylaşıldığı, katılım süreçlerinin en derin ve en kişisel aracı olan bu yöntem, diğer yöntemlerle ulaşılamayan bilgilere, bireysel kaygılara ve yenilikçi fikirlere ulaşarak projelerin insan odaklı tasarlanmasını sağlar. Yapılandırılmış (soru listesine bağlı), yarı yapılandırılmış (esnek akışlı) veya yapılandırılmamış (tamamen serbest) şekillerde uygulanabilir.

Amaç

Katılımcının bir hizmet ya da sorun hakkındaki motivasyon ve korkularının derinlemesine anlaşılması; sosyal baskıdan arındırılmış bir ortamda rahat bir tartışma ve kişiselleştirilmiş verilerin elde edilmesini sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Güçlü bir empati bağı kurulması, tasarıma temel oluşturacak zengin nitel veri seti sağlanması, içgörü raporu oluşturulması için idealdir.

Zorluk

Orta (Görüşmeyi yapmak kolay görünse de doğru soruları sormak, katılımcıyı yönlendirmemek ve söylenenlerin ötesini duymak profesyonel görüşme becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân ve kayıt cihazı maliyeti düşüktür; ancak her bir görüşmenin transkripsiyonu ve analizi için gereken uzman personel zamanı maliyeti artırabilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-3 gün (Görüşme rehberinin hazırlanması ve randevular)

Uygulama süresi, her görüşme için 30-90 dakika sürer; ayrıca deşifre ve kodlama için görüşme süresinin 2 ya da 3 katı kadar bir süre ayrılır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 8-15 kişi (Bir projede doygunluğa ulaşmak için genellikle 8-15 farklı profilde kişiyle görüşülmesi önerilir.)

Rol Alanlar

- Görüşmeci (Interviewer), empati kuran, aktif dinleyici.
- Katılımcı, deneyimini paylaşan özne.
- Not Tutucu (Opsiyonel), görüşmecinin akışa odaklanmasını sağlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Ses kayıt cihazı, not defteri, sessiz ve konforlu bir mekân.
- Dijital Araçlar (Zoom/Teams (uzaktan görüşmeler için), Otter.ai veya NVivo (deşifre ve analiz yazılımları)).

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklarla oyun temelli; ileri yaştakilerle anı anlatısı (storytelling) şeklinde uygulanabilir). Yöntem, görüşme yapılan Mekâna göre uyarlanabilir. (Örneğin, Ev Ziyareti)

Bire Bir Görüşme Uygulama Adımları

Yapılandırılmış mülakatlarda farklı katılımcılardan alınan verilerin karşılaştırılması için süreç boyunca tutarlı olunmalıdır. Yöntem etkili olsa da çok zaman aldığından katılımcı seçiminde (örneklem) stratejik davranılarak hız ve esneklik kazanılması önemlidir. İyi bir görüşmecinin cevapları bilen değil, soruları soran ve dikkatle dinleyen kişi olduğu unutulmamalıdır.

Özellikle kentsel dönüşüm veya sosyal yardım projeleri gibi kişisel hassasiyetin yüksek olduğu konularda belediye ile vatandaş arasındaki bağı en üst seviyeye taşır.

1. Planlama ve Rehber Hazırlığı

Görüşmenin başarısı, soruların kalitesine ve akışına bağlıdır.

- **İpucu (Amacı Belirle):** Görüşmenin amacı netleştirilir. Yapılandırılmış (soru listesine sadık) mı yoksa yarı yapılandırılmış (akışa göre esneyen) bir mülakat mı yapılacağına karar verilir.
- **İpucu (Yönlendirme Yapma):** "Belediyemizin bu harika hizmetinden memnun musunuz?" gibi yönlendirici sorulardan kaçınılmalıdır. Bunun yerine "Bu hizmeti kullanırken neler yaşadınız?" gibi tarafsız ve açık uçlu sorular tercih edilir.
- **İpucu (Ön Görüşme):** Kılavuzu iyileştirmek için ana süreç başlamadan önce bir pilot görüşme yaparak soruların netliği test edilir.

2. Güven İnşası (Rapport) ve Başlangıç

Katılımcının kendini güvende hissetmediği bir ortamda samimi cevaplar alınamaz.

- **İpucu (Rahatlatma):** Görüşmenin başında katılımcıya gizlilik sözü verilir ve amacın sadece "onun görüşlerini öğrenmek" olduğu belirtilir.
- **İpucu (Huni Tekniği):** Genel ve kolay sorularla başlanır, katılımcı ısındıkça spesifik ve hassas detaylara inilir.

3. Aktif Dinleme ve Gözlem

Mülakat sadece konuşmak değil, aynı zamanda bir izleme sürecidir.

- **İpucu (Sessizliğin Gücü):** Katılımcı durakladığında hemen araya girmemelidir. Sessizlik genellikle katılımcının daha derin düşüncelerini toparlamasına zemin hazırlar.
- **İpucu (Sondaj/Probing):** İlginç cevapların peşine düşülür. "Bunu biraz daha açar mısınız?" veya "O anda ne hissettiniz?" diyerek detaya inilir. Sadece duyulanlar değil, vücut dili de gözlemlenmelidir.
- **İpucu (Kayıt):** Mümkünse sesli veya görüntülü kayıt alınmalı ve eş zamanlı not tutulmalıdır.

4. Kapanış ve Doğrulama

Görüşmenin katılımcı için değerli bir sonla bitirilmesi.

- **İpucu (Özetleme):** Konuşulan ana noktalar katılımcıya kısaca özetlenir ve "Sizi doğru anladım mı?" diye sorularak hatalı anlamalar düzeltilir.
- **İpucu (Teşekkür):** Sürece katkıları için teşekkür ederek görüşme sonlandırılır.

5. Analiz ve Entegrasyon (Hasat)

Toplanan veriler, somut çıktılarına dönüştürülür.

- **İpucu (Önemli Çıkarımlar):** Kayıtları analiz ederek katılımcıların en çok vurguladığı sorunlar veya öneriler belirlenir. Bu bilgiler, belediyenin çözüm süreçlerine entegre edilir.

(DSSToolkits, 2026); (Gemini, 2026).

Röportajlar (Interviews/ Report)

Hakkında

Katılımcıların deneyimlerini, inançlarını ve motivasyonlarını, bireysel hikâye ve derin duygularını keşfetmek için kullanılan birebir görüşme yöntemi ve nitel bir analizdir. Röportaj, Mülakat yöntemine göre daha geniş anlatım imkânı verir. Araştırmacı ile katılımcı arasında önceden belirlenmiş bir amaç doğrultusunda gerçekleşen, soru-cevap temelli diyalog olarak gelişir. Anketlerin aksine, "Neden?" ve "Nasıl?" sorularına cevap arayarak, araştırılan konu hakkında yüzeysel bilgidan ziyade derinlemesine bir anlayış sağlar. Yapılandırılmış (sabit sorular), yarı-yapılandırılmış (esnek) veya yapılandırılmamış (sohbet tarzı) olabilir. Görüşmeler, katılımcının görüşlerini, normatif pozisyonlarını, deneyimlerini, inançlarını ve motivasyonlarını keşfetmek için kullanılabilir.

Amaç

Karmaşık konulara dair derinlemesine görüş toplamak; anketlerin yakalayamadığı duygusal ve bağlamsal verileri elde etmek ve kilit paydaşların (karar vericiler, uzmanlar, dezavantajlı grup temsilcileri) perspektiflerini doğrudan sürece dahil etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Politika oluşturma, program geliştirme, araştırma, paydaş/kamu katılımı ve kamu katılım sürecine yönelik fikirlerin ortaya çıkartılması, paydaşlar arasında güven inşası, kişisel görüş ve duyguların alınması, belirsizliklerin giderilmesi, görüşme yapılan kişilerin başkasından etkilenmemesi için uygundur.

Zorluk

Orta (İyi bir dinleme becerisi ve tarafsızlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Görüşülecek kişi ve görüşmeci sayısına bağlı olarak değişir. Uzman personel zamanı ve ulaşım maliyeti vardır; dijital yapılırsa daha düşük maliyetlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 gün (Soru formunun ve paydaş listesinin hazırlanması)

Uygulama süresi, örneklem büyüklüğüne göre 1-4 hafta (Görüşme başına 30-90 dakika; Analiz yapmak için görüşme süresinin 2-3 katı kadar deşifre ve kodlama süresi)

Görüşülecek paydaşların belirlenmesi, görüşme kılavuzunun geliştirilmesi ve görüşmecilerin eğitilmesi için gereken süre değişkendir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, konunun derinliğine göre 5-30 kişi (Genellikle bire bir görüşmeler şeklinde yapılır, kimi zaman küçük grup görüşmeleri de tercih edilir.)

Rol Alanlar

- Görüşmeci, empati yeteneği yüksek, yönlendirici soru sormayan araştırmacı.
- Not Tutucu, görüşmecinin diyaloga odaklanabilmesi için sadece not alan ikinci bir kişi (Opsiyonel).
- Katılımcılar, STK, politika yapıcılar, sanayiciler, vatandaşlar gibi grup ve kişiler.

Donanım ve Araçlar

- Ses kayıt cihazı (izin alınarak), yarı-yapılandırılmış mülakat formu, ses kaydedici, not defteri, bilgisayar, dijital platformlar (Zoom, Teams gibi).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygun. Çocuklarla yapılan görüşmelerde görsel kartlar veya oyunsu öğeler; yaşlılarla yapılan görüşmelerde ise "sözlü tarih" yaklaşımı ve anı anlatımı teşvik edilebilir.

Röportajlar Uygulama Adımları

Görüşmelerin öncesinde hazırlık yapılması ve soru oluşturulması gerekir; uygulamanın türüne bağlı olarak süre değişebilir. Bu yöntemde tür seçimi, uygulama ve sonuç için kritiktir. (Yapılandırılmış: Hızlı ama yüzeysel; Yarı yapılandırılmış: En dengeli olan (derinlik ve rehber bir arada), Yapılandırılmamış: En keşifçi ama yönetilmesi en zor olan).

Yüz yüze yapılan görüşmeler genellikle telefon/Skype görüşmelerinden daha uzun sürer. Telefon görüşmeleri, maliyeti düşürse de karmaşık konuları veya tutumları derinlemesine incelemek için daha az uygundur. Bir kişi günde en fazla dört adet bir saatlik uygulama yapabilir. Bu notları yazıya dökmek ve bulguları analiz etmek için gereken süre çok daha fazladır. Görüşmelerin "Veri doygunluğu" noktasına (yeni bir bilgi gelmemeye başladığı an) kadar devam etmesi önerilir. Her görüşme sırasında ve hemen sonrasında, görüşmeyle ilgili gözlemler, düşünceler ve fikirler hakkında "alan notları" tutmak, veri analiz sürecine yardımcı olabilir.

Görüşmeci deneyimli olmalı; samimiyet ve tarafsızlık sergileyerek güven inşasına katkıda bulunmalıdır. Aksi halde katılımcı gerçek görüşlerini saklayabilir.

1. Planlama ve Hazırlık (Açılış)

- Kitle Seçimi: Görüşülecek kişiler uzmanlık alanlarına, coğrafi konumlarına veya temsil ettikleri gruplara göre titizlikle seçilir.
- Mekân ve Zaman: Görüşmeci, katılımcının kendini en konforlu hissettiği (mümkünse kendi ortamı) yerde en az bir saatlik kesintisiz zaman ayarlar.
- Buz Kırma (5-10 dk): Araştırmanın amacından bahisle "Doğru ya da yanlış cevap yok" denilerek güven inşa edilir. KVKK onayları ve gizlilik taahhütleri bu aşamada alınır.

2. Görüşme Süreci (Uygulama) (30-60 dk)

- Soru Akışı: Genel sorulardan özele doğru gidilir. "Daha fazla açar mısınız?" gibi sondaj sorularıyla veri zenginleştirilir.
- Yarı Yapılandırılmış Yaklaşım: Belirli bir soru listesi (rehber) takip edilse de katılımcının önemli bir noktaya değinmesi durumunda listeden sapılarak o konu derinleştirilir.
- Beden Dili Gözlemi: Görüşmeci sadece sözlere değil, katılımcının rahatsız olduğu veya heyecanlandığı anlardaki beden diline de odaklanır.

3. Analiz ve Örüntü Çıkarma (Ortak Çıktı Duvarı)

- Deşifre: Görüşme notları, ayrıntılar henüz tazeyken (notlar, beden dili, vurgular) hemen yazıya dökülür.
- Tematik Kodlama: Röportajlardan gelen benzer görüşler (Örneğin, "Herkes gürültüden şikayetçi") post-itler veya dijital panolar aracılığıyla bir araya getirilerek örüntüler çıkarılır.

4. Kapanış ve Geri Bildirim

- Teşekkür ve Bilgilendirme (5-10 dk): Katılımcıya katkısı için teşekkür edilir. Sürecin devamı ve görüşmelerin nasıl raporlanacağı anlatılarak görüşme sonlandırılır.
- Nihai Çıktı: Mülakat dökümleri, tematik analiz raporları ve proje raporlarını kanıtlarla güçlendiren "Anonimleştirilmiş Doğrudan Alıntılar Koleksiyonu" oluşturulabilir.

(EPA, 2026); (Jstor, 2026); (Gemini, 2026).

3.3.3. Odak Grup Çalışmaları

Odaklanmış Grup ve Müzakereci Araştırma Grubudur. Bireysel görüşten grup dinamiğine geçiş sağlayan yöntemlerdendir.

- Grup içgörüsü bulunur.
- **Ana Metot:** Odak Grup Çalışmaları.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Tamamen bağımsız niş yöntem olarak bilinir. Kendine has kuralları vardır.
- **Analiz:** İstatistik özellikli bir veri toplama yöntemi olmayıp en temel nitel araştırma yöntemlerindendir. Bire bir görüşme yapmak için vakit yok; ancak derinlik isteniyorsa, 8-10 kişinin bir araya getirildiği Odak Grup, mülakatların "toplu" ikamesidir. Homojen özelliklere sahip (Örneğin, sadece mahalledeki 18-25 yaş arası gençler veya ihtiyaca göre belirlenen farklı özellikteki hedef kitleler) gruplarla yapılır. Bir moderatör eşliğinde belirli bir konuyu derinlemesine tartışan grubun algı, duygu ve derin fikirlerinin yakalanmasını amaçlar.

Odak Grup Çalışmaları (Focus Groups)

Hakkında

Belirli bir konu, ürün veya hizmet hakkında katılımcıların algılarını, tutumlarını, inançlarını ve deneyimlerini anlamak amacıyla kullanılan niteliksel bir araştırma ve katılım yöntemidir. Katılımcıların sadece sorulara cevap verdiği anketten farklı olarak; grup içindeki etkileşimin, tartışmaların ve farklı görüşlerin birbirini tetiklemesinin (sinerji) yarattığı derinlemesine veriye odaklanır. Araştırma enstitüleri, organizasyonlar ve hükümetler tarafından kullanılan bir değerlendirme biçimidir. Yöntem, bir "karar verme" değil, halkın bakış açısını "anlama" aracıdır. Moderatör eşliğinde ve 6-12 kişilik grup tartışmaları şeklinde yapılan görüşmelerde "neden" ve "nasıl" sorularına cevap aranır.

Amaç

Vatandaşların veya kullanıcıların bir konu hakkındaki gizli kalmış motivasyonlarını ve direnç noktalarını ortaya çıkararak derinlemesine anlayış kazanmak; uygulanması planlanan bir politikanın veya projenin hedef kitle üzerindeki ilk etkisini ölçmek ve geri bildirim alarak yeni fikirleri test etmek; katılımcıların birbirlerinin fikirlerine verdikleri tepkiler üzerinden grup dinamiğinden faydalanarak toplumsal eğilimlerin analizi için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Belirli bir hedef kitle veya konu hakkında derinlemesine içgörü sağlamak, küçük grup tartışmalarıyla halkın görüşünü ölçmek, politika oluşturmak, program geliştirmek, paydaş katılımı, diyalog ve iş birliklerini hayata geçirmek için uygundur.

Zorluk

Orta (Görüşmeyi yönetmek ve çıkan karmaşık sözel veriyi analiz etmek profesyonellik gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân kiralama, katılımcı teşvikleri/ikramlar ve profesyonel moderatör ücreti.)

Süre

Toplam süre: 3-6 hafta

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (katılımcı seçimi ve hazırlık için)

Uygulama süresi, 2-4 hafta (Katılımcı seçimi ve hazırlık için 1-2 hafta; Her oturum için 90-120 dakika; Analiz ve raporlama için 1 hafta)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, homojen niteliğe sahip 6-10 kişi (Grubun çok küçük olması tartışmayı kısırlaştırır, çok büyük olması kontrolü zorlaştırır.)

Genellikle farklı demografik özellikleri temsil eden 3-5 ayrı odak grup oturumu yapılması önerilir.

Rol Alanlar

- Moderatör, tartışmayı tarafsız yöneten ve herkesin katılımını sağlayan uzman (Deneyimli bir odak grup kolaylaştırıcısı şarttır).
- Not Tutucu (Raportör)/Gözlemci, sözel olmayan ipuçlarını ve anahtar noktaları kaydeden kişi.
- Katılımcıları bulan, toplantıları kayıt ve analiz eden, rapor hazırlayan personel.
- Tercüman (gerekliyse).
- Katılımcılar, STK'lar, araştırmacılar, politika yapıcılar, sanayiciler, vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Ses veya video kayıt cihazları.

- Yarı yapılandırılmış soru formu (Görüşme rehberi).
- Rahat, sessiz ve dairesel oturma düzenine sahip bir oda.
- Not şablonu, kartlar, demografik form, flip chart (çevirme tahtası).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygun (Çocuklarla yapılan grup çalışmaları, oyun ve görsel materyallerle desteklenmeli). Dijital ortamda "Online Odak Grupları" olarak video konferans araçlarıyla da uygulanabilir.

Odak Grup Çalışmaları Uygulama Adımları

Soruların pilot testini yapmak için zaman ayrılmalıdır. Yöntemin gücü, grup dinamiğinde olduğundan grup etkileşimi önemlidir. Nitel ve yorum açık yapısı nedeniyle analiz zorluğu taşır, gelişmiş konu uzmanlığı ihtiyacı vardır. Uygulama başarısı, büyük oranda kolaylaştırıcının yeteneğine bağlıdır.

Katılımı artırmak için çocuk bakımı, yemek/ikram hizmeti veya ulaşım desteği gibi detaylar maliyet planına eklenebilir. Gizlilik, kayıt izni gibi etik ilkelere riayet edilmelidir.

Odak grup çalışmaları uygulama adımlarındaki genel akış ve süresi; "Açılış (10 dk): Kurallar, amaç, ısınma sorusu; Tartışma (50–70 dk): Derinlemesine sorular, görsel uyarıcılar; Kapanış (10 dk): Özet, son söz, teşekkür." şeklinde yapılabilir.

1. Planlama ve Katılımcı Seçimi (Açılış)

- Hedefleme: Araştırma sorusu belirlenir ve bu soruya en doğru cevabı verecek homojen profil tanımlanır (Örneğin, "Haftada en az 3 kez toplu taşıma kullanan üniversite öğrencileri").
- Örneklem Oluşturma: Genelde 6-12 kişilik gruplar kurulur. Katılımcıların dürüst geri bildirim vermesi için birbirlerini tanımıyor olmaları tercih edilir.
- Etik Hazırlık: Gizlilik sözleşmeleri, kayıt izinleri ve katılımcı motivasyonu için gerekirse teşvikler (ikram, katılım belgesi gibi) hazırlanır.

2. Rehber Tasarımı ve Mekân Hazırlığı

- Soru Seti: *Isınma* → *Ana Temalar* → *Kapanış* akışına uygun, 5-8 adet açık uçlu soru hazırlanır.
- Ortam: Katılımcıların kendilerini konforlu hissedeceği, resmiyetten uzak, yuvarlak masa düzenine sahip sessiz bir oda/mekân ayarlanır.

3. Oturumun Yönetilmesi (Uygulama)

- Moderasyon: Uzman bir moderatör güven ortamı sağlar, kuralları açıklar ve tartışmayı başlatır.
- Derinleşme (Probing): Moderatör, "Daha fazla anlatır mısınız?" veya "Bu durum size ne hissettirdi?" gibi sondaj sorularıyla cevabın derinindeki asıl nedeni bulmaya çalışır.
- Dinamik Yönetimi: Bir veya iki baskın karakterin tartışmayı domine etmesi engellenir; sessiz kalan katılımcılar konuşmaya teşvik edilir.

4. Kayıt ve Tematik Analiz

- Deşifre: Oturumun ses veya video kaydı metne (transkripsiyon) dökülür.
- Kodlama: Metindeki tekrarlanan kavramlar, güçlü duygular ve somut öneriler tematik olarak gruplandırılır. Katılımcı, alıntıları analizde kanıt olarak kullanılır.

5. Raporlama ve Entegrasyon (Kapanış)

- Stratejik Çıktı: Elde edilen nitel bulgular (duygular, bariyerler, fırsatlar) "Vatandaş Görüş Raporu" veya "Persona Profili" olarak karar vericilere sunulur.
- Harekete Geçme: Bulgular ışığında projede gerekli teknik veya tasarımsal ayarlamalar yapılır.

(EPA, 2026); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (Yılmaz, 2013); (DSSToolkits, 2026); (Copilot, 2026); (Gemini, 2026).

3.3.4. Müzakereci Yoklama / Vatandaş Pusulası

Bireysel görüşten grup dinamiğine geçiş sağlayan yöntemler arasında yer alır. Odaklanmış grup ve müzakereci araştırmayı oluştururlar.

- Değişim ölçümlerindendir.
- **Ana Metot:** Müzakereci Yoklama.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Vatandaş Pusulası. Aynı yöntemler olarak bilinir.
- **Analiz:** Her iki yöntem de bilgilendirme sonrası fikir değişimini görmek için uygulanır. Müzakereci Yoklama, "Önce ölç, sonra bilgilendir ve tartış, sonra tekrar ölç" mantığıyla çalışan hibrit bir araştırma-katılım yöntemidir. Müzakereci Yoklama için rastgele bir gruba anket yapılır (1. Adım), ardından bu grup günlerce uzmanlar eşliğinde konuyu müzakere eder (2. Adım), sürecin sonunda aynı gruba anket tekrarlanır (3. Adım). Amaç "bilgilendirilmiş kamuoyu"nın fikrini ölçmektir. Vatandaş Pusulası, vatandaşın tercihlerini bir harita üzerinde konumlandıran daha görsel bir araçtır. Vatandaşların siyasi partilerin, politika senaryolarının veya belediye projelerinin kendi değerleriyle ne kadar uyumluğunu görmelerini sağlayan interaktif bir test/anket metodolojisidir. Bu süreçte eğilim belirlemek için kullanılan dijital bir alt araç olarak konumlandırılabilir.

Müzakereci Yoklama / Seçim (Deliberative Polling)

Hakkında

Bilimsel örneğin istatistiksel temsili ile etkileşim ve müzakereyi bir araya getiren yapıya sahiptir. Klasik anketler halkın "mevcut" (genellikle yüzeysel) kanaatini ölçerken, müzakereci yoklama halkın "bilgilendirilmiş" kanaatinin ne olacağını ortaya koyar. Yöntem, toplumun genelini temsil eden rastgele seçilmiş bir grubun, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgilendirildikten ve uzmanlarla tartıştıktan sonraki "bilinçli" görüşlerini ölçmeyi hedefler. Vatandaş jürisi ve fikir birliği oylamasına göre nüfus yapısını daha iyi temsil eder. Müzakereci Yoklama/Seçim (Deliberative Polling), James Fishkin tarafından geliştirilen ve kamuoyu araştırması ile müzakereci demokrasiyi birleştiren bir yöntemdir.

Amaç

Temsili demokrasi ile katılımcı demokrasiyi birleştirmek; kamu politikaları ile ilgili olarak bilgilendirilen kamuoyunun düşüncelerinin değişimi ve şekillenmesini sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Halkın yeterince bilgiye sahip olmadığı ya da toplumsal kutuplaşmalar yaşanan karmaşık sorunların çözümünde, medya iş birliği ile öğrenme sürecinin tüm şehir genelinde yaygınlaşmasında, bilgilendirilmiş halkın gücüne dayanan resmi olmayan bir referandum niteliğiyle siyasi makamlarca dikkate alınacak kararların alınmasında kullanmak uygundur.

Zorluk

Zor (Örneklemin temsiliyeti ve çok aşamalı anket/müzakere sürecini yönetmek uzmanlık ister.)

Maliyet

Yüksek (Katılımcıların ulaşımı, konaklaması, anket yazılımları, uzman panelistlerin ücretleri ve lojistik giderler. Süreç birkaç aylık hazırlık gerektirir. Katılımcı giderleri ve uzman panelleri maliyetlidir.)

Süre

Toplam uygulama için minimum 3-5 ay süre ayrılabilir; ancak en az altı ay ayırmak, idealdir.
Hazırlık süresi, 1,5 ay (Örnekleme seçimi ve ön anket 1 ay; bilgilendirme dokümanları iletimi 2 hafta)
Uygulama süresi, 1 aydan fazla (Müzakere etkinliği 2-3 gün; Son anket ve analiz: 1 ay)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, istatistiki olarak toplumu yansıtacak bir örneklemdir (Örneğin, 100-600 kişi).

Rol Alanlar

- Moderatörler, tartışmayı tarafsız tutan kişiler.
- Uzman Paneli, soruları cevaplayan teknik kişiler.
- İstatistikçiler, veri analizi yapan uzmanlar ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Giriş ve çıkış anket formları.
- Tarafsız hazırlanan (tüm siyasi ve teknik tarafların onayladığı) bilgilendirme paketleri.
- Canlı oylama cihazları veya mobil anket uygulamaları.

Yaş ve Uyarılma

18 yaş ve üzeri için uygun (Seçmen kitlesini temsil). Yerel düzeyde *Vatandaşın Kararı çalıştayları* olarak kurgulanabilir; sonuçların "yoklama" değeri taşıması için örnekleme seçiminde rastgelelik korunmalıdır.

Müzakereci Yoklama / Seçim Uygulama Adımları

Panelistlerin tarafsız seçilmesi hayati önem taşır; aksi takdirde sonuçlar manipülasyona açık hale gelebilir. Araştırmalar, bu süreçte değişen görüşlerin zamanla tekrar eski eğilimlerine dönme riski taşıdığını göstermektedir. Bu nedenle kararlar hızlıca eyleme dökülmelidir.

1. Temsili Örneklem ve Ön Anket (Açılış)

- Seçim: Nüfusu cinsiyet, eğitim ve sosyo-ekonomik açıdan tam temsil eden 100-600 kişilik bir grup rastgele seçilir.
- Ön Ölçüm: Katılımcılara konuyla ilgili ilk anket uygulanır. Bu, halkın henüz derinlemesine bilgi sahibi olmadığı "ham" görüşünü yansıtır.

2. Dengeli Bilgilendirme ve Hazırlık

- Materyal Paylaşımı: Katılımcılara konunun tüm boyutlarını, artılarını ve eksilerini yansız bir şekilde anlatan kapsamlı dokümanlar sunulur.
- İnceleme: Katılımcıların toplantı öncesinde bu materyallere erişimi ve konuyu kavraması sağlanır.

3. Müzakere ve Uzman Paneli (Uygulama)

- Küçük Grup Tartışmaları: Katılımcılar, eğitilmiş bir yönlendirici (fasilitatör) eşliğinde küçük masalarda konuyu tartışır ve kafalarındaki soruları netleştirirler.
- Soru-Cevap: Gruplar, hazırladıkları soruları farklı görüşlerden uzmanların yer aldığı bir panele sorarlar. Uzmanlar veriye dayalı ve tarafsız cevaplar vererek bilgi kirliliğini giderir.

4. Son Anket ve Analiz (Kapanış)

- Son Ölçüm: Birkaç günlük tartışma ve öğrenme sürecinin sonunda, katılımcılara ilk aşamadaki anket soruları tekrar sorulur.
- Karşılaştırma: İki anket arasındaki farklar, halkın konu hakkında bilgilendirildiğinde görüşlerinin nasıl değiştiğini bilimsel olarak kanıtlar.
- Nihai Çıktı: Bilgilendirme öncesi ve sonrası farkları bilimsel verilerle sunan, hata payı düşük "Müzakereci Yoklama Sonuç Raporu" oluşturulur.

(Gemini, 2026); (Yılmaz, 2013).

Vatandaş Pusulası (Citizen Compass)

Hakkında

Vatandaş Pusulası, stratejik politika alanlarında (Ekonomi, Eğitim, Altyapı gibi) halkın beklentilerini, hükümetin/belediyenin başarısını ve geleceğe dair somut isteklerini ölçen hibrit bir katılım yöntemidir. Hem bir anket algoritması hem de moderatörlü bir vatandaş forumu niteliği taşıdığından, karmaşık siyasi tercihleri görünür kılar. Genellikle çevrimiçi bir anket veya interaktif bir araç olarak kurgulanır. Katılımcılar bir dizi önermeye (Örneğin, "Şehir merkezine araç girişi yasaklanmalıdır") katılım düzeylerini belirtir. Sistem, bu cevapları analiz ederek katılımcıyı bir "fikir haritası" üzerinde konumlandırır ve hangi stratejik yaklaşımın veya grubun görüşlerine daha yakın olduğunu görsel olarak sunar. Bir nevi "Seçim Pusulası" (Voting Advice Application) mantığının, spesifik projeler veya yerel politikalar için uyarlanmış halidir. Vatandaş pusulası, politikacılara vatandaşların siyasi konular hakkında ne düşündüklerini ve politika oluşturma için ne gibi önerilerde bulunacaklarını öğrenmeleri için bir platform sunar. Vatandaş pusulası yönteminin diğer adı 'Bürgerkompass'dır.

Amaç

Karmaşık politik meseleleri birey düzeyinde somutlaştırmak; halkın genel eğilimlerini (kamuoyu nabzını) geniş ölçekte haritalandırmak; bireylerin kendi görüşlerini diğer gruplarla kıyaslamasını sağlayarak farkındalık yaratmak ve karar vericilere veriye dayalı bir "toplumsal tercih haritası" sunmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Katılımcılar için kişisel farkındalık, karar vericiler için toplumsal eğilim verisi ve şeffaf bir demokratik süreç sağlayan yöntem, hükümetin çalışmalarının vatandaşlar tarafından nasıl algılandığını ve vatandaşların bir hükümetin başarısını/başarısızlığını nasıl ölçtüğünü anlamak için idealdir.

Zorluk

Orta (Yazılımsal altyapı ve tarafsız soru seti hazırlığı uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Orta (Web geliştirme, veri analizi ve tanıtım kampanyası maliyetleri.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 ay (Soru setlerinin ve algoritmanın oluşturulması, vatandaş seçimi gibi)

Uygulama süresi, genellikle 2-4 hafta (Kampanya süresince)

Vatandaş pusulası etkinliği 1 gün sürer. Etkinlik öncesi yarım günlük hazırlık toplantısı ve bir günlük final etkinliği vardır. Sonuçların belgelenip siyasetten cevap alınması (takip) birkaç ay gerektirir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 200 kişi (Katılımcı sayısı, yüzler veya binler düzeyinde kişiyi içerebilir. Dijital erişim sayesinde katılımcı sayısında sınır yoktur.)

Rol Alanlar

- Metodoloji Uzmanı, tarafsız ve yönlendirmeyen soruları hazırlayan kişi.
- Web geliştirici, interaktif pusula arayüzünü ve analiz algoritmasını kurgulayan yazılımcı.
- Veri analisti, sonuçları raporlayan uzman.
- Katılımcılar, STK, politika yapıcılar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Web tabanlı anket yazılımları, veri görselleştirme kütüphaneleri (D3.js vb.).

Yaş ve Uyarlama

Gençler ve yetişkinler için uygundur (Dijital okuryazarlığı olan tüm gruplar). Yerel düzeyde "Mahalle Pusulası" olarak, mahallenin öncelikli sorunlarını (Park, Ulaşım, Güvenlik) belirlemek için daha sade bir dille kurgulanabilir.

Vatandaş Pusulası Uygulama Adımları

Sürecin başında belediyenin etki alanı ve genel çerçevesi tanımlanmalıdır; aksi takdirde yerine getirilemeyecek spesifik beklentiler hayal kırıklığına yol açabilir. Tüm siyasi ve stratejik kanatların sorular içinde adil temsil edilmesi yöntemin başarısının anahtarıdır. Karmaşık politik konuları basitleştirmek, vatandaşın sürece katılım şevkini ve "anlaşıldım" hissini artırır ve motive eder.

İleri düzeyde organizasyon, proje yönetimi ve kolaylaştırma becerisi gerektirir.

1. Kapsam ve Konu Belirleme (Hazırlık)

- Alan Daraltma: Tartışılacak konuların kapsamı netleştirilir (Örneğin, "Ekonomi", "Eğitim" ve "Altyapı" başlıkları).
- Öncü Grup: Yaklaşık 20 kişilik küçük bir çalışma grubu, ana etkinlikte tartışılacak bilgilendirme materyallerini ve alt başlıkları seçer.

2. Soru Seti ve Algoritma Tasarımı

- Önergeler: Farklı bakış açılarını temsil eden "Katılıyorum/Katılmıyorum" formatında 15-20 önerme hazırlanır.
- Eksen Tanımlama: Her cevabın hangi stratejik eksen (Örneğin, Çevresel Koruma, Ekonomik Büyüme vs.) üzerine düştüğü matematiksel olarak tanımlanır. Soruların manipülatif olmaması hayati önemdedir.

3. Ana Etkinlik: Vatandaş Forumu (Uygulama)

- Temsili Örneklem: Rastgele seçilen (yaş, cinsiyet, eğitim kotalı) yaklaşık 200 vatandaş bir araya gelir.
- Üç Aşamalı Çalışma:
 1. Kriter Geliştirme: Vatandaşlar belediyenin başarısını ölçmek için kendi değerlendirme kriterlerini belirler.
 2. Değerlendirme: Mevcut çalışmalar bu kriterlere göre oylanır.
 3. Öneri Geliştirme: Eksikliklerden yola çıkarak somut iyileştirme önerileri sunulur.

4. Siyasi Cevap ve Takip (Kapanış)

- Lansman ve Veri Analizi: Binlerce cevap anonim olarak analiz edilir; halkın nerede bölündüğü, nerede uzlaştığı raporlanır.
- Doğrudan Cevap: Belediye başkanı ve ilgili müdürler, önerilere cevap vererek hangilerini stratejik plana entegre edeceklerini açıklar.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (Gemini, 2026); (Kieskompas, 2026).

3.3.5. Delphi Yöntemi ve Anketi / Grup Delphi

Uzman Görüşü ve Uzlaşısı Grubudur. Halktan ziyade uzman verisine odaklanır.

- Uzman mutabakatı sağlar.
- **Ana Metot:** Delphi Yöntemi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Grup Delphi. Tamamen aynı ikiz yöntemler olarak değerlendirilip uygulanabilir.
- **Analiz:** Uzmanların uzlaşısı sağlamasına yönelik bir yöntemdir. Gizlilik önemliyse klasik; hız önemliyse Grup Delphi uygulanır. Delphi, uzmanların veya paydaşların birbirini görmeden, birkaç tur arka arkaya doldurdukları anketler aracılığıyla ortak bir tahmine/uzlaşmaya varmasını sağlamak için uygulanır. Grup Delphi, bu sürecin fiziksel/dijital bir toplantıda tartışmalı hale getirilmesidir. Uzmanlar arasında çatışma riski varsa klasik Delphi; zaman darsa Grup Delphi tercih edilebilir.

Delphi Yöntemi ve Anketi (The Delphi Method & Survey)

Hakkında

Delphi, karmaşık bir sorun veya gelecek senaryosu hakkında, bir grup uzmanın veya paydaşın görüşlerini, yapılandırılmış bir iletişim süreciyle sentezleyen anonim, çok turlu ve istatistiksel bir uzlaşma tekniğidir. Literatürde "Delphi Tekniği" veya "Delphi Anketi" olarak da adlandırılan bu yöntem, katılımcıların birbirini görmeden ve etkilemeden (anonimlik), grubun genel eğilimini görerek (geribildirim) fikirlerini olgunlaştırmasına dayanır. Araştırılan konunun uzmanları veya konuyla ilgili kişiler arasından seçilen yaklaşık 25 kişilik bir gruba 2 ila 5 ardışık anket uygulanmasını içerir.

1962 yılında, Norman Dalkney ve Olaf Helmer liderliğindeki Rand Corporation tarafından 1948 yılında başlatılan çalışmanın basitleştirilmiş bir versiyonu olan "Uzmanların kullanımına yönelik Delphi yönteminin deneysel bir uygulaması" başlıklı memorandumda, Birleşik Devletler Ordusu için nükleer felaket senaryolarına dair tahminde bulunma aracı olarak tanımlanmıştır.

Amaç

Çeşitli uzmanlıkları olan kişilerin dahil olduğu bir süreç içerisinde belirli bir konu, sorun hakkında araştırma yapmak, tartışma oluşturmak, açıklığa kavuşturup bir yargıya varmak yöntemin ana amacını oluşturur. Bir konu hakkında tartışma yaratma ve yargıya varmayı sağlar.

Uygunluk Önerisi

Kontrollü anonim geri bildirim ve fikir birliği geliştirilmesi, gelecek öngörüler, önyargılardan arındırılmış bilimsel geçerliliğe sahip bir ortak aklın dahil olması, geniş ölçekli ve pekiştirilmiş fikirler oluşturulması, daha kaliteli veri, demokratik ve rasyonel bir uzlaşma zemini sayesinde stratejik kararlarda hata payının azaltılması için uygundur.

Zorluk

Zor (Analiz süreci, turlar arası veri sentezi ve istatistiksel raporlama ciddi bir uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Yazılım araçları, veri analizi için personel ve katılımcı teşviklerine ihtiyaç duyulur. Fiziksel toplantı maliyeti yoktur; koordinasyon ve analiz için nitelikli personel/zaman maliyeti yüksektir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 Hafta (Panelist seçimi ve 1. tur anketi)

Uygulama süresi, 4-8 Hafta (Katılımcıların cevap vermesi ve analiz turları nedeniyle zamana yayılır ve her bir bağımsız uygulama 1-2 saat sürer.)

Delphi yöntemi en az bir yıllık (1-2 yıl) bir zaman dilimi gerektirir. Anket, veri analizi ve geri bildirim (bir sonraki anket turu) gibi farklı aşamaları vardır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, Uzman Paneli için 10-50 kişi (Nitelikli uzmanlık, sayıdan daha kritiktir, konunun derinliğine göre değişebilir; akademik olması gerekmez (deneyimli hizmet kullanıcısı olmak yeterli).

Rol Alanlar

- Koordinatör/Analist, tarafsızlığı sağlayan, turları yöneten ve veriyi sentezleyen kişi.
- Panelistler, bağımsız görüş bildiren uzman paydaşlar, temsilciler.
- Katılımcılar, STK, Araştırmacı, politika yapıcı, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Bilgisayar, internet erişimi, Dijital anket platformları, veri analiz yazılımları (Excel, SPSS).
- Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için Zoom, MS Teams veya benzeri platformlar.

- Dijital Araçlar (SurveyMonkey, Limesurvey, Google Forms, Typeform veya Delphi metodu için özel geliştirilmiş "Welphi" gibi yazılımlar; Mural, Concept Board, Miro, Sway, Pixton, Mentimeter, PollEverywhere, Mindmeister, Mindmup, Evernote, Trello gibi uygulamalar).

Yaş ve Uyarılama

Genellikle 18 yaş üstü kişiler için uygun (Uzmanlık gerektirir). Vatandaş Delphi'si, mahalle temsilcileri arasında öncelikli projeleri belirlemek, bütçe kalemlerini oylatmak için basitçe uygulanabilir.

Delphi Yöntemi ve Anketi Uygulama Adımları

Katılımcıların birbirini etkilememesi için tam anonimlik gözetilir ve yeterli zaman verilir. Fikir dağılımının anlamlı değişimi için dengeli temsil önemlidir.

1. Hazırlık ve Uzman Paneli Belirleme (Açılış)

- Kolaylaştırıcı Seçimi: Araştırma ve veri toplamada bilgili, tarafsız bir kolaylaştırıcı belirlenir.
- Uzman Seçimi: Konuyla ilgili uzmanlık, bilimsel bilgi veya deneyim temelli "örtük bilgi"ye sahip 15-100 kişilik bir grup (genellikle 25 kişi idealdir) seçilir. Uzmanlığın akademik olması gerekmez; deneyimli bir hizmet kullanıcısı da uzman sayılabilir.
- Sorun Tanımlama: Uzmanların yorum yapacağı konu, net ve kapsamlı bir şekilde tanımlanır.

2. Uzman Turu 1: Keşif

- Açık Uçlu Sorular: Katılımcı görüşleri anlamak için açık uçlu sorular içeren bir anket gönderilir.
- Analiz ve Özet: Cevaplar derlenir, alakasız içerikler çıkarılır ve ortak bakış açıları kategorize edilir. Bu aşamada nicel bir liste oluşturulur.

3. Uzman Turu 2: Puanlama ve Daraltma

- Değerlendirme: İlk turda oluşan değişkenleri içeren liste, uzmanlara tekrar gönderilir.
- Önem Sırası: Katılımcılardan belirlenen her bir değişkenin göreceli önemini puanlamaları (Örneğin, 1-7 arası) veya sıralamaları istenir.
- Ara Özet: Bu turun sonuçlarından yola çıkarak, görüşlerin hangi noktalarda hemfikir olduğuna dair ara özet hazırlanır.

4. Uzman Turu 3: Kontrollü Geri Bildirim

- Grup Ortalamasının Paylaşımı: Katılımcılara grubun ortalaması ve istatistiksel sonuçlar (medyan vb.) bildirilir.
- Gerekçelendirme: Eğer uzmanların kendi puanları grup ortalamasından çok uzaksa, onlardan gerekçelerini yazmaları veya puanlarını güncellemeleri istenir. Bu, uzmanların grup çalışması içinde düşüncelerini rafine etmelerini sağlar.

5. Final Analiz ve Nihai Rapor (Kapanış)

- İstatistiksel Uzlaş: Varyansın azaldığı noktada süreç tamamlanır. Görüşlerin birleştiği ve ayrıştığı noktaları içeren bir nihai rapor hazırlanır.
- Harekete Geçme: Gelecek riskleri ve fırsatlarla başa çıkmak için bulgulara dayalı plan yapılır.

Uygulama Modelleri ve Araçlar

Delphi anketleri yüz yüze, çevrimiçi veya posta yolu ile yapılabilir.

- Çevrimiçi Uygulama: Büyük veya coğrafi olarak dağınık gruplarda, Google Formlar vb. araçlar zaman ve kaynak verimliliği sağlar. Kullanıcı adı ve şifre verilerek anonim süreç yürütülebilir.
- Yüz Yüze Atölye: Katılımcılar küçük iş birliği gruplarına ayrılır. Bireysel listeler oluşturulur, gruplar bu cevapları kategorize eder ve sonunda büyük grupla küresel sonuçlar tartışılır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026); (MSP, 2026); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (TICON, 2026).

Grup Delphi (Group Delphi)

Hakkında

Grup Delphi, geleneksel Delphi yönteminin (uzmanların birbirini görmeden anketlerle görüş bildirmesi) anonimlik avantajı ile yüz yüze tartışma ya da eş zamanlı etkileşim dinamiklerini birleştiren hibrit bir modeldir. Katılımcılar, karmaşık bir sorun hakkında önce bireysel yargılarını oluşturur, ardından grup içindeki farklı görüşlerin gerekçelerini duyarak kendi fikirlerini revize eder.

Grup Delphi, 'Uzman Delphi', 'Uzman atölyesi' olarak da bilinir. 1950'lerde RAND Şirketi tarafından tasarlanan Delphi yönteminden hareketle 1990'lı yıllarda Webler ve arkadaşlarının yönetime genel oturumlar ve küçük grup tartışmaları gibi unsurlar ve söylemsel öğeler eklemesiyle ortaya çıkmıştır.

Amaç

Farklı disiplinlerden gelen uzmanların bir konuya dair görüşlerini harmanlayıp ortak zemine oturtmak, gelecekteki risk ve karmaşık sorunlar hakkında en olası senaryoları geliştirip belirsizliği yönetmek, hiyerarşiyi kırmak için kullanılır. Sadece sayısal ortalamayı (istatistiksel) değil, farklı düşünen uzmanların dayandığı neden sonuç ilişkilerini deşifre eder, gerekçelendirilmiş bir konsensüs sağlar.

Uygunluk Önerisi

Politika oluşturma, program geliştirme, proje tanımı, paydaş/kamu katılımı, danışmanlık, tüm bakış açılarının temsiliyle muhalif görüşlerin alınması ve net sonuçların elde edilmesi, bilimsel temelli kararlar, grup kararlarında yüksek güvenilirlik için uygundur.

Zorluk

Zor (Uzmanların ikna edilmesi zordur. Tarafsız moderasyon ve verilerin anlık analizi uzmanlık ister.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Uzman katılım ücretleri, teknik analiz yazılımları ve moderasyon.)

Süre

Hazırlık süresi, birkaç ay sürer (Atölye çalışmasından 3-4 ay önce katılımcı alımı yapılır; Veri analizi 1 hafta civarı; Anket tasarımı için 2-3 ay)

Uygulama süresi, 1-2 gün (1 tam gün veya 2 yarım günlük oturumlar olarak tekrarlayan turlar)

İsteğe bağlı olarak, sonuçlara ilişkin geri bildirim süresi, 1-2 ay

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-30 uzman (Küçük gruplara bölünerek çalışılması önerilir.)

Rol Alanlar

- Moderatör/Analist, verileri toplayan ve sapmaları gruba geri bildiren kişi.
- Uzman paneli, konuyla ilgili derin bilgi sahibi paydaşlar.
- Katılımcılar, STK, politika yapımcılar, araştırmacılar, vatandaşlar, sanayiciler gibi kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Anlık oylama cihazları (keypads) veya dijital oylama yazılımları, veri yansıtma ekranı.

Yaş ve Uyarılma

Genellikle yetişkin uzmanlar (Ancak "Gençlik Delphi" olarak gelecek senaryoları için gençler ile de uygulanabilir. "Real-Time Delphi" olarak tamamen dijital platformlar üzerinden, katılımcılar farklı şehirlerdeyken de yürütülebilir.)

Grup Delphi Uygulama Adımları

Katılımcıların hiyerarşik baskı hissetmemesi için eşit statüde olmaları gereklidir. Anket analizi ve veri işleminin aralarda ve hızlı bir şekilde yapılması, farklı düşünen uzmanların dayandığı neden sonuç ilişkisini ortaya koyan bilimsel tartışma oluşturulması, gündemin esnek ancak ana ekseninde devam etmesi için moderatörün geliştirilmiş kolaylaştırma becerilerine sahip olması önemlidir.

Küçük gruplar için ayrı odalar ayrılmalı, dijital oylama alt yapısına özen gösterilmeli, sonuçları grafiğe dökülecek sistemin hazırlanması ve doğru uzmanların bir araya getirilmesi için dikkat edilmelidir.

1. Açılış ve Uzman Seçimi (Genel Oturum)

- Soru Tasarımı: Net, ölçülebilir ve uzmanlık gerektiren bir soru/sorular tanımlanır. (Örneğin, "2035 yılında bu şehirdeki su tüketimi % kaç artacaktır?")
- Uzman Paneli: Ele alınan alanda derinlemesine bilgi sahibi ve dikkatli bir seçim süreciyle belirlenmiş, "eşit statüde" uzmanlar bir araya getirilir.
- Tanıtım: Genel oturumda süreç tanıtılır ve epistemolojik çerçeveler (tahmin için kullanılacak neden-sonuç ilişkileri) netleştirilir.

2. Bireysel Tahmin ve Küçük Grup Çalışması (1. Tur)

- Bağımsız Tahmin: Uzmanlar küçük gruplara ayrılır. Her uzman, diğerlerinden etkilenmeden kendi tahminini ve gerekçesini dijital olarak sisteme girer.
- Küçük Grup Müzakeresi: Her küçük grup kendi odasında çalışır. Grup içinde çoğunluk/azınlık oylarına izin verilse de her soruda bir fikir birliğine varmaya çalışmaları istenir.

3. Grup Analizi ve Pozisyon Gereçlendirme

- Görselleştirme: Moderatör, anket sonuçlarını sistematik olarak gözden geçirir ve sonuçları bir grafik (çeyrekler arası aralık) olarak ekrana yansıtır. Kimin ne dediği gizli kalır (anonimlik korunur).
- Uç Görüşlerin Savunusu: Moderatör sapmaları belirler ve en yüksek/en düşük tahminleri yapan alt gruplardan pozisyonlarını gereçlendirmelerini ister. Bu, "gizli gündemlerin" ve "farklı veri setlerinin" ortaya çıkmasını sağlar.

4. Tartışma ve Revizyon (2. Tur)

- Görüşlerin Yakınsaması: Küçük gruplarda görüşler yeniden düzenlenir. Uzmanlar, uç görüşlerin gerekçelerini duyduktan sonra tahminlerini tekrar yapar.
- Moderatör Müdahalesi: Moderatör, grubun fikir birliğine varmasına yardımcı olur. Ancak iki kampın (zıt fikirlerin) kesin olarak kurulduğu anlaşıldığında, vakit kaybetmemek için grubu bir sonraki maddeye yönlendirir.

5. Final Değerlendirme ve Raporlama

- Hızlı İlerleme: İlk turda birçok noktada uzlaşıldığı için bu aşama genellikle daha hızlı ilerler.
- Sonlandırma: Hala büyük sapmalar varsa nedenleri raporlanır; uzlaşa sağlanan alanlar ise projenin gelecekteki risk ve fırsat planlarına veri olarak aktarılır.
- Uzlaşılan noktalar ve uzlaşılamayan "uç görüşlerin" gerekçelerini içeren "Uzman Öngörü Raporları" oluşturulur.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (Gemini, 2026).

3.4. Küme D: Dijital Katılım ve Uzaktan İletişim

Fiziksel sınırları aşmayı sağlayan, internet ve telekomünikasyon altyapısı üzerinden geniş kitlelerin katılımına yönelik araçlardır. Teknoloji odaklı olup zaman ve mekândan bağımsızdır. Bu gruptaki en önemli ayırım, statik (tek yönlü) bilgi paylaşımı ile dinamik (çift yönlü) etkileşim arasındadır. Birçok yöntem, aslında aynı amaca hizmet eden "fiziksel" yöntemlerin dijital ikizleridir.

Genç kuşaklara ulaşmak veya fiziksel toplantıya gelemeyecek kadar yoğun/uzak kitleleri sürece dahil etmek için seçilebilir.

Benzeşen Yöntemler: Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi), Elektronik Panel (e-Panel), Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forumlar (Deliberative Online Forum), Web Üzerinden Toplantılar (Web-Based Meetings), Bloglar (Blogs), Sosyal Medya (Social Media), Web Siteleri (Websites), Wiki (Collaborative Knowledge Base), e-Dilekçeler (e-Petitions), Televizyon ve Etkileşimli TV (Television and Interactive TV).

3.4.1. Elektronik Demokrasi / Elektronik Panel / Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forumlar / Web Üzerinden Toplantılar

Dijital tartışma ve müzakere yöntemleri olarak öne çıkan bu grup, insanların bir araya gelip fikir alışverişinde bulunmasını sağlayan "fiziksel toplantıların" dijital alternatifleridir. Genel anlamda Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi) çeşitleri olarak bilinir.

- Dijital Buluşma.
- **Ana Metot:** E-Demokrasi
- **İkizler/Varyasyonlar:** Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi), Elektronik Panel (e-Panel), Web Üzerinden Toplantılar. E-Demokrasi ana kavramdır, diğerleri alt başlıklar olarak nitelendirilebilir.
- **Analiz:** Bu yöntemler, fiziksel toplantıların dijital ikameleridir. e-Demokrasi (Elektronik Demokrasi) tüm dijital katılım süreçlerinin genel adıdır. Forumlar, web toplantıları ve paneller bu dijital ekosistemin içindeki modüller veya araçlar olarak değerlendirilmelidir. Web Üzerinden Toplantılar, Zoom, Teams gibi araçlarla yapılır ve fiziksel toplantıların anlık (senkron) ikamesidir. Çevrimiçi Forumlar ve e-Paneller ise vatandaşların Decidim, Consul gibi dijital platformlarda zamana yayılmış (asenkron) tartışmaları içindir. e-Panel, belirli bir vatandaş grubunun dijital ortamda düzenli aralıklarla fikrinin alınmasını sağlar. Eğer katılımcıların aynı saatte toplanması zorsa, toplantı yerine "Forum" veya "e-Panel" kurgusu birbirinin yerine kullanılabilir.

Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi)

Hakkında

e-Demokrasi, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak şeffaflığı artırmayı, vatandaş ile yerel yönetim arasında çift yönlü etkileşimli bağ kurmayı ve karar alma süreçlerini dijital ortama taşımayı hedefleyen halk odaklı bir süreçtir. Yöntem, sadece dijital bir hizmet sunumu (e-belediyeçilik) değil; karar alma süreçlerine, çevrimiçi platformlar, forumlar ve dijital oylama araçları aracılığıyla vatandaşın aktif olarak dahil edilmesidir. Fiziksel toplantılara katılamayan geniş kitlelerin görüşlerini toplamayı sağlayan zaman ve mekândan bağımsız bir zemin sunar. Gençler ve çalışan kesimin katılımı için kullanışlıdır. Büyük gruplar, elektronik anket cihazları aracılığıyla kamu toplantılarında gerçek zamanlı olarak katkıda bulunabilir.

Amaç

e-Demokrasi, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak şeffaflığı artırmayı, vatandaş ile yerel yönetim arasında çift yönlü etkileşimli bir bağ kurmayı ve karar alma süreçlerini dijital ortama taşıyarak daha fazla vatandaşın görüşünü almayı amaçlar.

Uygunluk Önerisi

Yönetime duyulan güvenin artması, etkileşimli iletişimi kolaylaştırma, daha kapsayıcı yerel politikalar ve veri odaklı yönetim anlayışı sağlamak için uygundur. Çok geniş kitlelere, nispeten kolay ve düşük maliyetle ulaşılabilir ve büyük miktarda bilgiyi etkili ve bozulmaya yol açmadan yayar.

Zorluk

Orta/Zor (Güçlü bir siber güvenlik altyapısı, KVKK uyumu ve dijital uçurumu, yaşlı veya internete erişimi kısıtlı grupların dijital kaynaklardan uzaklığı, azaltacak önlemler gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Yazılım geliştirme, sunucu barındırma, siber güvenlik önlemleri ve personelin dijital moderasyon eğitimi.)

Süre

Toplam uygulama süresi, web sitelerinin proje ömrü boyunca bakımı yapılacak şekilde değişkendir. Hazırlık süresi, 3-12 ay (Tasarlama, programlama, yazılım ve entegrasyon süreci) Giriş dönemleri açıkça tanımlanmalı ve iyi bir şekilde duyurulmalıdır

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Tüm şehir nüfusuna hitap edebilir.)

Rol Alanlar

- Sistem Yöneticisi, platformun teknik işleyişinden sorumlu kişi.
- Moderatör, forumlardaki tartışmaları yöneten kişi.
- Katılımcılar, görüş bildiren ve oylama yapan vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefonlar, bilgisayarlar, mahallelerdeki dijital kiosklar.
- Dijital araçlar (açık kaynaklı katılım platformu Decidim, Consul, belediye mobil uygulamaları, çevrimiçi anket yazılımları, çevrimiçi hizmet sağlayıcıları.)

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygun (Gençler için oyunlaştırılmış arayüzler, yaşlılar için basit tasarımlar).

Kırsal bölgelerde internet erişimi zayıfsa, muhtarlıklara konulacak "Katılım Kioskları" ile hibrit bir modele dönüştürülebilir.

Elektronik Demokrasi (e-Demokrasi) Uygulama Adımları

Coğrafi olarak dağılmış halkın, kendilerine uygun bir zamanda doğrudan katılımını sağlar. Proje dijital ortamda aşırı abartılırsa ve uygulamada gecikmeler yaşanırse vatandaşlarda ciddi bir dijital hayal kırıklığı oluşur. Beklentiler her zaman gerçekçi tutulmalı; otomatik olarak aynı cevabı dönen e-posta listesi sunucularından kaçınılmalıdır. Çok sayıda genel ve yoğun e-posta gönderimi de insanları platformdan uzaklaştırır; kişiselleştirilmiş ve öz bilgi içeren bildirimler tercih edilmeli, spam ve otomasyon tuzaklarından kaçınılmalıdır.

Çevrimiçi anket ve oylama sonuçları bot hesaplar veya organize gruplar tarafından manipüle edilmeye açıktır. Sonuçlar siber güvenlik ve veri analitiği filtrelerinden geçirilerek dikkatle değerlendirilmelidir. Katılım arttıkça on binlerce yorum ve öneri gelecektir. Bu girdileri sentezlemek ve anlamlandırmak ciddi bir zaman ve yapay zekâ/personel eforu gerektirir. Süreç başlamadan analiz ekibi kurularak veri yığını (big data) yönetimi planlanmalıdır.

1. Platform Kurulumu ve Altyapı

- Portal Oluşturma: Belediyenin resmî web sitesine entegre, siber güvenlik önlemleri alınmış, KVKK uyumlu ve kullanıcı dostu bir katılım portalı (mobil uyumlu) kurulur.
- Erişebilir Tasarım: Sitenin olabildiğince kapsayıcı olması ve her cihazda sorunsuz açılması için standart, temiz HTML biçimlendirmesi tercih edilir. Sitede abonelik ve abonelikten çıkma prosedürleri açıkça belirtilir.

2. e-Enformasyon (Bilgilendirme)

- Şeffaf Veri Akışı: Planlanan projeler, bütçe detayları, meclis kararları ve ihale süreçleri teknik terimlerden uzak, halkın anlayabileceği sade bir dille platforma yüklenir.
- Görselleştirme: Bilgilerin daha kolay sindirilmesi için yoğun metinler yerine infografikler, akış şemaları ve kentsel haritalar kullanılır.

3. e-İstişare (Görüş Toplama)

- Çevrimiçi Diyalog: Platform, sadece belediyenin duyuru yaptığı bir "yayın organı" olmamalıdır. Vatandaşların projelerin altına yorum yazabileceği, alternatif fikirler sunabileceği etkileşimli forumlar ve elektronik konferans alanları açılmalıdır.
- İletişim Kampanyası: Dijital portalı geleneksel medya (yerel radyo, TV, yazılı basın) vasıtasıyla da halka duyurarak projenin geniş kitlelerce bilinmesi sağlanır.

4. e-Karar (Karar Verme ve e-Referandum)

- Dijital Oylama: Stratejik öneme sahip belirli projeler, bütçe kalemleri veya kentsel tasarım alternatifleri (örneğin, meydan düzenleme projeleri) halkın çevrimiçi oylamasına sunulur. Kimlik doğrulama sistemleri ile her vatandaşın adil katılımı güvenceye alınır.

5. e-Hesap Verebilirlik ve Geri Bildirim

- Süreç Takibi: Sandıktan veya forumlardan çıkan kararların nasıl hayata geçirildiği, inşaat veya planlama süreçleri platform üzerinden adım adım (yüzdelik barlar veya canlı kameralarla) halka raporlanır.

(EPA, 2026); (Gemini, 2026).

e-Panel (Elektronik Panel)

Hakkında

e-Panel, belediyelerin veya meclislerin, kentin demografik yapısını temsil eden belirli bir vatandaş grubuyla (panelistler) dijital ortamda yürüttükleri düzenli ve uzun vadeli bir müzakere sürecidir. Diğer yöntemlerden farkı, aynı grup (panelist) ile sürekli iletişimde kalınması ve zaman içindeki görüş değişimlerinin izlenerek derinlemesine nitel veri toplanmasına imkân vermesidir. Bir e-panel genellikle aylar veya yıllar boyu sürer. e-panel katılımcıları, danışma/müzakere eyleminin amacına bağlı olarak farklı topluluklara göre uyarlanabilir; internet erişimi olan herkes potansiyel katılımcıdır.

Amaç

Vatandaşları proje ve çalışmalar hakkında bilgilendirmek ve çevrimiçi çalıştaylar süresince herkesi düşünmeye teşvik etmek için kullanılır. Bir projeye ilgili halkın değişen algısını geri bildirimlerle ölçmeyi; şehri temsil eden gruptan güvenilir veri almayı; fiziksel panellerin lojistik maliyetlerini (ulaşım, mekân, ikram) ortadan kaldırarak katılımı dijitalleştirmeyi ve maliyet etkinliğini sağlar.

Uygunluk Önerisi

Veriye dayalı yönetim, yüksek düzeyde vatandaş aidiyeti ve kriz anlarında hızlı kamuoyu ölçümüne uygundur. Bir konuya dair tartışma ve farkındalığı artırır, gençler veya zamanı az olanların yerel demokrasiye katılımını sağlar. Fiziki uygulamalara göre daha az masrafa neden olabilir. Hızlı anlık analize imkân verir. Herkesin istediği zaman katkı vermesine uygun rahat bir yapı ile katılım sağlar. Belediyelerde "Vatandaş Meclisi"nin dijital bir kolu olarak çalıştırılabilir.

Zorluk

Orta (Panelistlerin ilgisini uzun süre canlı tutmak ve dijital güvenliği sağlamak uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Panel yönetimi yazılımı ve katılımcıları teşvik edici küçük ödüller/puanlar. Gerekli teknoloji ve web alanı mevcut ise giderler düşük olur. Katılımcı seçimi, soruların oluşturulması, e-panel danışmanlık sonuçlarının analizi gibi konularda veya özel bir web sayfasının tasarlanması söz konusu olduğunda giderler ciddi düzeyde artabilir. Teşvik ödülleri de maliyeti artıran unsurlardandır.)

Süre

Hazırlık süresi, panel kurulumu için 1-2 ay (Doğru katılımcı seçimi)

Uygulama süresi, 6 ay-4 yıl (Proje süresince düzenli oturumlar yapılır.)

Çoğu e-panel birkaç ay ya da birkaç yıl boyunca devam eder. Ancak bu yaklaşımla tek seferlik etkinlikler yapmak da mümkündür.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, şehir nüfusu ve hedeflenen hata payına göre değişir (Örneğin, 100-1.000 kişi ile yapılabilir.)

Rol Alanlar

- Panel Yöneticisi, katılımcıları seçen ve süreci koordine eden kişi.
- Analist, gelen dijital verileri raporlayan uzman.
- Panelistler, kayıtlı vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Bilgisayar, tablet veya akıllı telefon.
- Dijital Araçlar (Panel yönetim yazılımları, kapalı devre forumlar, güvenli anket platformları).

Yaş ve Uyarlama

18 yaş ve üzeri için uygun (Resmi katılım için). Sadece "Genç e-Paneli" veya "Engelli Hakları e-Paneli" gibi tematik ve niş gruplar kurularak özel politika alanlarında derinleşme sağlanabilir.

Elektronik Panel (e-Panel) Uygulama Adımları

Mevcut bir web altyapısı varsa e-paneller hızlı ve ucuz bir yoldur. Ancak özel yazılım tasarlanması maliyeti artırabilir. İnternete erişimi olmayan yaşlıların veya dezavantajlı grupların "dijital uçurum" nedeniyle sesinin duyulmaması ve dışlanmasına neden olabilir.

Panelistlerden kısa sürede çok fazla şey istenirse veya çok yoğun izleme e-postası (follow-up) gönderilirse katılımcı yorgunluğu oluşur ve ilgilerini hızla kaybederler. Teknik veya uzmanlık gerektiren konularda e-paneller tek başına yeterli tartışma derinliğini sağlayamaz. Bu durumda ek dijital çalıştaylar planlanmalıdır. E-paneller, meclisler veya diğer organizasyonların, bilinen bir grup vatandaş ile girişecekleri düzenli çevrimiçi müzakere sürecinin bir yoludur.

1. Örneklem Oluşturma ve Temsiliyet (Açılış)

- Seçim: Şehrin yaş, cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi ve mahalle dağılımına uygun gönüllü bir vatandaş havuzu oluşturulur.
- Temsiliyet Adaleti: Panel sadece "teknoloji meraklısı" gençlerden oluşmamalıdır. İnternet erişimi kısıtlı gruplara (örneğin, yaşlılara) sürece katılabilmeleri için gerekirse teknik destek veya eğitim sağlanmalıdır.

2. Dijital Kayıt ve Profileme

- Doğrulama: Katılımcılar güvenli bir platforma (e-Devlet / SMS doğrulaması ile) davet edilir.
- İlgi Alanları: Panelistlerin uzmanlıkları veya ilgi duydukları kentsel konular (ulaşım, çevre, kültür gibi) kaydedilerek, gelecekteki araştırmaların hedefe yönelik olması sağlanır.

3. Periyodik Sorgulama ve Bilgilendirme (Uygulama)

- Düzenli Akış: Belediye, aylık veya üç aylık periyotlarla panelistlere sorular gönderir.
- Zengin İçerik: Sorular sadece test formatında değil; bir proje videosunu izleyip yorum yapma veya bir hizmet planını inceleme şeklinde "düşünmeye teşvik edici" olmalıdır.

4. Etkileşimli Müzakere ve Forumlar

- Derinleşme: Statik anketlerin ötesine geçilerek; interaktif teknolojiler (VIP mesajlaşma, forumlar) üzerinden panelistler kendi aralarında veya belediye uzmanlarıyla konuyu tartışır.
- Yönetici Diyalogu: Seçilmiş yöneticilerin (başkan, meclis üyeleri) panelistlerle soru-cevap oturumları yapması, vatandaşın kendisini "ev konforunda" ama karar mekanizmasının içinde hissetmesini sağlar.

5. Geri Bildirim ve Teşvik (Kapanış)

- Etki Raporu: Panelistlere, verdikleri görüşlerin hangi kararları veya projeleri değiştirdiği mutlaka raporlanmalıdır. Bu, "katılımcı yorgunluğunu" engeller.
- Zaman içindeki eğilimleri gösteren "Periyodik Vatandaş Algı Raporları" hazırlanabilir.
- Ödül Sistemi: Katılımı sürdürülebilir kılmak için puan toplama, hediye çekleri veya belediye sosyal tesislerinde indirim gibi teşvikler verilmesi önerilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forum (Deliberative Online Forum)

Hakkında

Karmaşık ve teknik konuların, geniş kitleler tarafından, derinlemesine tartışılmasını sağlayan en vizyoner yöntemlerdendir. Sadece bir "anket" değil, vatandaşın bilgiye dayalı akıl yürütme sürecine katıldığı dijital bir müzakere alanıdır. Bu forumlar, "kamusal akıl yürütme" sürecini teknolojiyle birleştirerek adil ve makul kararlar üretilmesini sağlar. Sıradan sosyal medya yorumlarından farklı olarak, tarafsız bilgi materyallerinin sunulduğu, moderatörlerin tartışmayı yönettiği ve katılımcıların rasyonel argümanlar geliştirerek ortak sonuca varmaya çalıştığı "müzakereci" (deliberative) alanlardır. Yöntemin başarısı, çıkan sonuçların gerçek bir karara ne kadar etki ettiği yani Politika Etkisi (Policy Impact) ile ölçülür. Etkisi olmayan forumlar "küçük alan", somut sonuç doğuranlar ise "büyük alan" olarak tanımlanır.

Amaç

Karmaşık kamu politikaları hakkında toplumun farklı kesimlerinden dengeli ve olgunlaşmış görüşler toplamak; katılımcıların bilgi düzeyini artırarak "bilinçli tercih" yapmalarını sağlamak ve dijital ortamda kutuplaşmayı azaltan yapıcı bir diyalog kültürü inşa etmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Vatandaş tercihlerinin alınması, tartışmalar aracılığıyla çeşitli yönlerin anlaşılması; coğrafi engellerin aşılarak geniş çaplı tartışmalara erişim ve bilgi birikimi oluşturulması; küçük ölçekli siyasi aktörlerin görünürlük ve rollerinin artırılması; vatandaş ile uzun süreli diyalog kurulması; politika yapımcıların kamuoyu görüş ve davranışlarının nasıl değiştirileceğine dair anlayış kazanması için uygundur.

Zorluk

Zor (Güçlü bir moderasyon, güvenli bir teknik altyapı ve katılımcıların platformda tutulması için motivasyon stratejileri gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Yazılım kurulumu, hosting, moderatör ücretleri ve dijital reklam çalışmaları.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Bilgi materyallerinin hazırlanması ve platform kurulumu)

Uygulama süresi, 2 haftadan 2 aya kadar sürebilir (Bir haftalık çevrimiçi deneyimin iki-üç saati, yöntemin uygulanmasına ilişkin uygun zaman dilimidir.)

Toplam Uygulama, uzun vadeli, asenkron bir süreçtir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-200 kişi (Derin tartışma için gruplara bölünmelidir.)

"Açık forum" modelinde binlerce kişiye ulaşılabilir.

Rol Alanlar

- Dijital moderatör, tartışma kurallarını işleten, kutuplaşmayı önleyen, pasif üyeleri teşvik eden kişi.
- Konu uzmanları, katılımcıların teknik sorularını cevaplayan rehberler.
- Katılımcılar, STK, Politika yapımcılar, araştırmacılar, vatandaşlar, sanayiciler gibi kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Açık Kaynak/Özel Platformlar (Decidim, Consul, Discourse).
- Analiz Araçları (Kelime bulutları, duygu analizi (sentiment analysis) yazılımları).

Yaş ve Uyarlama

Gençler ve yetişkinler için uygundur (Dijital okuryazarlığı olan bireyler). Görme engelliler için ekran okuyucu uyumlu arayüzler; teknik bilgisi az olanlar için infografikler ve kısa videolarla desteklenen "basitleştirilmiş forum" modelleri kurgulanabilir.

Tartışma Amaçlı Çevrimiçi Forum Uygulama Adımları

Forum ne kadar farklı bakış açısını içerir ise çıkan sonuç da o kadar meşru ve adil olur; kapsayıcılık yönü artar. Dijital ortamda nezaketi ve odaklanmayı sağlamak için katı bir moderasyon ve kurallar belgesi oluşturularak topluluk kuralları belirlenmelidir. Dijital Uçurum nedeniyle teknolojiye erişimi kısıtlı olan aktörlerin yanlış temsil edilmesi veya dışlanması riskine karşı dikkat edilmelidir. Zayıf bir forum tasarımı (karmaşık arayüz, belirsiz sorular), kötü uygulamaya ve düşük katılıma yol açabilir.

Niteliksel tartışmaları anlamlı verilere dönüştürmek "Orta/Gelişmiş" seviye kolaylaştırma ve analiz becerisi gerektirir.

1. Bilgilendirme ve Alt Yapı Hazırlığı (Açılış)

- **Bilgi Paketi:** Katılımcılara tartışacakları konu hakkında tarafsız okuma metinleri, uzman videoları ve veri setleri gönderilir. Bilgiye erişim, müzakerenin temelidir.
- **Teknik Mimari:** Sohbet odaları, forum başlıkları ve kimlik doğrulama sistemleri kurulur. Katılımcıların dışlanmaması için mükemmel bir BT altyapısı sağlanmalıdır.

2. Asenkron Müzakere Süreci (Uygulama)

- **Argüman Sunumu:** Katılımcılar forum başlıkları altında kendi zaman dilimlerinde fikirlerini paylaşır. Süreç asenkron olduğu için katılımcılar düşünmek ve araştırmak için vakit bulur.
- **Aktif Moderasyon:** Moderatörler, tartışmanın odağını korur ve anonimliğin getirebileceği saldırgan dili "Topluluk Kuralları" çerçevesinde engeller.

3. Uzman Katılımı ve Soru-Cevap

- **Teknik Destek:** Belirli günlerde uzmanlar (akademisyenler, bürokratlar) foruma dahil olur. Katılımcıların teknik sorularını cevaplayarak "akıl yürütme" sürecindeki bilgi boşlukları doldurulur.

4. Sentez ve Önceliklendirme (Ortak Çıktı)

- **Özetleme:** Moderatörler tartışılan yüzlerce argümanı sentezleyerek ana temalar haline getirir.
- **Dijital Oylama:** Katılımcılardan bu sentezlenmiş öneriler arasından önceliklendirme yapmaları istenir. Bu aşama, kolektif iradenin somutlaşmasını sağlar.

5. Karar Sürecine Entegrasyon ve Geri Bildirim (Kapanış)

- **Nihai Çıktı:** Tartışma sonuç raporu, politika öneri listesi ve katılımcıların görüş değişimini gösteren analiz belgeleri, ortaya çıkar.
- **Politika Etkisi:** Elde edilen nihai öneri listesi Belediye Meclisi'ne veya ilgili birime sunulur.
- **Şeffaflık:** Katılımcılara, sundukları görüşlerin kararları nasıl etkilediği hakkında mutlaka geri bildirim verilmelidir.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (OECD, 2026); (Gemini, 2026).

Web Üzerinden Toplantılar (Web-Based Meetings)

Hakkında

Web üzerinden toplantılar, geleneksel halk toplantılarının dijital dünyaya uyarlanmış halidir. İnternet ortamında gerçekleştirilen toplantılar, olarak da bilinir. Katılımcılar dünyanın her yerinden bilgisayar veya mobil cihazlarla bağlanabilirler. Bu yöntem, sunumların yapıldığı, ekran paylaşımı ile belgelerin incelendiği ve sohbet (chat) veya oylama modülleriyle anlık geri bildirimlerin toplandığı interaktif bir yapı sunar.

Amaç

Katılım önündeki fiziksel ve coğrafi engelleri kaldırmak; toplantı maliyetlerini (Mekân, ulaşım, ikram) minimize etmek; daha geniş kitlelere ve özellikle genç kitlelere ulaşmak ve toplantı kayıtları sayesinde süreçleri şeffaf bir şekilde arşivlemek amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Stratejik Katılım, uzaktaki bir uzmanın ekranını paylaşarak canlı kod yazımı (live coding) yapması ve öğrencilerin hatalarını anlık olarak düzeltmesi gibi web geliştirme eğitimleri, hibe projelerinde konsorsiyum üyeleriyle haftalık ilerleme raporlarını incelemek ve görev dağılımı yapmak için uygulanabilir.

Hızlı karar alma, demokratik erişilebilirlik ve dijital veri toplama kolaylığı sağlar. Maliyet ve zaman etkin olduğunda, daha geniş bir dinleyici kitlesini kapsaması istendiğinde idealdir. İnsanlar farklı zamanlarda ya da aynı zamanda katılımında bulunabilir. Dijital toplantılar, kurumsal hafızanın video formatında saklanması için eşsiz bir fırsattır.

Zorluk

Kolay/Orta (Teknik altyapı kurulumu kolaydır; ancak katılımcıların dijital okuryazarlığı ve internet erişimi belirleyici faktördür.)

Maliyet

Düşük (Platform abonelik ücretleri ve internet bağlantısı.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Planlama, duyuru ve kayıt toplama)

Uygulama süresi, 60-90 dakika (Verimlilik için bu sürenin aşılması önerilir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-50 kişi (Müzakere odaklı olduğunda) ya da 100-1.000+ kişi (Bilgilendirme Odaklı/Webinar olduğunda)

Rol Alanlar

- Moderatör, söz hakkını dağıtan, sohbet bölümündeki soruları kategorize eden kişi.
- Teknik destek, bağlantı sorunu yaşayan katılımcılara yardımcı olan uzman.

Donanım ve Araçlar

- Dijital araçlar (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, anlık anket araçları (Mentimeter vb.))

Yaş ve Uyarlama

Dijital cihaz kullanabilen tüm yaş grupları için uygundur.

İşitme engelliler için canlı altyazı desteği veya yabancı ortaklı projelerde eş zamanlı (simültane) çeviri odaları kullanılabilir.

Web Üzerinden Toplantılar Uygulama Adımları

Katılımcılar için toplantı gündemi belirlenir. Telefon ve yüzyüze görüşmeler, internet üzerinden gerçekleştirilen buluşmalarla birleştirilir. Grafikler ve diğer destek materyaller planlanır.

Web toplantılarının en büyük riski "ekran yorgunluğu"dur; bu yüzden interaktif öğeler ve kısa aralar hayati önem taşır.

1.Platform ve Zaman Belirleme:

- Hedef kitlenin rahatça kullanacağı platform seçilir ve katılımın en yüksek olacağı saat (Örneğin, Çalışanlar için akşam saatleri) belirlenir.

2.Davet ve Kayıt:

- Toplantı linki ve gündem maddeleri paydaşlara iletilir. Katılımcılardan ön sorular toplanabilir.

3.Teknik Prova:

- Sunum yapacak kişilerin ses, görüntü ve ekran paylaşımı kontrolleri yapılır.

4.Oturumun Yönetilmesi:

- Toplantı kuralları (mikrofon kullanımı, soru sorma şekli) başta hatırlatılır. Sunumlar kısa tutulup soru-cevap bölümüne ağırlık verilir.

5.Etkileşim:

- Anketler (Polls) veya dijital beyaz tahtalar (Jamboard vb.) ile katılımcıların görüşleri toplanır.

6.Takip:

- Toplantı kaydı ve özet tutanak tüm katılımcılara e-posta ile gönderilir.

7.Nihai Çıktı:

- Toplantı video kaydı, sohbet geçmişi dökümü ve anlık oylama sonuçları ile karar destek verileri elde edilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.4.2. Bloglar / Sosyal Medya / Web Siteleri / Wiki

İçerik paylaşımı ve kolektif üretim grubudur. Bilginin hem üretildiği hem de paylaşıldığı dijital mecralar olarak bilinir. Genel anlamda Elektronik Demokrasinin (e-Demokrasi) çeşitlerindendir.

- Kolektif Üretim.
- **Ana Metot:** Dijital İletişim ve İçerik Yönetimi (Genel isim).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Web Siteleri, Bloglar, Sosyal Medya, Wiki. Dijital iletişim kanalları olarak bilinen bu yapılar ikame yöntemlerdir.
- **Analiz:** Kurumun dijital dünyada varlık gösterdiği kanallardır ve genellikle bilgi yaymak ve tek taraflı görüş toplamak amacıyla birbirlerinin yerine ya da entegre bir yapılanmayla kullanılabilirler. Güvenilirlik için site; hız ve samimiyet için sosyal medya kullanılabilir. Web Sitesi ana karagahtır (resmi bilgi). Bloglar bu bilginin hikâyeleştirilmiş kısmıdır ve tek taraflı yazılarak altına yorum yapılır. Sosyal Medya ise bu içeriğin hızlıca dağıtıldığı ve anlık tepki ölçüldüğü kanaldır. Wiki, herkesin içeriği değiştirebildiği kolektif bir havuzdur. Ortak bir metin/rehber üretilecekse Wiki; sadece paylaşım yapılacaksa Blog tercih edilir.

Web Siteleri (Websites)

Hakkında

Web siteleri, fiziksel kısıtlamaları ortadan kaldıran 7/24 açık "bilgi merkezi" ve uzaktan bilgilendirme aracıdır. Katılımcı bir süreçte belgelerin indirildiği, anketlerin doldurulduğu, haritalar üzerinden geri bildirimlerin verildiği ve sürecin şeffaflıkla izlendiği dinamik bir platformdur. Çok çeşitli medya formatlarının kullanımına olanak tanır. Web siteleri, diğer kamu bilgi biçimlerinden daha güçlü ve esneklerdir. İnternet erişim kısıtları ve dijital kaynak kullanım yetersizliği dikkate alınmalıdır.

Amaç

Geniş ve coğrafi olarak dağınık kitlelere düşük maliyetle ulaşmak; proje süreçlerinde tam şeffaflık sağlamak, teknik raporları halkın anlayacağı dilde sunmak ve toplumsal geri bildirimi dijital ortamda sistematik olarak toplamak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bilgiye adil erişim ve toplumsal güven artışına katkı sağlanması, merkezi bir veri deposu oluşturulması ve postalama maliyetlerinden tasarruf edilmesi için uygundur.

Zorluk

Orta (Teknik kurulum kolaydır; ancak içeriğin güncel ve erişilebilir tutulması süreklilik gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Alan adı, sunucu, tasarım ve bakım maliyetleri. Fiziksel broşür/toplantı maliyetini azaltır.)

Süre

Hazırlık süresi, birkaç ay (Planlama süreci değişkendir; Web sitesi kurulumu için 2-4 hafta /birkaç ay)

Uygulama süresi, proje ömrü boyunca (Sürekli güncelleme ister.)

Proje tamamlandıktan sonra, geleceğe yönelik bir arşiv sitesi oluşturmak faydalıdır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (İnternet erişimi olan herkes).

Rol Alanlar

- İçerik Yöneticisi, teknik verileri halkın anlayacağı dile (Plain Language) dönüştüren kişi.
- Web geliştirici, sitenin erişilebilirliğini ve mobil uyumluluğunu sağlayan teknik uzman.
- Erişimin mümkün olduğu tüm projeler ve hedef kitleler dahil edilebilir (Ses ve video kullanımıyla okuryazarlık sorunlarının üstesinden gelinebilir).

Donanım ve Araçlar

- CMS sistemleri (WordPress vb.), veri görselleştirme araçları, etkileşimli haritalar.
- Ses ve video uygulamaları.
- Beklenen trafiği kaldırabilecek kapasitede internet sunucusu.

Yaş ve Uyarılama

İnternet kullanan tüm yaş grupları için uygundur. Görme engelliler için ekran okuyucu uyumluluğu veya yaşlılar için yüksek kontrastlı/büyük puntolu arayüz seçenekleri eklenmelidir.

Web Siteleri Uygulama Adımları

Bir web sitesi, dijital bir üs olarak değerlendirilebilir. Ancak etkili bir iletişim için web sitesinde sunulan her mekanizmanın fiziksel toplantılar, muhtarlık ofisleri gibi alternatif iletişim seçenekleri ile

desteklenerek dijital uçurum sorununun (erişim, kullanım gibi) ortadan kalkması sağlanmalıdır. Görüş ve anketlerde doğrulanmış kullanıcı / T.C. kimlik entegrasyonu yöntemleri, dijital katılımı açık ve dürüst etkileşimi kolaylaştırarak manipülasyonu önler. Akıllı telefon kullanımı yaygın olduğundan web sitesinin tüm mobil cihazlarla %100 uyumlu çalışmasına dikkat edilmelidir.

Kurum, web tasarım ve yazılım deneyimine yeterince sahip değilse bir uzman ya da profesyonel ekip desteği alınmalıdır. Kötü tasarım ve bilgi kirliliği güvensizliği artıran faktörlerdir.

1. Strateji ve Hedef Kitle Belirleme

- Amacın Netleştirilmesi: Sitenin ana görevi nedir? Sadece tek yönlü bilgi vermek mi (e-enformasyon), yoksa vatandaşın karar alma sürecine dahil etmek mi (e-katılım)?
- Kitle Analizi: Sitenin dili ve tasarımı kimin için yapılıyor? Mahalle sakinleri için mi, yoksa teknik uzmanlar ve akademisyenler için mi? Profil netleştirilir.

2. Bilgi Mimarisi ve Tasarım (UX/UI)

- 3 Tıklama Kuralı: Kullanıcıların aradıkları en kritik bilgiye ana sayfadan itibaren en fazla 3 tıklamayla ulaşması hedeflenir.
- Ters Piramit İlkesi: Sayfa tasarımlarında en kritik ve özet bilgi en başa koyulur; detaylar aşağıya doğru indikçe verilir. Başlıklar dikkat çekici, numaralandırılmış veya işaretlenmiş olmalıdır.
- Bağımsız Sayfalar: Her web sayfası kendi içinde bağımsız bir bütün olmalı, harici bir sayfaya bağımlı kalmadan kullanıcının temel ihtiyacını çözebilmelidir.

3. İnfografik ve İçerik Geliştirme

- Sadeleştirme: Yüzlerce sayfalık ağır teknik raporlar yerine halkın kolayca anlayabileceği videolar, infografikler, haritalar ve özet dokümanlar hazırlanır.
- Hafif Dosyalar: İnternet erişimi yavaş olan veya eski bilgisayarlar/telefonlar kullanan vatandaşların sayfaları rahatça açabilmesi için büyük boyutlu dosyalar sıkıştırılır ve grafikler optimize edilir.

4. Etkileşim ve Katılım Araçları

- Çift Yönlü İletişim: Siteye sadece bir duyuru panosu gibi yaklaşılmamalıdır. Soru-cevap modülleri, dijital öneri kutuları, anketler ve forumlar entegre edilerek vatandaşların sesini duyurması sağlanır.

5. Test, Yaygınlaştırma ve URL Seçimi

- Kapsamlı Test: Site halka açılmadan önce tüm bağlantıların çalıştığından ve gezinmenin sorunsuz olduğundan emin olmak için kullanıcı testleri yapılır. Gezinmesi zor olan sitelere vatandaşlar bir daha geri dönmez.
- Basit URL ve QR Kod: Akılda kalıcı, kısa bir web adresi (URL) seçilir. Bu adres kurumun tüm basılı broşürlerine, afişlerine ve QR kodlu materyallerine eklenerek duyurulur. Sosyal medya ve yerel medya kanalları aktif kullanılır.

6. İzleme, Cevaplama ve Güncelleme

- Trafik Analizi: Sitenin analitik verileri düzenli incelenerek halkın hangi konulara daha çok ilgi gösterdiği tespit edilir ve içerik buna göre güncellenir. Forumlardan ve formlardan gelen sorular hızla cevaplanır.
- Nihai Çıktı: Canlı bir proje portalı, dijital kent arşivi ve politika üretimine altlık oluşturacak şeffaf çevrimiçi anket verileri elde edilir.

(EPA, 2026); (Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Bloglar (Blogs)

Hakkında

Bloglar (web günlükleri), bireylerin veya kurumların belirli konularda düzenli olarak bilgi paylaştığı, kişisel görüşlerini aktardığı ve okuyucularla etkileşime geçtiği dijital platformlardır. Katılım süreçlerinde bloglar, projelerin şeffaf bir şekilde paylaşılmasını sağlayan, hiyerarşiyi azaltan ve asenkron (eş zamanlı olmayan) bir diyalog zemini oluşturan güçlü bir dijital katılım aracıdır. Diğer dijital araçlara kıyasla daha derinlemesine anlatım ve uzun vadeli arşivleme imkânı sunar. Bloglar 1990'larda interaktif ve uygun/yerinde web sitelerinin oluşturulması için geliştirilmiştir.

Amaç

Proje süreçlerini, saha çalışmalarını ve ara sonuçları anlık ve detaylı bir şekilde duyurarak vatandaşın güncel şekilde bilgilendirilmesini sağlar. Yorumlar aracılığıyla vatandaş görüşünün alınıp cevapların verildiği etkileşimli geri bildirimle güven inşası sağlamak; projeyi hikâyeye anlatıcılığı (storytelling) şeklinde insani bir dille anlatarak toplumsal sahiplenmeyi artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Daha katılımcı süreçlerle beraber halkın etkileşime geçmesinde önemli rol oynar. Vatandaş nezdinde güven artışı, kurumsal şeffaflık, proje uygulamaları için dijital hafıza, geniş kitlelere düşük maliyetle ulaşım, farklı görüşlerin tartışılması ve daha fazla kişinin katılıma dahil olması için ideal bir yöntemdir.

Zorluk

Kolay/Orta (Teknik kurulum kolaydır; ancak düzenli içerik üretip yorumları yönetmek süreklilik/- ve disiplin gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Maliyeti düşürmek için ücretsiz blog servisleri kullanılabilir ya da kurumsal web sitesine entegre edilebilir. Temel maliyet, içerik üreten personelin zamanıdır.)

Süre

Hazırlık ve uygulama süresi, sürekli (Projenin başlangıcından sonuna devam eden bir süreçtir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, editör ve içerik üreticileri için 1-3 kişi; internet erişimi olan okuyucu kitlesi için sınırsız.

Rol Alanlar

- Editör/Yazar, bilgiyi anlaşılır kılan kişi.
- Moderatör, gelen yorumları filtreleyen ve cevaplayan kişi.
- Paydaşlar, yorum yaparak sürece dahil olan vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Bilgisayar, internet erişimi, fotoğraf makinesi/akıllı telefon.
- Dijital araçlar (WordPress, Blogger, Medium gibi platformlar veya kurum içi CMS (İçerik Yönetim Sistemleri))

Yaş ve Uyarlama

Gençler ve orta yaşlılar için uygun (Dijital okuryazarlığı olan gruplar). Görme engelliler için sesli blog (podcast) entegrasyonu yapılabilir veya gençler için daha görsel odaklı "Vlog" (Video Blog) formatına dönüştürülebilir.

Bloglar Uygulama Adımları

Gönderilerin kurumsal politikalara uygunluğunu kontrol etmek ve yorumlara cevap vermek zaman alacaktır. Bloglar aktif katılımı sağlayan araçlar olduğundan atölyeler, anketler gibi diğer katılım yöntemleriyle desteklenerek katılım sağlanmalı, herkes için erişilebilirlik kontrolü yapılmalı ve gerekirse, bu yöntemle katılamayanlar için alternatif yöntemlerle harmanlanmalıdır.

1. Platform ve Stratejik Planlama

Bloğun teknik altyapısı ve kurumsal duruşu belirlenir.

- İpucu (Platform Seçimi): WordPress gibi ücretsiz sunuculuk hizmetleri veya belediyenin kendi web sitesi altında entegre bir alan seçilir. Mutlaka yorum yapmaya izin veren bir arayüz tercih edilmelidir.
- İpucu (Süreklilik ve Zaman): Bloglar sürekli bağlılık gerektirir. Güncelleme sıklığı (haftalık veya 15 günlük) önceden belirlenir. Sık güncellenmeyen bir blog, okuyucu güvenini kaybeder.

2. İçerik Tasarımı: "Resmiyetten Samimiyete"

Belediye dili, vatandaşın anlayabileceği samimi bir dile tercüme edilir.

- İpucu (Görselleştirme): Uzun metinler okuyucuyu yorar. Yazılar infografikler, kısa videolar (vlog) ve sahaya ait gerçek fotoğraflarla desteklenir.
- İpucu (Şeffaflık): Sadece "kurdele kesme" törenleri değil, karşılaşılan gecikmeler ve bütçe zorlukları da paylaşılır. Zorlukları dürüstçe paylaşmak, bloğun inandırıcılığını ve halkın desteğini artırır.

3. Çok Yazarlı Yapı ve Katılımın Artırılması

Blok sadece bir monolog (tek taraflı konuşma) olmaktan çıkarılmalıdır.

- İpucu (Çok Seslilik): Sadece projeyi yönetenlerin değil, sahada çalışan personelin veya projeden etkilenen vatandaşların da tam metin uzunluğunda katkı vermesine olanak tanınır.
- İpucu (Teşvik): İnsanları yorum yapmaya ve kendi hikâyelerini paylaşmaya teşvik edecek sorularla yazılar sonlandırılır.

4. Moderasyon ve Yorum Yönetimi

İnternetin doğasından kaynaklanan riskler yönetilmelidir.

- İpucu (Yapıcı Cevap): Gelen sorulara hızla ve çözüm odaklı cevaplar verilir. Bu durum katılımcı süreçlerde halkın etkileşime geçmesi için kritik rol oynar.
- İpucu (Gözlem ve Filtre): Saldırgan, kişisel veya amaçsız yorumlara karşı içerik düzenli olarak gözlemlenir. Kurumsal iletişim politikalarına uygun, seviyeli bir tartışma ortamı korunmalıdır.

5. Yaygınlaştırma ve Sosyal Medya Entegrasyonu

Yazıların blog atmosferinde sıkışıp kalmasına izin vermemelidir.

- İpucu (Trafik Çekme): Yeni blog gönderilerini Facebook, Twitter (X) gibi kanallar üzerinden duyurarak trafiği bloğa çekmek mümkündür. Az bilinen hikâyelerin bu yolla yaygın medyaya sızması sağlanır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Sosyal Medya (Social Media)

Hakkında

Sosyal medya; Facebook, X (Twitter), Instagram, LinkedIn ve YouTube gibi dijital platformlar üzerinden metin, görsel ve video içeriklerle topluluk oluşturma ve etkileşim kurmaya dayalı bir uzaktan paylaşım yöntemidir. Sadece bir "duyuru" kanalı değil, aynı zamanda halkın görüşlerinin anlık olarak alınabildiği çift yönlü etkileşim ve bir "dinleme" merkezi işlevine sahiptir. Sosyal medya platformları, paydaşların daha fazla katılımı için fırsat sunar; diğer bilgilendirme faaliyetleriyle birlikte tamamlayıcı nitelikte kullanılmalıdır. Başarılı bir araç olsa da insan dokunuşunun olduğu yüz yüze etkileşimin (Saha Toplantıları gibi) yerini tamamen alamaz, yalnızca tamamlayıcı fonksiyona sahiptir.

Amaç

Projelerin görünürlüğünü artırmak; kamuoyunu bilgilendirmek (Inform); anketler veya yorumlar aracılığıyla görüş toplamak (Consult) ve çevrimiçi tartışma gruplarıyla halkı karar süreçlerine dahil etmek (Involve) amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Farkındalık oluşturmak, düşük eşikli görüş toplamak, özellikle genç yaştaki kitleye ulaşmak, hızlı nabız yoklaması yapmak ve genel anlamda iletişim kurmak için uygundur.

Zorluk

Orta (Düzenli içerik üretimi, moderasyon ve dijital kriz yönetimi becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Hesap açmak ücretsizdir; ancak profesyonel içerik tasarımı ve sponsorlu öne çıkarma/reklam bütçesi ve eğitilmiş personel gerektirir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (Sosyal medya stratejisinin ve içerik takviminin oluşturulması)

Uygulama süresi, proje boyunca süreklilik arz eder (Günlük paylaşımlar ve etkileşim için proje ömrü boyunca sosyal medya hesapları aktif tutulmalıdır.)

Toplam Uygulama: Süresiz/Proje odaklı.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşma potansiyeline sahiptir.)

Rol Alanlar

- Sosyal medya yöneticisi, içerikleri planlayan ve yorumları yöneten kişi.
- İletişim ekibi, Teknik ekip ve Veri analisti.
- Grafik Tasarımcı, görsel ve infografik üreten kişi.

Donanım ve Araçlar

- Tasarım yazılımları (Canva, Adobe Suite), planlama araçları (Hootsuite, Buffer), analiz araçları (Meta Business Suite).
- Sosyal medya araçları, duygu analizi (opsiyonel).
- Beklenen trafiği kaldırabilecek kapasitede internet sunucusu. Sosyal medya araçları (Facebook, Instagram, Snapchat, X, WhatsApp, YouTube).

Yaş ve Uyarlama

Gençler ve yetişkinler (Dijital okuryazarlığı olan tüm bireyler).

Gençler için video odaklı platformlar (TikTok, Instagram); profesyoneller ve kurumlar için LinkedIn; yerel haber ve tartışmalar için Facebook grupları tercih edilir.

Sosyal Medya Uygulama Adımları

Kurumsal basılı materyallerin tümüne sosyal medya adresleri eklenerek dijital katılım teşvik edilir. Sosyal medyanın asıl başarısı, paylaşılan içeriğin altına gelen yorumlara verilen kurumsal cevaplarda ve kurulan gerçek diyalogda gizlidir. Geniş kitlelerin ilgisini çeken büyük projeler için sosyal medya kullanımı, genel iletişim stratejisinin bir parçası olmalıdır. Bazı vatandaşların internete erişememe ve sosyal medya içeriklerini tüketecek teknik bilgiye/hıza sahip olmadığı, "dijital dışlanma" riskiyle karşı karşıya olduğu göz önüne alınmalı; sosyal medyayı kullanmayan veya internete erişimi olmayan kişiler için mutlaka alternatif iletişim seçenekleri (yüz yüze görüşme, SMS, broşür) sunulmalıdır.

Sosyal medya iyi tasarlanmalı, güncel ve çalışır durumda tutulmalıdır (bilgili ve her an ulaşılabilir personel ihtiyacı). Ayrıca kullanıcıların anonim olması, bazen siber zorbalığa kapı aralayabileceğinden, bu noktada moderasyon hayati önem taşır.

1. Strateji ve Kimlik Oluşturma (Açılış)

- Platform Seçimi: Hedef kitleye göre mecra seçilir (Örneğin, Gençler için Instagram/TikTok, resmî duyurular için X).
- Kampanya Teması: Projeye özel hashtag'ler (#), kısa video çağrıları ve görsel şablonlar hazırlanır.
- Mesaj Netliği: Kullanıcıyı bilgilendirmek ve etkileşimi tetiklemek için tüm bilgiler, bağlantılar ve görseller görsel iletişim tasarımına uygun olarak özenle tasarlanır.

2. İçerik Üretimi ve Yayın (Uygulama)

- Etkileşimli İçerik: Sadece bilgi paylaşmak yerine anket sticker'ları, "Soru-Cevap" etkinlikleri ve canlı yayınlar düzenlenir.
- Görselleştirme: Karmaşık projeler kısa videolar (Reels) ve infografiklerle basitçe anlatılır.

3. Moderasyon ve Aktif Diyalog

- Çift Yönlü İletişim: Gelen yorumlar hızla cevaplanır. Sosyal medya bir "ilan tahtası" değil, diyalog alanıdır.
- Bilgi Kirliliğiyle Mücadele: Yanlış bilgiler kurumsal bir dille, nazikçe ve kanıtlarla düzeltilir.
- Dijital Güvenlik: KVKK kuralları ve dijital güvenlik protokolleri titizlikle uygulanır.

4. Analiz ve Raporlama (Kapanış)

- Duygu Analizi: Sadece "beğeni" sayıları değil, yorumların içeriği (olumlu/olumsuz/öneri) analiz edilir.
- Karar Desteği: Halkın en çok hangi konulara tepki verdiği veya hangi önerileri sunduğu raporlanarak proje yönetimine sunulur.
- Nihai Çıktı: Etkileşim metrikleri ve duygu analizinden oluşan "Dijital Kamuoyu Raporu" ve projenin halk nezdindeki "Dijital Kabul Karnesi" gibi çıktılar oluşturulur.

(EPA, 2026); (ICMA, 2026); (Copilot, 2026); (Gemini, 2026).

Wiki (Collaborative Knowledge Base)

Hakkında

Farklı yerlerde bulunan çok sayıda kullanıcının, bir web sayfası üzerinde aynı anda metinler oluşturmaya, bunları düzenlemesine ve yorum yapmasına olanak sağlayan iş birlikçi yazılımdır. Wiki sistemleri, verinin tek bir merkezde hapsolmesini engeller ve onu toplumsal bir değer haline getirerek bilginin demokratikleşmesine katkıda bulunur. Herkese açık wikiler olduğu gibi, sadece belirli paydaşların erişimine açık "yarı-kapalı" wikiler oluşturmak, yaratıcılık için güvenli ortam sağlar.

Wiki, "hızlı" anlamına gelen Hawai dilindeki "wiki-wiki" kelimesinden türetilmiştir. Terimi açıklamak için "what I know is" (ne biliyorsam o) açılımı kullanılır. En bilinen örneği Wikipedia (wikipedia.org) olup kolektif zekâyâ dayanır. Katılımcılar tarayıcı üzerinden metinler ekleyebilir, mevcut bilgileri güncelleyebilir ve sayfalar arasında bağlantılar kurarak yaşayan bir "bilgi ağacı" oluşturabilir. Bilgi araştırma, tarama, değiştirme ve oluşturma için bir veri tabanı olarak da düşünülebilir.

Amaç

Dağınık haldeki yerel veya teknik bilgileri tek bir merkezde toplamak; projelerde "kurumsal hafıza" oluşturmak; dokümantasyon süreçlerini demokratikleştirmek ve paydaşların uzmanlıklarını birbirleriyle paylaşmalarını sağlamak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Ortak mülkiyet duygusu, bilginin şeffaflaşması ve sürdürülebilir kurumsal hafıza için uygundur.

Zorluk

Orta (Teknik kurulum basittir; ancak içeriğin doğruluğunu denetlemek ve katılımı sürekli kılmak yönetim becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Maliyetli olmak zorunda değildir. Google siteleri kullanılarak wikiler oluşturulabilir. Açık kaynaklı MediaWiki, DokuWiki gibi yazılımlar ücretsizdir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta

Uygulama süresi, proje ömrü boyunca (Sürekli genişleyen bir yapıdır. Proje süresince, en az birkaç ay olmak üzere, çevrimiçi kalması gerekir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-10 kişilik çekirdek ekipten, binlerce kişilik topluluklara kadar ölçeklenebilir.

Rol Alanlar

- Editörler/Vatandaş yazarlar, İçerik ekleyen ve güncelleyen katılımcılar.
- Moderatörler/Küratörler, bilgilerin doğruluğunu denetleyen ve sayfaları organize eden kişiler.

Donanım ve Araçlar

- MediaWiki, Notion, Confluence veya özel yazılımlar.

Yaş ve Uyarılma

Dijital okuryazarlığı olan gençler ve yetişkinler için uygun. "Görsel Wiki" formatında, sadece fotoğraflar ve kısa açıklamalarla daha basit bir arayüz kurgulanabilir.

Wiki Uygulama Adımları

Wikiler, bilgi toplamak, fikir geliştirmek ve dokümantasyon için faydalıdır; ancak nihai bir "karar alma" mekânizması olarak kullanılamaz. En iyi verimi almak için sistem minimum birkaç ay çevrimiçi kalmalıdır. Süreklilik, katılımcıların birbirinin fikirlerini geliştirmesine zaman tanır.

Kullanıcıların ilk aşamada içerik girmesini sağlamak güç olacağından başlangıçta aktif bir "editör topluluğu" oluşturularak katılım bariyeri sağlanır. Wikiler kendi haline bırakılırsa düzensizliğe ve bilgi kirliliğine yol açabilir. Süreç, kaos yönetiminde yetenekli bir "Wiki Moderatörü" ile ilerlemelidir.

1. Platform Kurulumu ve Hiyerarşik Yapı (Hazırlık)

- Altyapı Seçimi: İhtiyaca göre MediaWiki (Wikipedia altyapısı) veya daha kapalı sistemler (Google Sites vb.) seçilir.
- Sınıflandırma: Bilgilerin kaybolmaması için ana kategoriler ve hiyerarşik yapı önceden belirlenir.

2. Stil Rehberi ve Çekirdek İçerik

- Yazım Kuralları: İçeriklerin tarafsız, nesnel ve anlaşılır girilmesi için basit bir rehber hazırlanır.
- Başlangıç: Uzmanlar ve belediye personeli, temel dokümanları girerek yapıyı başlatır. Boş bir sayfa kullanıcıları korkutabilir; "çekirdek içerik" katılımı tetikler.

3. Katılımcı Daveti ve Moderasyon

- Teşvik: Akademisyenler, yerel tarihçiler ve ilgili vatandaşlar kendi uzmanlık alanlarında ekleme yapmaya davet edilir.
- Denetim: Personel, sayfalar arası bağlantılar (linkler) kurar, mükerrer içerikleri birleştirir ve bilgilerin güncelliğini kontrol eder.

4. Tartışma ve Revizyon (Süreç)

- Diyalog: Her maddenin arkasındaki "Tartışma" sayfası üzerinden görüş alışverişi yapılır.
- Sürüm Kontrolü: Hatalı veya kötü niyetli girişler, Wiki'nin en büyük avantajı olan "geçmiş sürüme dönme" özelliğiyle saniyeler içinde düzeltilir.
- Nihai Çıktı: Çevrimiçi Bilgi Bankası (Knowledge Base), "Kent Arşivi" ve yapılandırılmış, her an güncellenebilir proje dokümantasyonu, çıktı olarak ortaya konulabilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.4.3. e-Dilekçeler

Talep ve imza grubudur. Genel anlamda e-Demokrasi çeşitlerindendir ve vatandaşın bir konudaki iradesini toplu olarak beyan etme işlevine sahiptir.

- Resmi talep.
- **Ana Metot:** e-Dilekçeler.
- **İkizler/Varyasyon:** Tamamen bağımsız niş bir yöntemdir.
- **Analiz:** Hukuki veya resmi bir talep toplama sürecinde tektir. Vatandaşların belirli bir talebi yasallaştırmak veya belediye meclisine taşımak için dijital imza topladığı, hukuki/resmi karşılığı olan dijital bir savunuculuk ve katılım aracıdır. e-Dilekçe net bir "evet/hayır" veya "talep" beyanıdır.

e-Dilekçeler (e-Petitions)

Hakkında

Dilekçeler, en basit ve temel demokrasi araçlarından bir tanesidir. e-Dilekçeler ise vatandaşların belirli bir kamu politikası, yerel sorun veya öneri hakkında dijital ortamda imza toplayarak taleplerini doğrudan karar vericilere ilettikleri web tabanlı bir elektronik katılım (e-katılım) sistemidir. Düşük maliyet ve yüksek hıza sahip bu yöntem, geleneksel ıslak imzalı dilekçelerin bürokratik engellerini aşarak, geniş kitlelerin yönetime katılımını sağlar. Süreç dijital platformlarda yürütülür ve şeffaflığı artırır; taleplerin toplumsal desteğini (meşruiyetini) verilerle kanıtlar. Katılımcıların isim, adres ve iletişim gibi bazı bilgilerini girerek kayıt yaptırdıkları web tabanlı bir uygulamadır.

Türkiye’de İçişleri Bakanlığı kendi internet sayfası üzerinden; TBMM ise e-Devlet kapısı üzerinden e-dilekçe hizmeti sunar.

Amaç

Vatandaşın yerel gündemde olmayan konuyu resmiyete taşıyarak gündemi belirlemesini sağlamak; talebin toplumsal destek düzeyini ölçmek (sadece birkaç kişi mi yoksa binlerce mahalle sakini mi destekler?); karar vericiler üzerindeki sivil baskı ve izleme mekanizmasını uygulayarak demokratik denetimi yürürlüğe koymak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

İnsanların kendileri için önemli olan konularda kampanya yapanları bulmasına yardımcı olur, neye önem verildiğini görmede etkilidir ve daha kolay dağıtılabılır. e-dilekçenin yanında ek bilgiler yer aldığında bilinçli tartışma fırsatı sağlar. Çok fazla sayıda kişinin katılımı için hızlı ve kolay bir yöntemdir. Vatandaşın yönetime olan güveninin artması, kâğıt israfının önlenmesi ve yerel demokrasinin dijitalleşmesi için uygundur.

Zorluk

Kolay (Kullanıcı için) / Orta (Kurum için) (Güvenilir bir dijital doğrulama altyapısı ve dilekçelere yasal cevap verme zorunluluğu bulunur.)

Maliyet

Düşük/Orta (Bir web portalı altyapısı ve tanıtım faaliyetleri.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 45-120 gün (Yeterli imzaya ulaşmak için kampanya süresi genellikle 30-90 gün ve Cevap Süresi, yasal mevzuata göre 15-30 gün şeklindedir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (İnternet erişimi olan tüm paydaşlar)

Rol Alanlar

- Başlatıcı, dilekçeyi açan vatandaş veya grup.
- Destekçiler, dijital imza atanlar.
- Yetkililer, dilekçeyi inceleyen ve cevaplayan birimler.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefon, bilgisayar.
- Dijital araçlar (Belediye web portalı (e-belediye), Change.org (gayriresmi) vb., e-Devlet entegreli imza sistemleri).

Yaş ve Uyarlama

Genellikle 18 yaş ve üzeri için uygundur (Seçmen statüsü baz alınarak). Gençlik meclisleri için okullarda spor alanları temasıyla "Genç e-Dilekçe" platformları kurulabilir.

e-Dilekçeler Uygulama Adımları

e-Dilekçelerin bir "şikâyet kutusu"na dönüşmemesi için yönetimin belirli bir imza sayısı sonunda mecliste görüşme olacağı yönünde taahhüt vermesi, uygulama başarısını artırır. Yöntem, derinlemesine tartışma imkânı sunmaz; eksiği gidermek için dilekçe altına bir çevrimiçi forum veya yorum alanı eklenebilir. Bazı kampanyalar daha etkili sonuç için basılı raporlara dönüştürülebilir.

Toplumsal düzeydeki dijital uçurum nedeniyle temsiliyet temelli yaklaşıma dikkat edilmelidir. Medya haberleri gibi yayınlar aracılığıyla yaşanacak algı yönetiminin imza sayılarını yapay olarak değiştirebileceği; çok sayıda dilekçeyle ortaya çıkan verinin işleme, tasnif ve resmi cevap verilmesi ihtiyacından ötürü iş yükünü artıracak göz önüne alınmalıdır.

1. Talep Oluşturma ve Kayıt

- İçerik: Vatandaş veya sivil toplum kuruluşu, talebini net, ölçülebilir ve gerekçeli bir şekilde yazar. Hedef makam (Belediye Başkanlığı, Meclis vb.) belirlenir.
- Sistem Kaydı: Katılımcı; isim, adres ve iletişim bilgilerini sisteme girer.

2. Doğrulama (Güvenlik)

- **Gerçek Kişi Teyidi:** Mükerrer (çift) oy kullanımını ve sahte hesapları engellemek için e-Devlet entegrasyonu veya SMS doğrulaması kullanılır.
- Yerellik Kontrolü: İhtiyaca göre, sadece o şehirde veya ilçede ikamet edenlerin imza atabilmesi için MERNİS üzerinden adres doğrulaması yapılabilir.

3. İmza Toplama ve Yayılım

- Dijital Kampanya: Dilekçe platformda yayına alınır. Sosyal medya ve e-posta güncellemeleriyle vatandaşlar dilekçeye destek vermeye davet edilir.
- Süreç: Toplumun geniş kesimlerine ulaşmak için dilekçeler genellikle birkaç ay boyunca yayında tutulur.

4. Eşik Değer Kontrolü (Kritik Eşik)

- Baraj Belirleme: Dilekçenin ciddiye alınması için belediye tarafından önceden ilan edilmiş bir imza barajı (Örneğin, İlçedeki seçmen sayısının %1'i) bulunmalıdır.
- Gündeme Alınma: Belirlenen eşik aşıldığında, sistem otomatik olarak dilekçeyi "değerlendirilmek üzere" ilgili birime veya belediye meclisine aktarır.

5. Resmi Cevap ve Kapanış

- İletim: Dilekçe çevrimiçi olarak veya sembolik bir etki yaratmak amacıyla basılı bir nüsha halinde hedef makama sunulur.
- Sonuç: Belediye; talebi kabul ettiğini, reddettiğini veya üzerinde çalışılacağını belirten resmi, gerekçeli ve kamuoyuna açık bir açıklama yapar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.4.4. Televizyon ve Etkileşimli TV (Television and Interactive TV)

Geleneksel medya ve uzaktan erişim grubudur. İnternet okuryazarlığı düşük veya internete erişimi kısıtlı gruplar için kullanılan "dijital geleneksel" kanallardandır.

- Düşük teknoloji.
- **Ana Metot:** Televizyon ve Etkileşimli TV.
- **İkizler/Varyasyon:** Bağımsız niş yöntemdir.
- **Analiz:** Genel anlamda internet dışı kitleye ulaşır; geniş kitlelere görsel sunum oluşturur ve uzaktan kumanda/mesaj gibi yollarla geri dönüş sağlamada etkilidir.

Televizyon ve Etkileşimli Televizyon (Interactive TV)

Hakkında

Bilginin "evlerin içine kadar girmesini" sağlayan, eğitimin ve katılımın demokratikleşmesi sürecinde en güçlü kitle iletişim aracı Televizyon ve Etkileşimli Televizyon (TV ve Interactive TV) yöntemidir. Görsel zenginliğin yüksek programlar aracılığıyla halka sunulması ve izleyicilerin eş zamanlı olarak teknolojik araçlar (kumanda, SMS, QR kod, telefon) yardımıyla sorulara cevap vermesi, fikir beyan etmesidir. Geleneksel televizyon, bilgiyi tek taraflı olarak geniş kitlelere yayarken; Etkileşimli Televizyon (iTV), teknolojik altyapı (akıllı TV'ler, mobil entegrasyon, anlık oylama sistemleri) sayesinde izleyicinin içerikle etkileşimine imkân verir ve toplumsal farkındalık yaratır.

Amaç

En geniş halk kitlesine (özellikle internet okuryazarlığı düşük ama TV izleme alışkanlığı yüksek kesimlere) ulaşmak; kamuoyu oluşturmak; büyük ölçekli farkındalık yaratmak ve merkezi kararlara halkın anlık katılımını sağlamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Rakipsiz bir görünürlük; büyük veri (big data) toplama imkânı ve toplumun her kesimini kapsayan demokratik bir tartışma zemini oluşturmak; birçok coğrafi alanda kullanmak; görsel izlemenin tercih edilmesi nedeniyle hedef kitleye rahatça ulaşabilmek için idealdir.

Zorluk

Zor (Yayın prodüksiyonu, teknik altyapı kurulumu ve yüksek bütçe yönetimi gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Hava sahası/kanal ücretleri, prodüksiyon maliyetleri ve etkileşimli yazılım lisansları.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-3 ay (İçerik üretimi, teknik testler ve yayın planlama)

Uygulama süresi, kampanya bazlı birkaç hafta (Yayın süresince, 30-90 dk canlı/bant yayınlar)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, on binlerce veya milyonlarca kişi (Kanalın kapsama alanı ve erişim düzeyine göre)

Rol Alanlar

- Yayıncı/Prodüksiyon Ekibi, içeriği teknik olarak hazırlayan ekip.
- Moderatör, canlı yayını yöneten ve etkileşimli sonuçları yorumlayan kişi.

Donanım ve Araçlar

- Teknik altyapı (Akıllı TV arayüzleri, SMS ağ geçitleri, QR kod sistemleri veya mobil uygulamalar.)

Yaş ve Uyarılama

Her yaşa uygundur; özellikle yaşlı nüfusa ulaşmakta rakipsizdir. Çocuklar için çizgi karakterlerle desteklenen etkileşimli oyunlar; yetişkinler için tartışma programı formatında "Canlı Oylama" modelleri kurgulanabilir.

Televizyon ve Etkileşimli Televizyon Uygulama Adımları

Yöntem, halkın doğrudan bilgiye ulaştığı *açık üniversite* işlevi taşır. Başarı teknolojiden ziyade güvene dayalı olup oylama sonuçlarının şeffaf ve dürüst bir şekilde paylaşılması, katılımın sürekliliğini sağlar.

Prodüksiyon, yayın saati satın alma ve etkileşim yazılımları nedeniyle maliyeti en yüksek yöntemlerden biridir. İzleyici üzerindeki uzun vadeli etkiyi (davranış değişikliği) sadece anlık oylamalarla ölçmek zordur; ek araştırmalarla desteklenmelidir.

Klasik TV yayınına ek olarak internet tabanlı video platformları (YouTube Live, Twitch vb.) üzerinden etkileşim seçenekleri denenebilir.

1. İçerik Tasarımı ve Senaryolaştırma (Açılış)

- Sadeleştirme: Teknik ve karmaşık bilgiler (Örneğin, İklim değişikliği verileri), herkesin anlayacağı bir dile dökülür.
- Görsel Zenginlik: Bilgiler infografikler, animasyonlar ve videolarla desteklenerek senaryolaştırılır. Amaç, izleyiciyi sıkmadan bilgilendirmektir.

2. Etkileşim Kanallarının Kurulması

- Teknik Alt Yapı: İzleyicinin nasıl katılacağı (TV kumandası, SMS, belediye uygulaması veya ekran üzerindeki QR kod) belirlenir ve teknik testleri yapılır.
- Kablolu ve İnternet Entegrasyonu: Yayının daha geniş ve ucuz yollarla (yerel kablolu kanallar, internet üzerinden canlı video seçenekleri) ulaştırılması için seçenekler genişletilir.

3. Canlı Yayın ve Gerçek Zamanlı Katılım (Uygulama)

- Soru-Cevap: Yayın sırasında belirli aralıklarla "Siz ne düşünüyorsunuz?" veya "Bu projede önceliğiniz ne olmalı?" gibi sorular sorulur.
- Anlık Görselleştirme: Gelen cevaplar, canlı yayında anlık grafiklerle (bar/pasta dilimi) paylaşılır. Bu, katılımcıda "sesim duyuluyor" hissini pekiştirir.

4. Veri Analizi ve Sentez

- Demografik Analiz: Yayına katılan binlerce kişinin verisi; bölge, yaş ve eğilimler açısından analiz edilir.
- Etki Ölçümü: İzleyici istatistikleri ve oylama sonuçları profesyonel bir rapor haline getirilir.

5. Geri Bildirim ve Meşruiyet (Kapanış)

- Sonuçların Entegrasyonu: Elde edilen veriler resmi raporlarda kullanılır.
- Şeffaflık: Bir sonraki yayında halka, önceki katılımın sonuçları açıklanarak "sesinizin etkisi bu oldu" mesajı verilir.
- Nihai Çıktı: İzleyici istatistikleri, oylama sonuç raporları ve yaygınlaştırılmış kentsel farkındalık ortaya çıkacaktır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.5. Küme E: Görsel, Sanatsal ve Yaratıcı Görüş Toplama

Sözlü ifadenin yetersiz kaldığı veya toplumsal bariyerlerin olduğu durumlarda "gösterme" ve "canlandırma" yoluyla veri toplanır. Sözlü ifadeyi görsellikle ve sahneyle destekleyen yöntemlerdendir. Dezavantajlı grupların sesini duyurmak veya yerel sorunları "gözle görülür" hale getirmek için seçilir.

Dil farklılıkları, teknik terimlerin zorluğu gibi faktörleri aşarak başta dezavantajlı gruplar (çocuklar, yaşlılar, mülteciler gibi) olmak üzere vatandaşların duygu ve taleplerini somutlaştırmak amacıyla görselliği ve sanatı kullanan yöntemlerdir. Katılımın "sağ beyin" tarafına, yani görselliğe, hikâyeleştirmeye ve performansa odaklanır. Buradaki metotlar, özellikle dil bariyeri olan, dezavantajlı veya teknik terimlerden sıkılmış kitlelerle çalışırken birbirinin "yaratıcı alternatifi" olarak kullanılır.

Benzeşen Yöntemler: Fotoğraf Çekmek (Taking Photos), Fotoğraf Safarisi (Photo Safari), Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Foto-Ses/Photovoice), Fotoğraf Hikayesi (Photo Story), Katılımcı Film (Participatory Video), Forum Tiyatrosu/Sahnesi (Forum Theatre), Bilim Tiyatrosu (Science Theatre), Bilim Haftası (Science Week).

3.5.1. Fotoğraf Çekmek / Fotoğraf Safarisi / Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Foto-Ses)

Fotoğraf temelli araştırma grubudur (Fotoğraf Ekolü). Bu grup, "Anlatma, göster" prensibiyle çalışır. Yöntemler arası fark, fotoğrafın kim tarafından, hangi derinlikte kullanıldığıyla ilgilidir (Görsel Kanıt).

- Görsel belgeleme.
- **Ana Metot:** Fotoğraf Tabanlı Seslendirme/Katılım.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Fotoğraf Tabanlı Seslendirme, Fotoğraf Safarisi, Fotoğraf Çekmek. Fotoğraf ekolü olmaları nedeniyle ikiz yöntemler olarak değerlendirilebilir
- **Analiz:** Literatürde, daha ziyade Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Photovoice) olarak kullanım tercih edilir. Fotoğraf Safarisi, kentin sorunları ya da sevilen yerlerin fotoğraflanmasına yöneliktir ve işin saha aşamasını oluşturur. Eğer vakit darsa "Safari" yaptırıp hızlı sonuç alınabilir; ancak konunun toplumsal derinliği ve savunuculuk boyutu güçlüyse (Örneğin, Engelli erişimi) mutlaka "Photovoice" tercih edilmelidir.

Fotoğraf Çekmek (Taking a Picture)

Hakkında

Fotoğraf Çekmek, tasarım odaklı düşünme ve yaratıcı süreçlerin en temel veri toplama ve belgeleme yöntemidir. Katılımcıların yaşadıkları çevredeki sorunları veya potansiyelleri kendi gözlerinden doküman etmelerini sağlayan görsel katılım aracıdır. Karmaşık bir durumu veya anı tek karede dondurarak üzerinde derinlemesine analiz yapılmasına imkan verir. Özellikle kentsel aksaklıkların tespiti ve katılımcıların çevreleriyle kurdukları bağı analiz etmek için kullanılır. Belgeleme özelliğinden ötürü envanter odaklıdır. Tasarımcı, öğrenci ya da vatandaş için uygundur. Kelimelerin yetersiz kaldığı duygusal detayları, fiziksel engelleri ve kullanıcı davranışlarını nesnel bir şekilde kayıt altına alır.

Amaç

Bir durumun gerçekliğini, kişisel yorumlardan arındırılmış şekilde belgeleyerek nesnel kayıt tutulmasını sağlamak; tasarım sürecinin ilerleyen aşamalarında (analiz, sentez, yeni fikir oluşturma/ideasyon) geriye dönüp bakılabilecek somut veri havuzu yaklaşımıyla görsel hafıza oluşturmak; bir rapor içinde kaybolacak sorunları görsellerle karar vericilerin gündemine taşıyarak dikkat çekmek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Hızlı veri toplama, belgeleme, hata payının azalması, güçlü bir görsel kanıt arşivi oluşturma, analiz ve problem tanımı, değerlendirme ve inceleme, tasarım ve prototip, fikir ve konsept tasarım için uygundur.

Zorluk

Kolay (Teknik bilgi gerektirmez, herkesin cebindeki teknolojiyle uygulanabilir.)

Maliyet

Düşük (Mevcut akıllı telefonlar ve dijital kameralar yeterlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, saatler düzeyinde (Anlık çekim yapılır; seçme ve tasnif için 30-60 dakika)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 15-25+ kişi (Sahadaki tüm personel veya sürece dahil olan vatandaşlar)

Rol Alanlar

- Belgeleyici, fotoğrafı çeken kişi.
- Analist, fotoğraftaki veriyi okuyan ve rapora dönüştüren kişi.
- Katılımcılar, sahada çalışan personel ve sürece dahil olan vatandaş.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefon, dijital fotoğraf makinesi, GPS (konum bilgisi için), yedek batarya.
- Dijital araçlar (Google Photos, Dropbox, Google doc, Word, MS Teams, Zoom veya benzeri uygulamalar, kurumsal veri yönetim sistemleri).

Yaş ve Uyarılma

Her yaş grubu için uygun (Fotoğraf çekme ve dijital becerileri olan). Görme engelli bireylerle yapılacak çalışmalarda, fotoğrafların detaylı "sesli betimlemeleri" yapılarak erişilebilirlik analizi tamamlanabilir.

Fotoğraf Çekmek Uygulama Adımları

Katılımcıya belgeleyici rolü vererek somut bir kanıt sunmasını sağlayan bu yöntem aidiyet hissini artırır.

Fotoğrafların anlık yükleneceği (internet bağlantısı olan cihaz seçimi gibi) hatırlatılır. Zamanlayıcı kullanılmalıdır. Fotoğraf çekiminde kişisel verilerin korunması gereği, vatandaşların yüzlerinin veya araç plakalarının rıza dışı kaydedilmemesine dikkat edilmeli; analiz aşamasında gerekirse bu kısımlar maskelenerek KVKK ve etik sorununa dikkat edilmelidir.

1. Odak Belirleme ve Görev Tanımı (Açılış)

- Hedef: Katılımcılara neden fotoğraf çektikleri net bir şekilde açıklanır.
 - *Örnek:* "Engelli rampalarının önündeki yanlış parklanmayı belgelemek" veya "Mahallenizdeki en sevdiğiniz kamusal alanı fotoğraflamak."
- Hazırlık: Eğer çevrimiçi bir atölye ise, herkesin fotoğrafları anlık yükleyebileceği ortak bir dijital belge (Padlet, Jamboard, Miro vb.) hazırlanır.

2. Sahaya Çıkış ve Bağlamı Yakalama (Uygulama)

- Geniş Açık: Sadece soruna (örneğin, çukur) odaklanmak yerine, çevredeki unsurları da içeren geniş açılı çekimler istenir. Bu, sorunun kaynağını (çevresel faktörler) anlamaya yardımcı olur.
- Detaylandırma (Makro Çekim): Sorunun boyutunu netleştirmek için yakın çekimler yapılır. (Örneğin, Kaldırımdaki 5 cm'lik bir yükseklik farkını göstermek için yanına bir bozuk para koyarak ölçekleme yapmak).

3. Bilgi Ekleme ve Etiketleme

- Veri Girişi: Fotoğrafın çekildiği tarih, saat ve tam konum (GPS veya açık adres) bilgisi eklenmelidir.
- Motif Açıklaması: Katılımcıdan, bu kareyi neden seçtiğine dair kısa bir açıklama (altyazı) yazması istenir.

4. Paylaşım ve Analiz (Kapanış)

- Sunum: Fotoğraflar ortak belgeye yüklenir. Çevrimiçi veya yüz yüze oturumda her katılımcı kendi karesini yorumlar.
- Arşivleme: Fotoğraflar konu başlıklarına göre klasörlenerek teknik ekipler için bir "Görsel Durum Envanteri"ne dönüştürülür.

Sanal Atölyelerde Uygulama (Hızlı Teknik)

Bu yöntem, uzun süren çevrimiçi toplantılarda katılımcıların enerjisini toplamak için de kullanılabilir:

1. Mola ve Görev: Moderatör 15 dakikalık bir "fotoğraf molası" verir.
2. Uygulama: Katılımcılar telefonlarıyla evlerinin dışına çıkar veya odalarından bir nesneyi belirlediği temaya göre fotoğraflar.
3. Yükleme: Belirlenen süre dolmadan fotoğrafı paylaşılan sisteme yükleyip ekrana geri döner.
4. Tartışma: Tüm resimler sırayla gösterilir ve seçimlerin nedenleri üzerine konuşulur.

(TICON, 2026); (Gemini, 2026).

Fotoğraf Safarisi (Photo Safari)

Hakkında

Fotoğraf Safarisi, fotoğraf çekmeye odaklı keşif ve gözlem gezisi, anlamından yararlanılarak oluşturulmuştur. Tasarımcıların, karar vericilerin veya vatandaşların belirli bir tema çerçevesinde bir rotayı, bir bölgeyi (mahalle, bina, ulaşım hattı vb.) yürüyerek taradıkları ve çevrelerindeki kritik detayları fotoğraflayarak belgeledikleri aktif keşif ve saha gözlemi yöntemidir. Yöntem, katılımcıların gündelik hayatta kanıksadıkları ve fark etmedikleri sorunları / fırsatları bir "avcı" dikkatiyle yeniden keşfetmelerini sağlar. Belirlenen tema çerçevesinde çevre fotoğraflanır. Kullanıcıların bağlamı nasıl algıladıklarını anlamak ve masa başında fark edilemeyen saha detaylarını yakalamak için kullanılan metot, katılımcıları birer "kentsel dedektif"e dönüştürür.

Amaç

Gözden kaçan engelleri, bakımsız alanları veya gizli kalmış güzel ayrıntıları fotoğrafla kayıt altına alarak detayları görünür kılmak; farklı arka planlara sahip insanların aynı mekâna bakıp farklı detayları (örneğin, bir mühendisin çatlağı, bir annenin bebek arabası engelini görmesi) yakalamasını sağlayarak kolektif gözlem yapmak; toplantı odasındaki soyut tartışmaları, sahadan gelen somut görsel verilerle (fotoğraflarla) gerçeğe dayandırarak kanıt temelli bir tartışma oluşturmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Sahayı bizzat deneyimleme, kolektif gözlem ve sorunları yerinde tespit etme ve yüksek kaliteli görsel veri seti oluşturma için idealdir.

Zorluk

Kolay (Lojistik planlama ve rota belirleme dışında teknik zorluğu yoktur.)

Maliyet

Düşük (Katılımcıların kendi akıllı telefonlarını kullanması yeterlidir.)

Süre

Hazırlık süresi, 1 saat (Rota ve tema belirleme)

Uygulama süresi, 2-4 saat (Yürüme mesafesine göre yapılacak saha gezisi 1-3 saat; Fotoğrafların paylaşılması ve analizi için değerlendirme süreci 1 saat.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-15 kişi (Küçük gruplara bölünerek farklı rotalar taranabilir.)

Rol Alanlar

- Rehber/Fasilitatör, rotayı belirleyen ve temayı hatırlatan kişi.
- Safari ekibi, fotoğraf çeken katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefon/kamera, rahat yürüyüş ayakkabıları, harita/rota planı.
- Dijital araçlar (WhatsApp grubu veya hızlı fotoğraf paylaşımı için ortak Drive).

Yaş ve Uyarılma

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklarla "Mahallemin En Sevdiğim Köşeleri" temalı bir oyun şeklinde yapılabilir). Gece saatlerinde "Şehir Aydınlatması ve Güvenlik" üzerine bir safari kurgulanabilir.

Fotoğraf Safarisi Uygulama Adımları

İyi bir uygulama için safarinin bir görevden ziyade eğlenceli bir aktivite olarak algılanması sağlanmalıdır. Seçilen cihazların katılımcı grubu için uygun ve kullanıcı dostu teknolojiye sahip olmasına dikkat edilmelidir. Safariden elde edilen görseller, projenin sonraki aşamalarında tasarım ekibi için bir "ilham panosu" (moodboard) olarak kullanılabilir. Rotanın güvenliği ve yürünürlüğü önceden test edilerek lojistik planlama yapılmalıdır. Açık alan uygulaması olduğu için hava koşulları, katılım ve fotoğraf kalitesini doğrudan etkiler; mutlaka bir B planı (veya yedek tarih) bulundurulmalıdır.

Özellikle hedef kullanıcı grubu hakkında yeterli bilgi olmadığında ve şehri nasıl deneyimlediklerini "onların gözünden" görmek gerektiğinde kullanılır. Uygulama sırasında katılımcıların sadece göz hizasına değil, yukarıya (tabelalar, kablolar) ve aşağıya (zemin, drenaj) bakmaları hatırlatılır.

1. Tema ve Rota Belirleme (Açılış)

- Odak Seçimi: Yorumlamaya açık ama tematik olarak spesifik bir konu seçilir. (Örneğin, "Erişilebilirlik Engelleri" veya "Sizi Mutlu Eden Kentsel Detaylar")
- Haritalandırma: Başlangıç ve bitiş noktası net olan bir rota harita üzerinde çizilir.

2. Briefing ve Rehber Hazırlığı

- Bakış Açısı Eğitimi: Katılımcılara sadece göz hizasına değil; yukarıya (tabelalar, aydınlatma) ve aşağıya (zemin, drenaj) bakmaları hatırlatılır.
- Soru Rehberi: Katılımcıların eline yönlendirici sorular içeren küçük bir rehber verilir. (Örneğin, "Burada sizi ne duraksatıyor?", "Hangi detay güven hissi veriyor?").

3. Safari (Uygulama)

- Saha Keşfi: Katılımcılar rotayı yürürken gördükleri her kritik detayı fotoğraflar.
- Çözüm Odaklılık: Sadece sorunu çekmekle kalmazlar; "*Burada ne olsaydı daha iyi olurdu?*" sorusunu düşünerek potansiyel iyileştirme noktalarını da yakalarlar.

4. Hasat ve Hikâye Anlatıcılığı (Değerlendirme)

- Paylaşım: Gezi sonunda grup toplanır. Herkes en çarpıcı 3 fotoğrafını seçer ve bu karelerin arkasındaki hikâyeyi veya neden çektiğini anlatır.
- Karşılaştırma: Farklı katılımcıların aynı noktayı nasıl farklı algıladıkları üzerine tartışılır.

5. Raporlama ve Analiz (Kapanış)

- Kategorizasyon: Fotoğraflar "Acil onarım", "Tasarım hatası", "İlham verici örnek" gibi başlıklarla sınıflandırılır.
- Nihai Çıktı: Sorunlu ve ilham verici noktaların işaretlendiği dijital veya fiziksel bir "Görsel Saha Analiz Haritası" oluşturulur.

(DSSToolkits, 2026); (Gemini, 2026).

Fotoğraf Tabanlı Seslendirme (Photovoice)

Hakkında

Photovoice, katılımcıların fotoğraf çekerek (anlatı ile birlikte) kendi yaşam deneyimlerini, algılarını ve perspektiflerini ifade edip karar vericilerle diyalog kurmalarını sağlayan nitel araştırma yöntemidir. Bu savunuculuk yöntemi, fotoğraf karesinin arkasındaki hikâyeye ve toplumsal mesajın gücüne odaklanarak derinlemesine analiz imkânı verir. Toplumun dezavantajlı, sesi az duyulan kesimlerinin kendi yaşam gerçeklerini, zorluk ve umutlarını, değişim taleplerini dile getirmelerini, toplumsal sorunların tartışılmasını sağlar. Katılımcı eylem araştırması ve savunuculuk yöntemi olarak nitelendirilir. 1990'larda Caroline C. Wang ve Mary Ann Burris tarafından geliştirilen bu yöntem, "bir fotoğraf bin kelimeye bedeldir" ilkesinden yola çıkarak, bireyleri pasif birer araştırma nesnesi olmaktan çıkarıp toplumsal değişimin aktif öznelere haline getirir.

Amaç

Dezavantajlı grupların dünyasına onların gözünden bakarak görünmeyi görünür kılmak; fotoğraflar üzerinden toplumsal sorunların kök nedenlerini tartışarak eleştirel diyalog kurmak; karar vericilere somut, görsel ve duygusal olarak güçlü kanıtlar sunarak politika değişikliğini tetiklemek için kullanılır. Fotoğraf aracılığıyla söz hakkı vermeyi ve politika değişikliği talep etmeyi sağlar.

Uygunluk Önerisi

Katılımcılarda özgüven artışı (güçlendirme) sağlama, toplumsal farkındalık oluşturma ve kanıta dayalı politika önerileri geliştirme ve doğrudan demokratik katılım için uygundur.

Zorluk

Zor (Etik onaylar, uzun süreli güven ilişkisi ve derinlemesine analiz süreci gerektirir.)

Maliyet

Orta (Kamera tedariki, eğitimler, baskı maliyetleri ve final sergi organizasyonu.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 1-3 ay (Eğitim, çekim, grup tartışmaları ve sergi aşamaları dahil.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 7-12 kişi (Derinlemesine grup tartışmaları ve güven ortamı için küçük gruplar.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Fasilitör, süreci yöneten ve etik kuralları hatırlatan kişi.
- Katılımcılar, kendi hayatlarını belgeleyen vatandaşlar.
- Karar vericiler, final sunumunu/sergiyi izleyen yetkililer.

Donanım ve Araçlar

- Dijital kameralar veya akıllı telefonlar, fotoğraf baskıları, günlükler, kartlar, çıktı duvar panosu ya da masa.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur, genellikle 10 yaş ve üzerinden itibaren daha etkili sonuçlar alınır. Okuma-yazma bilmeyenler veya çocuklar için görsel dil büyük bir avantaj sağlar. Çocuklarla yapılan çalışmalarda, fotoğraflar resimlerle veya hikâyelerle desteklenerek "Çocuk Gözüyle Şehir" gibi tematik çalışmalara dönüştürülebilir. Yaşlılar için grup halinde anlatım teşvik edilebilir.

Gençler ve yetişkinler için özellikle yerel çevre algısı, yaşam deneyimleri, sosyal adalet projelerinde kullanılabilir.

Fotoğraf Tabanlı Seslendirme Uygulama Adımları (SHOWED Tekniği)

Etik Onam, fotoğrafların anonimleştirilmesi ve kişisel verilerin (yüz, plaka) korunması esastır. Uygulama sonunda "Ne öğrenildi? En güçlü öneriler neler?" sorularının cevaplandığı bir ortak çıktı duvarı aracılığıyla final alanı oluşturulur.

1. Kavramsallaştırma ve Eğitim:

- Katılımcılara tema (Örneğin, "Şehirdeki Engellerim") anlatılır; etik kurallar (başkasından izin alma vb.) ve temel çekim eğitimi verilir.

2. Fotoğraf Çekimi:

- Katılımcılar birkaç hafta boyunca kendi hayatlarını ve temayı yansıtan kareleri yakalar.

3. Kritik Diyalog (SHOWED Tekniği):

- Grup toplanır ve seçilen fotoğraflar şu sorularla analiz edilir;
 - **S** (See/Görmek): Burada ne görüyorsun?
 - **H** (Happening/Olan): Burada gerçekte ne oluyor?
 - **O** (Our/Biz): Bu durum hayatımızı nasıl etkiliyor?
 - **W** (Why/Niçin?): Bu sorun neden var?
 - **E** (Empowered/Güçlenmek): Bu konuda kendimizi nasıl güçlendirebiliriz?
 - **D** (Do/Yapmak): Karar vericiler ne yapmalı?

4. Seçki ve Anlatı:

- Fotoğrafların altına "Neden önemli?" ve "Ne değişmeli?" gibi sorulara cevap veren vurucu hikâyeler yazılır.

5. Eylem ve Sergi (Kapanış):

- Fotoğraflar ve onların hikâyelerini içeren bir "Toplumsal Değişim Sergisi" kamusal alanlarda sergilenir. Karar vericiler (Başkan, birim müdürleri) davet edilerek katılımcıların sunum yapması sağlanır. Ayrıca "Politika Tavsiye Raporu" oluşturulur.

(Wikipedia, Photovoice, 2026); (Nykiforuk, Vallianatos, & Nieuwendyk , 2011); (Mbouemboue, 2026); (ChatGPT, 2026).

3.5.2. Fotoğraf Hikâyesi / Katılımcı Film

Fotoğraf Temelli Araştırma Grubudur. Bu grup, "Anlatma, göster" prensibiyle çalışır. Yöntemler arasındaki fark, fotoğrafın kimin tarafından ve hangi derinlikte kullanıldığıdır (Görsel Kanıt).

- Hikâyeleştirme.
- **Ana Metot:** Katılımcı Film.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Katılımcı Film, üretim tekniği nedeniyle bağımsız yöntem olarak değerlendirilebilir; ancak yalnızca hareketsiz fotoğraflardan oluşan Fotoğraf Hikâyesinin benzer anlatımı sessiz şekilde canlandırması nedeniyle ikame yöntemler olarak kullanılabilir.

Analiz: Her iki yöntem de bir olay örgüsü kurar. Fotoğraf Hikâyesi, statik görsellerden oluşur; bu durum fotoğrafların altına hikâyelerin ve önerilerin yazıldığı çıktı aşamasıdır. Teknik beceri ve bütçe düşükse tercih edilir. Katılımcı Film ise daha dinamik ve teknoloji odaklıdır. Teknik olarak aynı süreç adımlarını (Sorun tespiti / Çekim / Hikâyeleştirme / Gösterim) izler; fakat kendi içinde montaj, senaryo, seslendirme gibi pek çok farklı süreç içermesi nedeniyle ana yöntem olarak tasniflenmiştir.

Fotoğraf Hikâyesi (Photo Story)

Hakkında

Bir dizi fotoğrafın belirli bir anlatı sırasına göre dizilerek karmaşık bir süreci, değişimi veya duygusal yolculuğu anlatma yöntemidir. Teknik verileri insanileştirir ve izleyici için merak uyandırıcı, akılda kalıcı bir vaka çalışması sunar. Görsel veriyi "hikâyeleştirerek" izleyicinin (karar vericilerin veya vatandaşların) konuyla daha derin bir bağ kurmasını sağlar.

İlk kez 1970'lerde Macar psikolog Mihaly Csikszentmihalyi tarafından, tercih ettikleri aktivitelerle uğraşan sanatçıları, yazarları, sporcuları, cerrahları vb. incelediği çalışmalarında tanımlanmıştır. Psikolog Csikszentmihalyi, bu kişilerin yoğun aktiviteleri sırasında dikkatlerinin tamamen dağıldığını tespit etmiş ve bu dönemi akış ya da zihin durumu olarak adlandırmıştır.

Amaç

Bir projenin başlangıçtan bitişe kadar olan evrelerini (öncesi-sırası-sonrası) şeffaf bir şekilde göstererek süreci belgelemek; vatandaşın günlük yaşamındaki zorlukları adım adım fotoğraflayarak, sorunun bütünsel etkisini hissettirip empati kurmak; verilen bir hizmetin yarattığı somut değişikliği kelimelere ihtiyaç duymadan, görsel bir kanıt zinciriyle sunarak bağlam oluşturmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Analiz ve problem tanımı, fikir ve konsept tasarımı oluşturulabilir. Güçlü bir kurumsal hafıza, süreç için artan şeffaflık ve etkileyici bir sunum dili ve ikna kabiliyeti sağlar.

Zorluk

Orta (Sadece çekim değil, doğru kareleri seçip anlamlı bir akış oluşturma becerisi gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Akıllı telefonlar, temel fotoğraf düzenleme yazılımları.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, proje kapsamına göre çekimler günler veya aylar boyu sürebilir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 1-3 kişilik bir ekip (15 kişiye kadar uygulama yapılabilir. Fotoğrafçı, metin yazarı/hikâye anlatıcısı yer alır.)

Rol Alanlar

- Anlatıcı, fotoğrafları seçen ve alt metinleri yazan kişi.
- Fotoğrafçı, süreci takip eden teknik personel ve katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Kamera, tripod, not defteri; Kronometre/Zamanlayıcı (bilgisayarda veya kişisel telefonda).
- Dijital Araçlar (Google doc, Word, Canva, Adobe Express, Microsoft Sway veya basit bir slayt programı; Miro, Mural, Concept board, Padlet, Evernote gibi uygulamalar; Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için MS Teams, Zoom veya benzeri platformlar).

Yaş ve Uyarılama

10 yaş ve üzeri için uygundur (Okuma-yazma bilmeyenler veya çocuklar için görsel dil büyük bir avantaj sağlar). Çocuklar kendi mahallelerinin hikâyesini fotoğraflarla anlatabilir. Görme engelli bireyler için "Sesli Fotoğraf Hikâyesi" (Audio Photo Story) formatına dönüştürülebilir.

Fotoğraf Hikâyesi Uygulama Adımları

Çevrimiçi platformlarda herkesin aynı anda belgeye erişebildiğinden emin olmak için teknik hazırlıklar yapılır (ön testler gibi). Katılımcıların özgürce çağrışım yapmaları (zincirleme bağlantı) sağlanmalıdır. Uygulamanın enerjik kalması için zamanlayıcı kullanılması önerilir.

A. Uygulama Adımları (Görsel Anlatı Oluşturma)

1. Odak ve Tema (Açılış):

- Hikâyenin "kahramanı" belirlenir. Bu bir nesne, bir insan veya bir mekân olabilir. (Örneğin, "Bir atık pilin geri dönüşüm yolculuğu").

2. Kritik Anların Belirlenmesi:

- Hikâyenin kırılma noktaları saptanır (Başlangıç, kriz/sorun anı, çözüm süreci, sonuç).

3. Çekim (Uygulama):

- Belirlenen anlar fotoğraflanır. Sadece nesneler değil, insanların yüz ifadeleri ve çevresel detaylar da yakalanarak duygu katılır.

4. Seçki ve Sıralama:

- "Az ama öz" kuralıyla en etkili 5-10 kare seçilir ve mantıksal bir olay örgüsüyle dizilir.

5. Alt Metin Yazımı:

- Her fotoğrafın altına kısa, açıklayıcı ve merak uyandıran cümleler eklenerek hikâye tamamlanır.

6. Nihai Çıktı:

- Sosyal medya, bülten veya meclis sunumlarında kullanıma hazır "Vaka Çalışması" ortaya çıkar.

B. Eğitim ve Atölye Uygulaması (Çağrışım / Catchwords)

Katılımcı bakış açısını genişletmek ve ortak bir vizyon oluşturmak için çevrimiçi atölyelerde kullanılır.

1. Hazırlık ve Kurulum

- Görsel Seçimi: Konuyla ilgili 3-5 slayttan oluşan bir sunum hazırlanır. Her slaytta konuyu farklı açılardan tasvir eden (ofis, doğa, teknoloji vb.) 5'er resim bulunmalıdır.
- Platform: Katılımcıların aynı anda yazabileceği ortak bir belge (Google Docs, Miro vb.) hazırlanır.

2. Uygulama (Zaman Baskılı Çağrışım)

- Akış Egzersizi: Katılımcılara resmi gördükleri an akıllarına gelen ilk kelimeyi yazmaları, ardından bir sonraki kelimeyi ilk resme değil, yazdıkları son kelimeye bağlamaları söylenir. (Örneğin, Palmiye → Orman → Maymun → Muz).
- Zaman Baskısı: Her tur için 1 veya 2 dakika verilir. Katılımcılar hızlı olmaya teşvik edilir (Hedef: 25-50 kelime).
- Tur Tekrarı: Resim slaytları değiştikçe süreç tekrarlanır (İşyeri, Aktörler gibi)

3. Hasat ve Cümle Kurma (Kapanış)

- Kelime Bulutu: Katılımcılardan listelerindeki belirli sıradaki kelimeleri (Örneğin, 1. turdan 4. kelime, 2. turdan 7. kelime) ortak belgeye girmeleri istenir.
- Senaryo Geliştirme: Katılımcılardan bu kelimeleri kullanarak konuyla ilgili yeni bir çözüm cümlesi veya senaryo oluşturmaları istenir.
- Çıktı olarak, 5-10 kareden oluşan, alt metinlerle desteklenmiş bir "Görsel Anlatı/Vaka Çalışması" oluşturulur.

(TICON, 2026); (Gemini, 2026).

Katılımcı Film / Fogo Süreci (Participatory Video)

Hakkında

Bir topluluğun kendi sorunlarını, hikâyelerini ve çözüm önerilerini bakış açılarıyla kayıt altına aldıkları bir görselleştirme ve güçlendirme yöntemidir. Profesyonellerin aktif olduğu bir yöntem değildir. Topluluğun kendisi senaryoyu yazar, kamerayı kullanır ve kurguyu yapar. Okuma-yazma bariyerlerini aşmak, marjinal grupların sesini duyurmak ve teknik raporların anlatamadığı "insani dokuyu" karar vericilere doğrudan aktarmak için kullanılır.

Kökeni 1960'lerde Don Snowden'ın çalışmalarına dayanır. Don Snowden, Kanada'nın doğu kıyısındaki Fogo adalarındaki küçük bir balıkçı kasabasında insan merkezli toplum yaklaşımını etkinleştirmek için medyayı kullanmıştır. Köylüler, birbirlerine ait videoları seyretmiş, farklı hayatlara sahip olmalarına rağmen birçok ortak nokta ve sorunlara sahip olduklarını fark etmişlerdir. Köylüler tarafından yapılan filmler, çok uzaklarda yaşayan ve bu adayı ziyaret edecek zamanları dahi bulunmayan politikacılara gösterilmiş; gelişen bu diyalog sonucunda yöreye ilişkin yönetsel politika faaliyetlerinde gözle görülür düzeyde olumlu değişimler yaşanmıştır. Metot, daha sonra "Fogo Süreci" olarak adlandırılmıştır.

Amaç

Yöntem, insan merkezli toplum yaklaşımını etkinleştirmek için medya araçlarını kullanarak ihtiyaçların dile getirilmesi ve yönetsel politikaların değiştirilmesini amaçlar.

Uygunluk Önerisi

Marjinalleşmiş grupların sesini duyurmak, politika oluşturanlarla iletişim kurmak, insanları bir araya getirmek ve hikâyelerini keşfetmek, vatandaşta özgüven artışı ve teknik beceri kazanımını geliştirmek için ikna gücü yüksek, ideal bir yöntemdir.

Zorluk

Zor (Teknik ekipman desteği, temel sinematografi eğitimi ve katılımcı motivasyonu gerekir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Kamera, mikrofon, kurgu bilgisayarı ve teknik eğitmen maliyeti; katılımcıların ortaya çıkacak ürünü değerlendirmek için buluştukları çalıştayların organizasyonu.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 2-4 hafta (Eğitim, çekim ve kurgu.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 8-12 kişi (Küçük bir yapım ekibi gibi çalışmak verimi artırır.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Fasilitatör, teknik eğitimi veren ve süreci yöneten kişi.
- Katılımcılar, senarist, kameraman, röportajcı ve kurgucu.

Donanım ve Araçlar

- Video kamera veya yüksek çözünürlüklü akıllı telefonlar, ses cihazları ve yaka mikrofonları, basit kurgu yazılımları ve kurgu üniteleri, projeksiyon cihazı (izleme için).

Yaş ve Uyarılama

12 yaş ve üzeri için uygundur (Teknoloji kullanımına ilgi duyan herkes). "Dijital Hikâyeleme" ile birleştirilerek daha kısa, bireysel videolar da üretilebilir.

Katılımcı Film Uygulama Adımları

Gösterilen sorunların hemen çözüleceği algısı oluşabilir. Bu duruma karşı yetkililer, videodaki talepleri ciddiyle değerlendireceklerini, ancak uygulama sürecinin teknik/mali sınırlarını net şekilde açıklayarak beklentiği yönetmelidir. Eğitim, çekim ve kurgu aşamaları nedeniyle süreç haftalar hatta aylar sürebilir; sabır, süreklilik ve maliyet gerektirir.

1. Teknik Isınma ve Etik Kurallar (Açılış)

- Eğitim: Katılımcılara karmaşık olmayan video ekipmanlarının (kamera, akıllı telefon, mikrofon) kullanımı hızlı ve oyunlaştırılmış egzersizlerle öğretilir.
- Etik Çerçeve: Röportajlarda izin alma, gizlilik ve toplumsal sorumluluk gibi etik kurallar üzerinde mutabık kalınır.

2. Hikâye Tasarımı ve Storyboard

- Mesele Analizi: Grup, yönlendiriciler eşliğinde "Hangi sorunumuzu, kime anlatmak istiyoruz?" sorusuna cevap arar.
- Planlama: Çekilecek mekânlar, görüşülecek kişiler ve verilecek ana mesajlar basit bir görsel plan (storyboard) haline getirilir.

3. Çekim Aşaması (Saha Çalışması)

- Kolektif Üretim: Katılımcılar mahallelerinde çekime çıkar. Sorunlu noktaları (örneğin, bakımsız parklar, erişim engelleri) görüntüler ve komşularıyla röportajlar yaparak yerel vizyonu kaydeder.
- Potansiyel Keşfi: Bu süreç, bireylerin gizli kalmış yaratıcılıklarını ve liderlik becerilerini ortaya çıkarır.

4. Kolektif Kurgu ve Düzenleme (Uygulama)

- Seçim: Çekilen görüntüler grupça izlenir. "Mesajımızı en iyi hangi sahne veriyor?" tartışması yapılır. Filmin son hali için kolaylaştırıcı/fasilitatör desteği alınır; ancak katılımcıların kararlarıyla kurgulanır.
- Sahiplik: Editörlük kararları tamamen katılımcılara aittir; bu durum, sonucun "gerçek" ve "içten" olmasını sağlar.

5. Gösterim ve Savunuculuk (Kapanış)

- Nihai Çıktı: Karar vericilere sunulacak, teknik raporların ötesinde bir etkiye sahip, 5-10 dakikalık "Toplum Odaklı Sorun ve Çözüm Belgeseli" ortaya çıkar.
- Diyalog Platformu: Hazırlanan kısa film, belediye yetkililerinin, yerel yöneticilerin ve mahallelinin katıldığı özel bir oturumda izlenir.
- Eylem: Film izlendikten sonra ortaya konan sorunlar ve çözümler üzerinde canlı bir müzakere başlatılır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.5.3. Forum Tiyatrosu/Sahnesi / Bilim Tiyatrosu.

Sahne sanatları ve performans grubudur. Sorunların canlandırılarak çözüldüğü yöntemleri içerir (Dinamik Katılım).

- Canlandırma.
- **Ana Metot:** Forum Tiyatrosu.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Forum Tiyatrosu/Sahnesi, Bilim Tiyatrosu (İkame yöntemler olarak değerlendirilebilir.
- **Analiz:** Augusto Boal'ün "Ezilenlerin Tiyatrosu" ekolü ile ikiz yöntemlerdir. Seyircinin sahneye müdahale ettiği interaktif tiyatro olarak değerlendirilir. Oyuncular kamusal bir sorunu (Örneğin, kadına şiddet, çevre kirliliği gibi) sahneler. Oyun tam kriz anında durdurulur. Seyirciler (vatandaşlar) sahneye çıkarak oyuncunun yerine geçer ve sorunu çözmek için alternatif bir davranış sergiler. Bilim Tiyatrosu, konunun bilimsel/teknik tartışmalara (Örneğin, nükleer enerji) yönelik varyasyonudur. Forum Tiyatrosu, bir sorunu sahneler ve seyircinin (katılımcının) müdahale edip çözümü değiştirmesine izin verir (saf katılım). Bilim Tiyatrosu ise daha çok karmaşık bir bilgiyi halka öğretmek/anlatmak için kullanılır (eğitici katılım). Sorunu kitleyle çözmek için Forum; bilgiyi öğretmek için Bilim Tiyatrosu kullanılabilir. Amaç "sorun çözmek" ise Forum Tiyatrosu; "farkındalık yaratmak/bilgi aktarmak" ise Bilim Tiyatrosu' seçilir.

Forum Tiyatrosu / Sahnesi (Forum Theatre)

Hakkında

Forum tiyatrosu gerçek bir konu ile ilgili oyuncuların seyircilerle etkileşim kurdukları ve birlikte doğru çözümü bulabilmek için uğraştıkları, pozitif yönlü sosyal değişimler meydana getirebilen bir katılım tekniğidir. Toplumsal bir sorunun veya baskı mekanizmasının sergilendiği ve izleyicilerin sahneye müdahale ederek çözümler ürettiği bir "eylem provası" olarak da nitelenebilir. Genellikle sosyal olarak dışarıda kalmış veya zayıflatılmış gruplar tarafından kullanılır. Vatandaş izleyici olmaktan çıkarıp aktör/çözüm üretici haline getirir. Uygulama sırasında katılımcıların göz hizası yanında yukarıya (tabelalar, kablolar) ve aşağıya (zemin, drenaj) bakmaları özellikle hatırlatılmalıdır. Augusto Boal tarafından 1970'lerde bulunan bir tür etkileşimli tiyatro olan yöntem, ezilenlerin tiyatrosu veya gelişim tiyatrosu olarak anılan "Boal Tiyatrosu" adıyla bilinir.

Amaç

Gerçek hayatta karşılaşılan zorlukları prova ederek çözüm denemek; farklı bakış açılarıyla çatışan taraflar arasında empati ve diyalog geliştirmek; katılımcıları pasif gözlemci düzeyinden sorunları çözen aktif bireylere eviren toplumsal dönüşümü gerçekleştirmek için kullanılır. Seyircilerin içsel baskılarını (internal oppressions) teşhis edip bunların üstesinden gelmelerini sağlar.

Uygunluk Önerisi

Çatışma çözme, özgüven kazanımı, toplumsal sorunlara karşı duyarlılık ve uygulanabilir pratik çözümler geliştirme, sosyal alanda sanatın elçisi olma, zorlu sorunlar için çözümler sunma ve sosyal olarak dışarıda kalmış gruplarla çalışmak için eğlenceli ama anlamlı bir yol kurma ve bu gruplardan gelen aktörlerin yeteneğini öne çıkarmak için uygundur.

Zorluk

Zor (Deneyimli bir "Joker"/Moderatör ve temel oyunculuk becerisine sahip çekirdek ekip gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Basit bir sahne alanı, temel aksesuarlar ve kolaylaştırıcı ekip maliyeti.)

Süre

Hazırlık süresi, birkaç ay (Toplumsal araştırmalar ve prova)

Uygulama süresi, 2-4 saat (Oyunun sergilenmesi ve müdahalelerin yapılması).

İzleyici katılım süresi: 30-60 dk (Standart tiyatro oyun süresine ek 30-60 dk izleyici katılımı.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-50 kişi (Tartışmanın kalitesini korumak için)

Rol Alanlar

- Joker/Moderatör, izleyici ile sahne arasındaki bağı kuran, süreci yöneten kilit kişi.
- Oyuncular, çatışmayı içeren oyunu sunan ekip.
- İzleyici/Oyuncular, sahneye çıkıp gidişatı değiştiren vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Sandalyeler, basit kostümler ve objeler (örneğin, bir belediye görevlisi şapkası, bir dilekçe dosyası).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur (Konunun ağırlığına göre uyarlanabilir). Okullarda "akran zorbalığı" veya belediye birimlerinde "kriz yönetimi" üzerine özel senaryolarla hayata geçirilebilir.

Forum Tiyatrosu / Sahnesi Uygulama Adımları

Konu gerçekçi olmalı ve hedef grubun ortak dertlerinden seçilmelidir. Aktörlerin izleyiciden gelen tepkilere cevap verebilecek düzeyde deneyimli ve doğaçlama konusunda yetenekli olmaları beklenir. Sürece katılamayan dışlanmış grupların dahil edilmesinde en etkili yöntemlerdendir. Uygulama empati ve farkındalık oluşturur, bir dayanışma provası işlevi görür; ancak doğrudan karar üretmez.

1. Anti-Güven (Oyunun Sergilenmesi) ve Hazırlık

- Hazırlık: Hazırlık aşaması, toplumsal araştırma, ek çalışmalar ve katılımcı daveti gibi süreçleri kapsadığı için birkaç ay sürebilir.
- Oyuncu Seçimi: Deneyimli oyuncuların istihdamı ve oyunun prodüksiyonu (maaşlar, kostüm, mekân) ciddi maliyet oluşturabilir. Gönüllü profesyonellerle çalışmak bu yükü azaltır.
- Kurgu: Oyuncular, paylaşılan bir hayat tecrübesinden (evsizlik, yoksulluk, yerel yönetimle yaşanan bir sorun vb.) yola çıkan kısa bir oyun sergiler.
- Sonuç: Oyun mutlaka ana karakterin (ezilenin) başarısız olduğu ve sorunun çözülmediği bir "mutlu olmayan son" ile biter.

2. Tartışma ve Joker'in Rolü

- Kolaylaştırma: "Joker" adı verilen moderatör devreye girer. Joker tarafsızdır.
- Sorgulama: İzleyicilere sorar: *"Karakterin yaşadığı sorun gerçekçi mi? Başka ne yapabilirdi? Bu engel nasıl aşılabilirdi?"* İzleyiciler sadece fikir beyan etmek yerine denemeye davet edilir.

3. Müdahale (Stop!)

- Tekrar: Oyun baştan başlatılır. İzleyici, ana karakterin farklı bir karar vermesi gerektiğini düşündüğü anda "Stop!" diye bağırarak oyunu durdurur.

4. Rol Değişimi ve Doğaçlama (Uygulama)

- Seyirci-Aktör: Müdahale eden izleyici sahneye çıkar ve ana karakterin yerine geçer. Kendi çözüm stratejisini oynamaya başlar.
- Dinamik Tepki: Diğer profesyonel oyuncular, izleyicinin bu yeni hamlesine karşı "direnç" göstererek doğaçlama yaparlar. Amaç, gerçek hayatın zorluğunu yansıtmaktır.

5. Analiz ve Ortak Keşif (Kapanış)

- Değerlendirme: Standart bir tiyatro oyunu süresine ek olarak en az 30-60 dakikalık bir izleyici katılım süreci planlanmalıdır. Yapılan müdahalenin işe yarayıp yaramadığı izleyici grubuyla birlikte tartışılır. Amaç "mükemmel çözümü" bulmak değil, "mümkün olan en iyi stratejiyi" araştırmaktır.
- Tekrar: Başka izleyiciler de farklı yollar denemek için sahneye davet edilir; süreç bir laboratuvar titizliğiyle devam eder.
- Sosyal Müdahale ve Çözüm Rehberi: Çalışma sonunda ortaya bir sosyal müdahale ve çözüm rehberi çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Bilim Tiyatrosu (Science Theatre)

Hakkında

Bilim Tiyatrosu; bilimsel kavramları, etik ikilemleri veya karmaşık teknolojik süreçleri dramatize ederek sahne sanatları (tiyatro, drama, pandomin) aracılığıyla halka aktaran etkili bir katılım yöntemidir. Bu yöntem, bilimsel ilerlemenin neden olduğu sosyal krizleri sahneye taşıyarak, rasyonel ve teknik verileri duygusal bir hikâyeye dönüştürür. İzleyicinin bilimsel konuyla empati kurmasını, meseleyi kişiselleştirmesini ve çözümün bir parçası olmasını sağlar. Karmaşık bir konuyu "anlatmak" yerine "göstermeyi" tercih eder.

Amaç

Bilimsel verilerin insan hikâyeleriyle birleştirilmesiyle izleyici ile duygusal bağ kurmak; bilimsel konulara dair etik tartışmaları başlatmak; bilimi sanatsal bir dille herkes için kavranabilir hale getirmek ve erişilebilirliğini sağlamak için kullanılabilir.

Uygunluk Önerisi

Geleneksel süreçte yer almayacak izleyicilere ulaşmak için de ideal bir yöntemdir. Toplumsal direnç gelişen konularda, halkın davranış değişikliği göstermesi beklenen sosyal-teknik meselelerde, katılımın daha çekici hale gelmesi, karmaşık bilimsel konuların daha yaratıcı bir şekilde incelenmesi ve tartışılması, konunun akılda kalma düzeyinin yükseltilmesi için uygundur.

Zorluk

Zor (Senaryo yazımı, oyuncu seçimi, provalar ve sanatsal kalite ile bilimsel doğruluğun dengelenmesi uzmanlık gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Mekân kiralama, oyuncu ve teknik ekip kışeleri, dekor ve kostüm giderleri nedeniyle bütçe gerektirir. Ancak okul gezici tiyatroları şeklinde ölçeklenebilir.)

Süre

Toplam uygulama süresi, 4 aydan az / 1 yıldan fazla (Yöntemin uygulanmasına ilişkin zaman dilimi, diğer tiyatro yapımlarına benzer şekildedir.)

Hazırlık süresi, 2-4 ay (Senaryo yazımı ve provalar)

Uygulama süresi, 45-90 dakika (Gösterim ve ardından gelen tartışma).

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 50-200 kişi (Salon kapasitesine bağlı)

İzleyiciler sadece pasif dinleyici değil, oyunun bazı bölümlerinde veya sonundaki tartışmada aktif katılımcıdır.

Rol Alanlar

- Senarist, bilimsel veriyi drama haline getiren kişi.
- Bilimsel Danışman, içeriğin doğruluğunu denetleyen uzman.
- Oyuncular, mesajı ileten sanatçılar.
- Katılımcılar, STK'lar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Sahne, ışık ve ses sistemleri, dekor malzemeleri.
- Dijital araçlar (Oyunun video kayıtları, oyun içindeki etik ikilemlere izleyici katılımı için dijital platformlar üzerinden interaktif oylama sistemleri).

Yaş ve Uyarlama

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklar için kukla tiyatrosu; yetişkinler için ağır dramalar). Farklı bir tür olarak Forum Tiyatrosu tekniğiyle birleştirilerek; oyunun kritik bir noktasında izleyicinin sahneye çıkıp gidişatı değiştirmesi sağlanabilir.

Bilim Tiyatrosu Uygulama Adımları

Bilimsel veriye dayalı etkileyici bir senaryo geliştirmek ve provaları yönetmek ciddi bir zaman gerektirir. Sürecin yalnız bilgi aktarımı değil, bir katılıma dönüşmesi için oyun sonunda mutlaka vatandaşın karar verme mekanizmasına dahil olabileceği bir adım kurgulamak ve yüksek bütçeli olacağı için çeşitli sponsorlukların yanı sıra TÜBİTAK veya kalkınma ajansları gibi kurum ve kuruluşların finansman desteğini dahil etmek, önemlidir. Bilim tiyatrosu akabinde vatandaşın karar alım süreçlerine dahil olabilmesi için katılımı teşvik eden bir bölüm bulunması önerilir.

1. Konu Belirleme ve Ortak Tasarım

Şehrin veya mahallenin gündemindeki "gerçek" bir sorun temel alınır.

- İpucu (Mesele Seçimi): Yeraltı sularının tükenmesi, gıda güvenliği veya kentsel dönüşüm gibi toplumu doğrudan etkileyen konular seçilir.
- İpucu (Ortak Üretim): Senaryoyu hazırlarken sadece uzmanlar değil, halktan kişiler de "ortak tasarımcı" vasfıyla sürece dahil edilir. Vatandaşın bizzat aktör olarak yer alması, oyunun mahalle nezdindeki inandırıcılığını artırır.

2. Senaryo ve Bilimsel Denetim

Sanat ve bilimin dengesi kurulur.

- İpucu (Disiplinlerarası İş Birliği): Bir dramaturg (bir tiyatro oyununun veya sahne eserinin metnini edebi, tarihsel, toplumsal ve estetik açıdan inceleyen, yönetmene ve oyunculara rehberlik eden uzman kişi) ile bir bilim insanının yan yana çalışması sağlanır. Doğru Denge kuralı uygulanır: Sanat bilimi gölgede bırakmamalı (doğru veri), bilim de sanatı sıkıcı hale getirmemelidir (akıcı kurgu).
- İpucu (Sosyal Kriz Odaklılık): Sadece teknik bilgi verilmemelidir; bilimsel bir gelişmenin yol açtığı etik ve politik çatışmalar hikâyeleştirilir.

3. Gösterim ve Mekân Esnekliği

Tiyatro insanların ayağına götürülür.

- İpucu (Gezici Sahne): Bilimi merkeze uzak mahallelere ulaştırmak için tır üzerine kurulu mobil sahneler kullanılır. Bu, geleneksel süreçlere katılamayacak izleyicilere ulaşmanın en etkili yoludur.
- İpucu (Format Çeşitliliği): Forum Tiyatrosu yaklaşımını kullanarak izleyicinin oyunun akışına müdahale edebildiği interaktif modeller geliştirilebilir.

4. Etkileşimli Tartışma ve Atölye (Hasat)

Oyun bittiğinde asıl katılım süreci başlar.

- İpucu (Oyuncu-Uzman Paneli): Oyun sonrası oyuncular ve bilim insanları sahneye davet edilir. İzleyicilerin soruları cevaplanır ve sahnede görülen hikâyenin "gerçek hayatta" nasıl çözülebileceği tartışılır.
- İzleyicilere sorular sorulması ve hediyeler verilmesi: Konuya ilişkin “siz olsanız ne yapardınız?” gibi sorular sorulması, çevreye ilişkin bir konu seçilmesi halinde “bez çanta, tohum” gibi ufak hediyeler verilmesi de katılım sürecini destekleyebilir.
- İpucu (Politika Önerisi Oluşturma): İzleyicilerin dile getirdiği endişeler ve öneriler kayıt altına alınır. Bu liste, belediyenin o konuyla ilgili stratejik planlarına doğrudan girdi olarak sağlanır.

(ActionCatalogue, Methods, 2026).

3.5.4. Bilim Haftası

Etkinlik ve değerlendirme grubudur. Geniş kitlelere ulaşan veya süreci kapatan bir yöntemdir.

- Kitle Etkileşimi (Bilimsel).
- **Ana Metot:** Bilim Haftası.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Bağımsız niş bir yöntemdir.
- **Analiz:** Bilim Haftası bir "şemsiye" etkinliktir; içinde tiyatrolar, sergiler ve atölyeler barındırır. Farklı yöntemleri bir takvimde toplamak için taktır.

Bilim Haftası (Science Week)

Hakkında

Bilim ve teknolojiyi toplumun her kesimi için erişilebilir, eğlenceli ve anlaşılır kılmayı amaçlayan, genellikle bir hafta süren yoğun etkinlikler dizisidir. Sergiler, atölyeler ve kolektif deneylerle örülü çok katmanlı etkinlikler zinciri olarak kurgulanan bu yöntem, bilimi laboratuvarlardan çıkarıp sokaklara, parklara ve okullara taşıyarak halkın bilimsel süreçlerle doğrudan etkileşim kurmasını sağlar. "Vatandaş bilimi" (citizen science) kavramını teşvik eden en kapsayıcı katılım araçlarından biridir.

Amaç

Bilimin günlük hayattaki rolünü göstererek gençlerde ve yetişkinlerde farkındalık ve merak uyandırmak; bilim insanları ve halkı bir araya getirip karmaşık küresel sorunları (iklim değişikliği, yapay zekâ vb.) yerel düzeyde tartışarak toplumsal diyalogu yakalamak; bilimsel bilgiyi görsel ve deneyimsel şölene dönüştürerek herkes için erişilebilir olması için kullanılır. Merakı tetiklemeyi ve vatandaşları (özellikle gençleri) bilimsel sürecin bir parçası yapmayı sağlar.

Uygunluk Önerisi

Geniş bir kitleye ulaşmak, çocuk, genç ve yetişkinler için bilimin hayattaki yerini anlama fırsatı bulmak, okullar ve toplum arasında köprü kurmak için etkilidir. Şehrin entelektüel sermayesinin artması, bilimsel projelere halk desteği ve toplumsal aidiyet duygusunun güçlenmesi için uygundur.

Zorluk

Zor (Lojistik planlama, çok sayıda paydaşın koordinasyonu ve etkinlik çeşitliliği nedeniyle yüksek organizasyon becerisi gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Mekân kurulumları, ekipmanlar, tanıtım çalışmaları ve personel giderleri nedeniyle kapsamlı bir bütçe veya sponsor desteği şarttır.)

Süre

Hazırlık süresi, 4-8 ay (Planlama süreci)

Uygulama süresi, genellikle 5-7 gün

İlgili tema planlandıktan sonra her yıl aynı hafta gerçekleştirilebilir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Organizasyon ekibi 10-50 kişi; Katılımcılar şehrin veya bölgenin tamamını içerecek şekilde binlerce kişi)

Rol Alanlar

- Festival Koordinatörü, genel akışı yönetir.
- Bilim İletişimcileri, deneyleri ve bilgileri halka aktaran uzmanlar.
- Gönüllüler, lojistik destek sağlayan ekip.
- Katılımcılar, STK'lar, politika yapıcılar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Mobil laboratuvarlar, sergi stantları, sahneler, interaktif kiosklar.
- Dijital araçlar (Etkinlik haritası içeren mobil uygulamalar, online kayıt sistemleri, artırılmış gerçeklik - AR uygulamaları).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur (7'den 70'e her yaş grubu için).

Okul öncesi çocuklar için basit deneyler, gençler için robotik yarışmalar, yetişkinler için "Bilim Kafesi" (Science Café) tarzı akademik tartışmalar düzenlenebilir.

Bilim Haftası Uygulama Adımları

Dış ortaklar (şirketler ve üniversiteler) olmadan bu yöntem sönük bir "okul etkinliğine" dönüşeceğinden ortaklık yönetimi ve ağ kurulması zorunluluktur. Gelişmiş bir organizasyon becerisi ister ve binlerce verinin raporlandığı dijital sistemlerin (Bilişim becerileri) hatasız çalışması gerekir. Öğretmen ve gönüllülerin süreci doğru yönetebilmesi için rehberlik (facilitation) desteği verilmelidir.

Tek seferlik bir kutlama yerine, her yıl beklenen ve gelenekselleşen bir yapı kurmak organizasyonun asıl başarısı olarak sürdürülebilirliği sağlayacaktır.

1. Tema Belirleme ve Fikir Kataloğu Oluşturma

Haftanın ruhunu yansıtacak kapsayıcı bir odak noktası seçilir.

- İpucu (Tema): "Sürdürülebilir İlçe" veya "Geleceğin Enerjisi" gibi hem küresel hem de yerel karşılığı olan bir ana odak, bilimsel kurumlarla birlikte belirlenir.
- İpucu (Fikir Kataloğu): Sekreterlik veya proje ekibi aracılığıyla, okulların kendi bünyelerinde uygulayabileceği etkinlikleri içeren zengin bir "Yöntem ve Fikir Kataloğu" hazırlanır. Bu katalog, öğretmenlerin sürece katılımını kolaylaştırır.

2. Stratejik Ağ Oluşturma (Networking) ve Finansman

Bilim haftası tek başına yapılamayacak kadar büyük bir organizasyondur.

- İpucu (Paydaş Katılımı): Üniversiteler, müzeler, teknoloji şirketleri ve araştırma merkezleriyle "çözüm ortaklığı" kurulur. Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, bu haftaya kanalize edilebilir.
- İpucu (Finansman Modeli): Etkinlik ticari amaç taşımamalıdır. Devlet hibeleri, belediye bütçesi ve sponsorluklarla finansman çeşitlendirilir. Fon toplama sürecinin hazırlığın en zaman alıcı kısmı olduğu unutulmamalıdır.

3. Kitlese Deney ve Katılımcı Bilim (Citizen Science)

Halkı sadece izleyici değil, veri toplayan birer "bilim insanı" haline getirmek önemlidir.

- İpucu (Büyük Veri): Binlerce öğrencinin aynı anda veri topladığı bir "Kitlese Deney" kurgulanır. Toplanan verilerin gerçek bilim insanları tarafından analiz edilmesi ve sonucun raporlanması sağlanarak, katılımcılara "başardık" duygusu yaşatılabilir.
- İpucu (Konferans Rezervasyonu): Uzmanların ve bilim insanlarının okulları ziyaret ederek deneyimlerini paylaştığı bir randevu sistemi kurulur.

4. Uygulama: Şehir Ölçeğinde Deneyim Odaklılık

Bilim kapalı kapılar ardında değil, şehrin her noktasında yaşatılır.

- İpucu (Dokunmak Serbest): "Dokunmayın" tabelaları kaldırılır. "Burayı Kurcalayın" yaklaşımının benimsendiği deneyim odaklı alanlar kurulur.
- İpucu (Kapsayıcılık ve Mobilite): Dezavantajlı mahallelerdeki çocuklar unutulmamalıdır. Eğer onlar merkeze gelemiyorsa, "Mobil Bilim Tırları" veya gezici atölyelerle bilimi onlara götürerek fırsat eşitliği sağlanır.

5. Ölçme, Değerlendirme ve Hasat

Haftanın sonunda elde sadece fotoğraf değil, somut veriler olmalıdır.

- İpucu (Analiz): Ziyaretçi sayıları, toplanan bilimsel verilerin doğruluğu ve katılımcı memnuniyeti dijital araçlarla analiz edilir. Elde edilen bulgular, bir sonraki yılın temasını belirlemek için kullanılır.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (Gemini, 2026).

3.6. Küme F: Kamusal Forumlar ve Aktif Katılım

Vatandaşın fiziksel olarak sürece dahil olduğu toplumsal alanlardandır. Katılımın en görünür ve "meydan" odaklı aşamasıdır. Bu grupta yer alan yöntemler arasındaki temel fark; resmiyet düzeyi, katılımcı sayısı ve karar vericinin rolü (Dinleyici mi, katılımcı mı?) üzerinedir.

Geniş kitlelerin fiziksel olarak bir araya geldiği ve yasal/resmi süreçlerin işletildiği, kitlesel hesap verebilirlik ve ortak karar mekanizmaları yöntemlerini içeren gruplar, burada yer alır.

Benzeşen Yöntemler: Açık Oturumlar (Public Hearings), Halk Toplantıları (Public Meetings), Halka Açık Çalıştaylar (Public Workshops), Vatandaşların Duruşması (Citizens' Hearing), Yerel Meseleler Forumu (Local Issues Forum), Saha-Alan Toplantıları (Area/Neighborhood Forums), Bilgilendirme Toplantıları (Information Meetings), Vatandaş Zirvesi (Citizen Summit) & 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları (21st Century Town Meeting), Açık Evler (Open Houses), Halk Fuarları (Community Fairs), Vatandaş Jürisi (Citizen Jury).

3.6.1. Açık Oturumlar / Halk Toplantıları / Halka Açık Çalıştaylar / Vatandaşların Duruşması / Yerel Meseleler Forumu / Saha-Alan Toplantıları / Bilgilendirme Toplantıları

Geleneksel ve resmi dinleme grubudur. Bu grupta karar verici genellikle kürsüdedir; halk görüşlerini sunar (Hiyerarşik yönelim).

- Geleneksel dinleme ve ortak üretim yöntemlerindendir.
- **Ana Metot:** Halk Toplantıları ve Kamusal Forumlar (Genel isim).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Açık Oturumlar, Halk Toplantıları, Halka Açık Çalıştaylar, Vatandaşların Duruşması, Yerel Meseleler Forumu, Saha-Alan Toplantıları, Bilgilendirme Toplantıları. Kamusal forum ailesi olarak ikiz yöntemler şeklinde değerlendirilir, birbirinin yerine kullanılabilir.
- **Analiz:** Geniş kitlelerin toplandığı, yasal veya kurumsal hesap verebilirlik içeren kamusal toplantılardır. Belediye ve kamu kurumları, yasal zorunluluk veya şeffaflık gereği halkı bir salona, mahalle meydanına toplayarak bir konuda hesap verir ya da bir projeyi tartışır. Anglo-sakson literatüründe daha büyük ölçekli ve resmi olanına "Hearing" (Duruşma/Oturum), mahalle ölçeğinde olanına ise "Neighborhood Forum" denir. İsimler tamamen coğrafi ve hukuki nüanslardan ibaret olup operasyonel adımları neredeyse aynıdır. Resmiyet gerektiğinde Açık Oturum; duygu paylaşımı için Halk Toplantısı ya da Vatandaşların Duruşması kullanılabilir (Bu yöntem, vatandaşın "tanık" ve karar vericinin pasif dinleyici olduğu vurgulu bir modeldir). Saha Toplantıları, belediyenin vatandaşın ayağına (mahallesine) gittiği en mikro halidir. Halka Açık Çalıştaylar ise daha teknik çözüm üretme odaklıdır. Mahalle ölçeğinde bir sorun (örneğin, park düzenlemesi) konuşulacaksa "Saha Toplantısı"; ilçeyi ilgilendiren bir strateji geliştirilecekse "Çalıştay" veya "Forum" tercih edilir. Bilgilendirme Toplantıları, katılımcıdır, halka açık ve geniştir.

Açık Oturumlar (Public Hearings)

Hakkında

Bir kamu kurumunun (belediye, bakanlık vb.), almayı planladığı bir karar veya hazırladığı bir proje hakkında halkın görüş, öneri ve itirazlarını dinlemek amacıyla düzenlediği, genellikle yasal çerçeveye sınırları belirlenmiş resmi toplantı formatıdır. Vatandaşa yönelik duyuru ve çağrılardan sonra yapılır. Belirlenmiş sunumlar gerçekleştirilir, soru ve öneriler alınır; raporlaştırılarak karar sürecine dahil edilir.

Amaç

Halkın görüşünün yasal olarak alınması gereken konularda görüş almak; projenin etkileyeceği kesimlerden ve yerelden bilgi toplamak ve karar alma süreçlerini şeffaf hale getirerek toplumsal kabul edilebilirliği artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kamuoyunda oluşan kaygıların resmi yoldan dile getirilmesini sağlamak ve yanlış anlaşılmalara düzeltmek için uygundur. Vatandaşlara ispat endişesi duymadan konuşma imkânı sunar.

Zorluk

Orta/Zor (Resmi prosedürlerin takibi, salon yönetimi ve olası çatışmaların (protestoların) modere edilmesi profesyonellik gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Resmi ilan masrafları, mekân kirası ve tutanak tutacak personel maliyeti vardır.)

Süre

Hazırlık süresi, 15-30 gün (İlan süreci ve ön hazırlıklar)
Uygulama süresi, genellikle 2-4 saat

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Salon kapasitesine göre katılım sayısı değişir.) Katılımcıların temsil gücünden ziyade, projeden doğrudan etkilenen (paydaş) kitle olması teşvik edilir.

Rol Alanlar

- Bir Oturum Başkanı (Belediye Başkanı veya teknik amir).
- Uzman Panelistler, proje sunumu yapacak kişiler.
- Resmi Tutanak Kâtibi.
- İzleyiciler.

Donanım ve Araçlar

- Kürsü, izleyiciler için mikrofon, ses kayıt sistemi, sunum için projeksiyon.
- Katılımcı kayıt listeleri, proje tanıtım özetleri, resmi tutanak defteri.

Yaş ve Uyarılama

Genellikle yetişkin yaş grubuna hitap eder. "E-Oturum" (E-Hearing) formatıyla, fiziksel toplantıya katılamayanların görüşlerini dijital platformlar üzerinden resmi olarak iletmesi sağlanabilir.

Açık Oturumlar Uygulama Adımları

Halkın görüşlerinin dikkate alınmamasına yönelik bir algı oluşursa kamuoyunda güvensizliğe yol açabilir. Duygusal ve öfkeli çıkışlara karşı tarafsız ve sakin bir süreç yönetimi yapılması gerekir.

1. Resmi Duyuru ve Bilgilendirme:

- Toplantıdan haftalar önce vatandaşlara çağrı yapılır ve proje taslakları halkın incelemesine açılır. Çağrı için yerel gazeteler, sosyal medya ve panolardan yararlanılır.

2. Açılış ve Teknik Sunum (20-30 dk):

- Oturum başkanı süreci başlatır. Uzmanlar projenin ne olduğunu, neden yapıldığını ve beklenen etkilerini objektif bir dille sunar.

3. Halkın Görüşleri ve Sorular (60-120 dk):

- Katılımcılara belirlenmiş bir süre ile söz hakkı verilir (genelde 2-3 dakika). Bu aşama, dinleme ve not alma esaslı olup tartışma odaklı değildir.

4. Cevaplama ve Açıklama:

- Panelistler, teknik soruları cevaplar, ancak hemen cevap verilemeyen soruların resmi raporda yer alacağı iletilir.

5. Kapanış ve Tutanak İmzalama:

- Toplantının özeti geçilir ve tutanak altına alınan görüşlerin karar sürecinde nasıl değerlendirileceği açıklanarak oturum kapatılır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Halk Toplantıları (Public Meetings)

Hakkında

Bir kurumun (belediye, çevre ajansı vb.) belirli bir proje, politika değişikliği veya toplumsal sorun hakkında bilgi paylaşmak, kamusal tartışma yürütmek ve vatandaşların görüşlerini resmi bir ortamda almak için düzenlediği geleneksel ve yapılandırılmış katılım yöntemidir. Halkın karar vericilerle doğrudan etkileşime girmesine olanak tanıyan en yaygın "yüz yüze" demokratik araçlardan biridir. İyi yapıldığında, topluluk duygusu oluşturmaya yardımcı olur. Toplantılar her boyutta ve amaçta olabilir (bilgi vermekten fikir birliğine varmaya kadar). İnsanların bir araya gelerek görüşlerini ifade etmeleri, bir konuşmacıyı veya önerilen bir planı dinlemeleri, bir konu hakkında ortak öğrenmede bulunmaları veya birlikte çözüm geliştirmeleri için kullanılır. Belirli bir senaryo veya gündeme uyması gerekmez. En büyük avantajı, paydaşların sadece kurumla değil, birbirleriyle de konuşabilme ve birbirlerini dinleyebilme olanağıdır. Halk toplantılarının asıl gücü, kentin kaderini etkileyecek kararlarda halkın rızasını, ortak aklını ve dürüst geri bildirimlerini sürecin merkezine koyabilmesidir.

Amaç

Projenin teknik detaylarını, çevresel etkilerini veya yasal çerçevesini halka doğrudan aktararak resmi bilgilendirme yapmak; karar alma süreci tamamlanmadan önce vatandaşların endişelerini, desteklerini veya önerilerini kayıt altına alarak kamuoyu görüşünü toplamak; karar vericilerin halkın karşısına çıkarak soruları cevaplaması yoluyla güven inşa etmek; şeffaflık ve hesap verebilirliği sağlamak için kullanılır. Bu toplantılar katılımın süresini uzatan ve derinleştiren stratejik dönüm noktalarıdır.

Uygunluk Önerisi

Toplumsal gerginliğin azalması, projenin meşruiyet kazanması ve vatandaşın "sesim duyuluyor" hissinin oluşması için idealdir. Bir konuyu topluluğa tanıtmak, katılımcılara endişelerini, sorunlarını ve fikirlerini dile getirme fırsatı sunmak, ayrıntılı bilgileri ve kararları toplum genelinde yaygınlaştırmak, alternatif stratejileri keşfetmek ve fikir birliği oluşturmak için uygundur.

Zorluk

Orta (Gergin geçebilecek oturumları yönetmek ve her sese adil süre tanımak uzmanlık ister.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân kirası, tarafsız moderatör desteği, teknik ekipman, duyuru masrafları ve personel.)

Süre

Hazırlık süresi, aylar sürer. Reklamlara en az 1 ay önceden başlanmalıdır.

Uygulama süresi, 4-6 saat (Toplantı süresi 2-4 saat; hazırlık süresi yaklaşık 2 saat)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Katılımcı sayısı alan büyüklüğüyle sınırlıdır. Genellikle 50-500 kişi arası katılım gözlenir, uygulama için büyük salonlar gereklidir.) Büyük toplantı uygulamaları için toplantı bölümleri, küçük gruplar halinde diyalog kurulmasına olanak sağlayacak şekilde ayrılabilir.

Rol Alanlar

- Moderatör, tarafsızlığı sağlayan ve süreyi yöneten kişi (ana kolaylaştırıcı ve çalışma grubu kolaylaştırıcıları).
- Yardımcı personel, çalışma grubu kolaylaştırıcılığı yapan kişiler.
- Sunum yapanlar, teknik uzmanlar veya belediye yöneticileri.
- Video çekim uzmanları.
- Raportör, tüm konuşmaları resmi tutanağa geçiren kişi.
- Teknik ekip, mobilya ve ekipmanların kurulum ve sökülmesini yapan kişiler.

- Tercümanlar, tercüme faaliyeti gerekliyse görev alacak kişiler.
- Çocuk bakım destek ekibi.

Donanım ve Araçlar

- Mikrofon sistemi, projeksiyon, dizüstü bilgisayarlar, ekranlar, kayıt masası, isim listeleri (imza sirküleri), soru-cevap kartları, formlar (değerlendirme formları, yorum formları), isim etiketleri.
- Flip chart veya grafik kaydediciler için kaydediciler, kâğıt, raptiye, bant ve kalemler.
- Uygun alan ve mobilyaya sahip mekân.
- Zaman, çaba ve dinleyici kitlesine uygun ikramlar.
- Sunumlar, video, posterler, bilgi notları, gündemler.

Yaş ve Uyarılama

Hemen her yaş grubu için uygundur (Oy hakkı olan yetişkinler önceliklidir, ancak gençlerin katılımı teşvik edilmelidir). "Hibrit Halk Toplantıları" ile hem fiziksel hem de çevrimiçi (canlı yayın üzerinden soru alarak) katılım sağlanabilir.

Halk Toplantıları Uygulama Adımları

En köklü ve doğrudan katılım yöntemidir. Doğru kurgulanmadığında, şikayetlerin havada uçtuğu bir "deşarj alanı" veya belirli grupların domine ettiği verimsiz oturumlara dönüşür. Toplantılarda genellikle üslubu en sert veya mahallede gücü elinde bulunduran kişiler öne çıkarak diğer sesleri bastırabilir. Önlemek için söz hakkı adil dağıtılmalı, gerekirse masalara bölünerek küçük grup tartışmalarıyla süreç desteklenmelidir (Baskın sesler tuzağı). Toplumun tamamının (gençler, kadınlar, göçmenler) görüşünü yansıtabilmek için hedef kitlelere doğrudan ulaşım temsiliyet eksikliği giderilmelidir.

Odak noktası, "kişiler" değil, "sorunlar ve çözümler" üzerinde tutularak çatışma yönetimi iyi yapılmalıdır. Görüşler alındıktan sonra süreç tamamen sessizliğe gömülürse halkta "bizi dinlemiyorlar, her şey göstermelik" algısı oluşur. Süreç takibi, önemlidir.

1. Duyuru, Lojistik ve Hazırlık

- Stratejik Zamanlama: Toplantıdan en az 2 hafta önce yer, zaman ve gündem yerel medya, muhtarlıklar ve sosyal ağlar üzerinden ilan edilir. Bilgi dokümanları ve proje özetleri önceden halkın erişimine açılır. Toplantı, topluluk için en uygun saatte (örneğin, çalışanlar için akşamüstü) planlanır.
- Mekân Seçimi: Etkinlik yeri doğrudan etkilenen mahallenin kalbinde veya herkesin rahatça ulaşabileceği tarafsız, esnek ve erişilebilir bir alanda (örneğin, kültür merkezi, okul salonu) olmalıdır.
- Kapsayıcılık: Engelli vatandaşlar için fiziksel rampalar, gerekirse işaret dili veya yerel dil tercüme düzenlemeleri önceden tamamlanır. Katılımcıları samimi bir ortamda karşılamak için küçük ikramlar sunulur.

2. Açılış ve Temel Kuralların Belirlenmesi

- Karşılama ve Güven: Ekip alana erken gelir, ses ve görüntü ekipmanlarını test eder. Gelen herkes güler yüzle karşılanır.
- Çerçevenin Çizilmesi: Moderatör toplantının amacını, beklenen çıktıları ve bu toplantının genel karar mekanizmasındaki yerini açıklar. Katılımcılardan "karşılıklı saygı, söz kesmeme ve süre sınırı" gibi temel davranış kuralları (yönergeler) için onay alınır.

3. Teknik ve Anlaşılır Bilgilendirme Sunumu

- Sade Dil: Uzmanlar konuyu teknik terimlere boğmadan, haritalar ve görseller eşliğinde anlaşılır bir dille sunar. Sunumların videosu çekilerek katılamayanlar için daha sonra dijital mecralarda yayınlanmak üzere saklanır.

4. Soru-Cevap ve Kolaylaştırılmış Tartışma

- Eşit Süre İlkesi: Söz almak isteyen her katılımcıya eşit süre (örneğin, 3 dakika) verilir.
- Moderatörün Rolü: Güçlü bir kolaylaştırıcılık şarttır. Sesini yükselten veya baskın olan kişilerin toplantıyı ele geçirmesine, tartışmanın kişiselleşmesine asla izin verilmez. Sessiz kalan kitlelerin de sesini duyurabileceği güvenli ortam yapısı korunur.
- Esneklik: Gündemi tamamen değiştirmeyecek, ancak topluluğun hassas olduğu yeni alt başlıklar ortaya çıkarsa moderatör esnek davranarak konunun konuşulmasına alan açmalıdır.

5. Resmi Kayıt ve Anlık Özet

- Tutanak Altına Alma: Tüm görüşler, eleştiriler ve öneriler kelimesi kelimesine veya özetlenerek raportörler tarafından kaydedilir. Etkinliğin kaydı için fotoğraflar çekilir.
- Teknik Sorular: Toplantı anında cevaplanamayan teknik sorular için "Not alındı, tarafınıza yazılı olarak dönülecek" taahhüdü verilir ve iletişim bilgileri alınır. Toplantı sonunda duyulan her şey halka kısaca özetlenir.

6. Şeffaf Takip ve Raporlama

- Geri Bildirim Döngüsü: Toplantı bittikten sonra, toplanan görüşlerin belediyenin nihai kararını nasıl etkilediği, nelerin revize edildiği veya teknik olarak nelerin neden uygulanamayacağı halka (web sitesi, bülten veya muhtarlıklar aracılığıyla) net bir şekilde açıklanır.

(EPA, 2026).

Halka Açık Çalıştaylar (Public Workshops)

Hakkında

Vatandaşların, uzmanların ve yerel yönetim temsilcilerinin, küçük gruplar halinde, belirli bir konu veya bölge üzerinde çözüm üretmek, tasarım yapmak veya politika geliştirmek için ortaklaşa çalıştığı, haritalama ve tasarım odaklı etkileşimli toplantılardır. Yöntem, halkın sadece "şikâyet eden" değil, "çözüm üreten" bir paydaş olmasını sağlar, katılımcıları "izleyici" konumundan "paydaş tasarımcı" konumuna taşır. Birlikte tasarlama (co-design) kültürünün en dinamik örneğidir.

Amaç

Karmaşık bir sorunu (örneğin, su kıtlığı veya trafik) parçalara ayırıp halkın yerel bilgisi ve teknik çözümlerle ortak çözümler üretmek; katılımcıların konu hakkındaki teknik kısıtlamaları (bütçe, yasalar, arazi yapısı vb.) yaparak-yaşayarak öğrenmeleri yoluyla eğitici katılım sağlamak; farklı çıkar gruplarını (esnaf, çevreci, mahalleli) aynı masada buluşturarak mutabakat kurmak için kullanılabilir.

Uygunluk Önerisi

Yüksek düzeyde toplumsal sahiplenme, teknik olarak daha rafine fikirler ve katılımcıların artan vatandaşlık bilincini ortaya çıkarmak için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (İyi hazırlanmış çalışma materyalleri ve profesyonel masa moderasyonu gerektirir.)

Maliyet

Orta (Mekân, profesyonel kolaylaştırıcılar, haritalar, maket malzemeleri ve yeme-içme.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, 3-6 saat (Yarım ya da tam gün şeklinde yapılan oturumlar)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-60 kişi (Birden fazla küçük grup olmak üzere her masada 6-8 kişi.)

Rol Alanlar

- Baş Facilitatör/Kolaylaştırıcı, genel akışı yöneten kişi.
- Masa Facilitatörleri/Kolaylaştırıcıları, her masadaki tartışmayı yönlendiren rehberler.
- Teknik uzmanlar, masaları gezerek bilgi veren belediye personeli.

Donanım ve Araçlar

- Büyük ölçekli haritalar, post-itler, renkli kalemler, senaryo kartları, "Bütçe Paraları" (önceliklendirme için).
- Masa sandalye ve uygun mekân.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygundur (Çocuklar için "Hayalimdeki Şehir" masaları kurulabilir). "Halka Açık Tasarım Stüdyosu" olarak daha teknik ve mimari odaklı versiyonları mevcuttur.

Halka Açık Çalıştaylar Uygulama Adımları (Victoria Modeli)

Çalıştayların başarısı, sessiz çoğunluğun sesini duyurabilmesidir, eşit söz hakkı sağlamak önemlidir. Masalardan çıkan karalanmış haritalar ve çizimler, teknik ekipler için vatandaşın "Mekânsal hafızasını" ve "ihtiyaç önceliklerini" gösteren en değerli veriler olarak kayıt altına alınmalıdır. Büyük haritalar,

yeterli kırtasiye malzemesi, uygun ses düzeni ve geniş bir mekân gerektirir. Teknik verilerin halkın anlayacağı basit görsellere dönüştürülmesi ciddi bir ön çalışma ister.

Çalıştayda üretilen her fikrin hayata geçemeyebileceği, ancak mutlaka teknik değerlendirmeye alınacağı katılımcılara dürüstçe anlatılarak beklenti yönetimi dikkatle yapılmalıdır.

1. Bilgilendirme ve Çerçeve Çizme (Scoping)

- Sunum: Toplantı başında konu hakkında teknik ama sade bir bilgilendirme yapılır.
- Sınırların Belirlenmesi: Katılımcıların enerjisini doğru yere yönlendirmek için "ne yapılamayacağı" (bütçe kısıtları, yasal engeller vb.) net bir şekilde çizilir.

2. Küçük Grup Çalışması ve Görevlendirme

- Masa Düzeni: Katılımcılar 6-10 kişilik masalara dağılır. Her masaya spesifik bir soru veya görev verilir.
- Kolaylaştırma/Fasilitasyon: Her masada tartışmayı yöneten, herkesin söz almasını sağlayan ve "en çok bağıranın" baskın çıkmasını engelleyen tarafsız bir kolaylaştırıcı (fasilitatör) bulunur.

3. Fikir Fırtınası ve Haritalama (Uygulama)

- Görsel Tasarım: Katılımcılar dev haritalar veya planlar üzerinde çizimler yapar, yapışkan notlarla (post-it) önerilerini gerekçelendirir.
- Somutlaştırma: Soyut fikirler, fiziksel mekâna veya süreç çizelgelerine dökülür.

4. Galeri Yürüyüşü ve Nokta Oylama

- Paylaşım: Her masa kendi çalışmasını tamamlar. Tüm katılımcılar bir müze gezer gibi diğer masaları dolaşarak yapılan çalışmaları inceler.
- Önceliklendirme: Katılımcılar, kendilerine verilen renkli stickerlar (nokta oylama) ile diğer masalarda gördükleri en beğendikleri fikirleri işaretleyerek toplumsal eğilimi belirler.

5. Sentez ve Yol Haritası (Kapanış)

- Özet: Fasilitatörler/Kolaylaştırıcılar, tüm masalardan çıkan ortak temaları ve en çok destek gören fikirleri özetler.
- Taahhüt: Belediye yetkilisi, bu çıktıların hangi karar mekânizmasına (Meclis, Encümen, Teknik Birimler vb.) ne zaman sunulacağını açıklar.
- Rapor ve Yol Haritası: Masalardan çıkan haritalar, taslaklar ve öncelik listelerini içeren, belediyenin teknik çalışmalarına altlık oluşturacak kapsamlı bir "Çalıştay Sonuç Raporu ve Eylem Taslağı" ortaya çıkar.

(EPA, 2026); (ArthurRylaInstitute, 2025); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Vatandaşların Duruşması/Dinlemesi (Citizens' Hearing)

Hakkında

Vatandaşların Duruşması (Citizens' Hearing), rastgele seçilmiş 20-25 vatandaştan oluşan bir heyetin, teknik uzmanları ve siyasetçileri projeyle ilgili "çapraz sorguya" çektiği, zorlukları kendilerinin tanımlayıp çözüm önerdikleri yoğun bir hesap verme günüdür. Bu araç, kamu idaresinin savunmacı dilden uzaklaşıp, çözüm odaklı ve şeffaf bir pozisyona geçmesini zorunlu kılar. Hukuk sistemindeki tanık dinleme süreçlerine benzer; ancak roller tersine dönmüştür. Vatandaşlar "hakim/jüri" koltuğundadır; karar vericiler ve uzmanlar ise kendi planlarını veya uygulamalarını bu heyete sunarlar. Yöntem, beyin fırtınası, diyalog, önceliklendirme, mantık yürütme ve oylama araçlarını kullanarak vatandaşı "pasif katılım"dan kurtarıp, yönetimi doğrudan denetleyen bir aktör yapar.

Amaç

Karar vericileri halka karşı doğrudan hesap verebilir kılmak; projelerin gizli kalmış risklerini vatandaşın "yerel bilgisiyle" açığa çıkarmak; kamu güvenini inşa etmek ve tek taraflı bilgilendirme yerine çift yönlü, sorgulayıcı bir diyalog ortamı yaratmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Hazırlık zamanı az, ancak etkili bir yöntem arandığında, belli bir soruna karşı bir grup vatandaşın nasıl baktığına yönelik nitelikli fikir sunma ve vatandaşın özel bilgilerine erişim sağlamada, özellikle devam edecek bir siyasi girişimin ilk aşamalarında uygulanabilir.

Zorluk

Orta/Zor (Yetkililerin eleştiriye açık olması ve vatandaşların doğru soruları sorabilmesi için ön hazırlık.)

Maliyet

Düşük/Orta (Toplantı mekânı, ses sistemi ve moderasyon.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Vatandaş heyetinin bilgilendirilmesi ve yetkililere davet).

Uygulama süresi, yarım gün veya 1 tam gün (Yarım ya da bir gün süren oturumlar şeklinde).

Hazırlık aşaması dokümanların paylaşılmasıyla başlar, uygulama ise tam bir günü (yoğun mesai) kapsar.

Yöntemin uzun uygulanışı için süre;

Fikir çalıştay, 1. ay (Uzmanlar ve paydaşlarla fikir çalıştay düzenlenerek bilgilendirme materyali hazırlanması)

Vatandaş dinlenmesi, 4. Ay (Vatandaş dinleme günü)

Politikacılara sunum ve sonuç, 7. ay (Dinleme materyalinin temalar halinde toplanması, politikacılara sunulması ve sonuçlar üzerine siyasi tartışma)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, değişken (Vatandaşlardan oluşan ve konuyla ilgili farklı kesimlerden seçilmiş kişileri içeren sorgu heyeti 20-25 kişi; Karar vericiler, uzmanlar ve proje yöneticilerinden oluşan ifade veren kişiler; Basın ve izleyici olarak ilgilenen dinleyici vatandaş grubu, yer alır)

Rol Alanlar

- Bağımsız Moderatör, "Duruşma başkanı" rolünde, sürenin adil kullanımını ve nezaket kurallarını sağlayan kişi.
- Vatandaş Paneli, soruları hazırlayan ve sunumları değerlendiren grup.
- Katılımcılar, STK'lar, araştırmacılar, sanayiciler, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Mikrofon düzeni, sunum ekranları, soru-cevap kayıt sistemleri.

Yaş ve Uyarılama

Genel olarak yetişkinler için uygundur (Profesyonel süreçler sebebiyle). "Okul Meclisi Duruşması" olarak uyarlanıp, okul yönetiminin harcamalar hakkında öğrencilere hesap vermesi sağlanabilir.

Vatandaşların Duruşması Uygulama Adımları

Vatandaşların görüşlerinin dengeli bir şekilde dinlenmesini sağlamak için organizatörün tarafsızlığı hayati önem taşır. Vatandaşlar çabalarının boşa gideceğinden şüphe duyabilir. Siyasetçilerin süreçte aktif bulunması ve sonuçları kullanacaklarına dair güvence vermesi bu şüpheyi giderir. Yorumlarda aşırıya kaçılmamalı ve manipüle etmemelidir.

Başarı, yetkililerin eleştirileri birer "saldırı" değil, "iyileştirme fırsatı" olarak görmesine bağlıdır.

1. Heyet ve Rollerin Belirlenmesi (Hazırlık)

- Vatandaş Heyeti: Rastgele seçilen veya "aktif demokrasi" üyelerinden oluşan 20-25 kişilik bir grup kurulur. Toplumun farklı yaş ve kesimlerini temsil etmesi için 1.000 kişiye varan kişisel davetiyeler ve medya reklamları kullanılır.
- Proje Yönetimi: Sürecin güvenilirliği için tarafsız bir üçüncü taraf (organizatör ekip) süreci yönetir.
- Planlama Grubu: Uzmanlardan oluşan bu grup, duruşma için gerekli teknik bilgi materyallerini hazırlar.

2. Bilgilendirme ve Uzman Sunumları (Öğrenme)

- Ön Hazırlık: Heyete, duruşma öncesinde tüm teknik raporlar iletilir.
- Sunum Aşaması: Yetkililer (Örneğin, Birim müdürleri veya koordinatörler), projeyi 20-30 dakikada özetler. Sunumlar, karşıt görüşleri ve farklı toplumsal öncelikleri de içermelidir.

3. Zorlukların Tanımlanması (Beyin Fırtınası)

- Küçük Gruplar: Vatandaşlar 4-6 kişilik çalışma gruplarına ayrılır. Her grup, kendi algıladığı temel zorlukları belirler.
- Eleme ve Puanlama: Gruplar belirledikleri zorlukları genel kurulda sunar ve tüm katılımcılar tarafından yapılan puanlama ile en kritik sorunlar seçilir.

4. Çözüm Üretme ve Çapraz Sorgu (Müzakere)

- Sorgulama: Vatandaş heyeti, seçilen zorluklar üzerinden yetkililere "çapraz sorgu" formatında sorular yöneltir.
- Çözüm Planı: Öğleden sonraki oturumda vatandaşlar, seçtikleri zorluklar için olası çözümler ve önerilen eylem planlarını formüle ederler.

5. Sunum ve Cevap Taahhüdü (Kapanış)

- Halkın Kararı: Günün sonunda eylem planları siyasetçilere ve medyaya sunulur.
- Resmi Cevap: Siyasetçiler duruşmada bizzat bulunarak önerileri dinler. Heyet, eksik kalan sorular için 15 gün içinde yazılı cevap verilmesini içeren bir "kanaat raporu" hazırlar.
- Nihai Çıktı: Duruşma Tutanağı, "Vatandaş Kanaat Raporu" ve yetkililerin resmi "Cevap Taahhüt Belgesi" şeklinde ortaya çıkar.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (IIED, Yönetişim, 2026); (ChatGPT, 2026); (Gemini, 2026).

Yerel Meseleler Forumu (Local Issues Forum)

Hakkında

Yerel Meseleler Forumu (Local Issues Forum) tekniği, mahalle ölçeğindeki sorunların doğrudan muhatapları tarafından dile getirilmesini sağlayan; "e-Demokrasi" ile fiziksel katılımı harmanlayan en dinamik yöntemlerdendir. Yöntem, yerel yönetimin gözünden kaçabilecek detayları bir "erken uyarı sistemi" gibi tespit ederek, kamu politikalarının tabandan tavana doğru şekillenmesini sağlar. Hiyerarşinin en aza indirildiği bir "kamusal alan" yaratır. Bu forumlar, geleneksel belediye meclis toplantılarından farklı olarak, sadece izleyici değil, aktif birer "müzakereci" olarak vatandaşların sesini duymayı hedefler. Tartışılan konular genellikle doğrudan mahallenin yaşam kalitesini etkileyen (ulaşım, çevre, güvenlik, sosyal hizmetlere dair) meselelerdir. e-Demokrasi kapsamında forum uygulamaları da mevcuttur. Bunlar wikilere benzer, ancak daha yerel ölçekli ve politik eğilimlidir.

Amaç

Yerel toplulukların karar alma süreçlerine doğrudan dahil olmasını sağlamak; vatandaşlar ile yerel yönetim arasındaki güven bağına güçlendirmek; gizli kalmış yerel sorunları su yüzüne çıkarmak ve toplumsal sahiplenme duygusunu artırmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bir bölgedeki iklim değişikliği etkilerini en çok hisseden mahallelerde halkın yerel adaptasyon önerilerini toplamak; mahalle dayanışma platformu tasarlarırken forumda dile getirilen meseleleri dijital çözümlere (arayüz fonksiyonlarına) dönüştürmek; girişimcilik yatırımlarının bölge halkı tarafından nasıl karşılandığını anlamak ve sosyal etkiyi yerinde tartışmak için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Katılımcıların beklentilerini yönetmek ve tartışmaların olmasını sağlamak için kolaylaştırıcılık becerisi gerekir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân kiralama, duyuru çalışmaları ve moderasyon ekibi.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Duyuru ve hazırlık)

Uygulama süresi, 2-4 saat (Periyodik olarak ayda bir veya üç ayda bir tekrarlanabilir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-100 kişi (Büyük gruplarda küçük masa tartışmaları yöntemine geçilir.)

Rol Alanlar

- Bağımsız Moderatör, tartışmayı yöneten, tarafsızlığı sağlayan profesyonel.
- Not Alıcı (Recorder), dile getirilen her meseleyi ve çözüm önerisini raporlayan kişi.
- Forum yöneticisi ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Mikrofon sistemi, projeksiyon (verileri sunmak için), büyük yazı tahtaları.

Yerel Meseleler Forumu Uygulama Adımları

Tüm vatandaşların katılımına açık, vatandaş odaklıdır ve ideal olarak vatandaşlarca yürütülür; belediye burada "dinleyici" ve "kolaylaştırıcı" rolündedir. Tartışmaların dağılması riskine karşı, her oturumun net bir gündemle başlaması sağlanmalıdır.

Çevrimiçi ortamda yürütülen forumlarda zaman gereksinimi sürekli olduğundan moderasyon kesintisiz olmalıdır. Forumların tarafsızlığını korumak ve odaklanma eksikliğini gidermek için sürekli bir "forum yöneticisi" tahsis edilir. Fiziksel forumlar düşük maliyetlidir; çevrimiçi forumlarda ise giderler sadece platformun sürdürülmesinden ibarettir.

1. Konu ve Alan Belirleme (Hazırlık)

- Tema Seçimi: Meseleler ya serbest bırakılır ya da belirli bir tema (Örneğin, "Bir bölgede Yeşil Alanların Geleceği") seçilir.
- Mekân ve Platform: Fiziksel forumlar için okul bahçesi veya mahalle evi gibi tarafsız alanlar seçilirken; çevrimiçi forumlar için sürdürülebilir bir dijital altyapı kurulur.

2. Kapsayıcı Duyuru ve Erişim

- Hibrit Duyuru: Sadece dijital kanallarla yetinilmez; kahvehaneler, pazar yerleri ve cami çıkışları gibi sosyal etkileşim noktalarında fiziksel duyurular yapılarak dijital uçurumun önüne geçilir.

3. Açılış ve Bilgi Paylaşımı

- Veri Temelli Başlangıç: Forum, ilçedeki mevcut durum verilerinin (Örneğin, Biyoçeşitlilik kaybı istatistikleri veya altyapı verileri) paylaşıldığı kısa bir sunumla açılır. Bu durum, tartışmaların rasyonel bir zeminde kalmasını sağlar.

4. Müzakere ve Kolaylaştırma (Süreç)

- Aktif Moderasyon: Forum yöneticisi, baskın karakterlerin süreyi tekelleştirmesini engeller ve çekingen katılımcıları teşvik eder.
- Çözüm Odaklılık: Forumun bir "şikâyet seansı"na dönüşmemesi için odak sürekli "Bu sorun nasıl çözülür?" sorusuna çekilir.

5. Önceliklendirme ve Geri Bildirim

- Oylama: Tartışılan meseleler arasından en acil olanlar "nokta oylaması" gibi basit tekniklerle belirlenir.
- Takip Döngüsü: Bir sonraki forumda, bir önceki oturumda alınan kararların ne aşamada olduğu mutlaka açıklanır; bu, katılımcıların motivasyonunu ve belediyeye olan güvenini artırır.
- Nihai Çıktı: Yerel Meseleler Forumu Sonuç Raporu ve Belediye için somut "Eylem Önerileri Listesi" ortaya çıkar.

Çevrimiçi Uygulamalar

Yerel meseleler forumu e-Demokrasi perspektifinden geliştirilmiştir. Wikilere benzer ancak daha yerel ölçekli ve politik eğilimlidir. Amacı, yerel kararlarda herkese daha fazla sesini duyurma şansı vermek ve yerel kamu politikası oluşturulmasında vatandaş katılımını desteklemektir. Uygulama, sıradan her vatandaşın veya seçilmiş yetkililerin soru sorabildikleri, kamuoyu duyurusu yapabildikleri, diğer yerel vatandaşlar ile iletişime geçebildikleri, yerel fikirlerin gözlemlenebildiği, vatandaş tavsiyelerinin talep edildiği çevrimiçi bir kamu alanı şeklindedir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Saha/Alan Toplantıları (Area Forums / Neighborhood Forums)

Hakkında

Merkezi veya yerel yönetim ile halk arasında doğrudan bir köprü kuran, belirli bir bölgeye odaklanmış danışma kurullarıdır. Genellikle mahalle ölçeğinde gerçekleşir ve sakinlerin yerel hizmetler hakkında görüş bildirmesine olanak tanır. Yönetim belirli aralıklarla doğrudan mahallelere giderek, yerel sorunları, hizmet kalitesini ve projeleri bölge sakinleriyle yüz yüze müzakere eder. Sadece şikayetlerin dinlendiği bir ortam değil, hesap verebilirliğin tesis edildiği ve mahalle bazlı önceliklerin belirlendiği bir katılım mekanizması ve karar destek sürecidir. Şehir meclisleri, kent konseyleri bu gruba örnektir.

Amaç

Yerel sorunların yerinde tespit edilmesi, karar alma süreçlerinin desantralizasyonu (merkezden yerele yayılması), şeffaflığın artırılması ve mahalle sakinlerinin kendi yaşam alanları üzerinde söz sahibi olmalarını sağlamak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bölgede yaşayanların sorularına yüz yüze cevap verilmesi, yerel sahiplenme duygusunun gelişmesi, belediyeye olan güvenin artması ve "masa başında" fark edilemeyecek mikro sorunların (Örneğin, Bir sokaktaki aydınlatma eksikliği) çözüme kavuşması gibi konular için uygundur. Belediyelerin "Mahalle Senin" veya "Mahalle Meclisleri" adıyla her hafta farklı bir mahallede sakinlerle bir araya gelerek parkların tasarımı veya çöp toplama saatleri gibi konuları tartıştığı forumlar yaygındır.

Zorluk

Orta (Katılımın sürekliliğini sağlamak ve beklentileri yönetmek dikkat gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân kirası, duyuru çalışmaları ve teknik personel katılımı.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-3 hafta (Gündemin belirlenmesi, muhtarlıklarla eşgüdüm ve duyuru süreci).

Uygulama süresi, 2-4 saat (Genellikle akşam saatlerinde, katılımı artırmak için yapılan toplantı

2-4 saat; Alınan kararların ve cevapların raporlanması ve takip için toplantıdan sonraki 15 gün.)

Toplam uygulama süresi, 2-3 ay (İki üç ayda bir gerçekleştirilen toplantılar, genelde akşam yapılır.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-50 kişi (Daha verimli tartışma için). Bölge nüfusuna göre 100+ kişiye kadar çıkabilir, ancak bu durumda alt çalışma gruplarına bölünmelidir.

Rol Alanlar

- Moderatör, tarafsız, yerel dinamikleri bilen ve çatışmayı yönetebilen kişi.
- Belediye temsilcileri, teknik soruları cevaplayabilecek ilgili birim müdürleri veya uzmanlar.
- Katılımcılar, yerel sakinlerin yanı sıra iş dünyası temsilcileri, sivil toplum örgütleri, yerel sanat tarihi ve mimariyi koruma toplulukları (local amenity society), bölge sakinleri temsilcileri, emlak ya da taşınmazlarla ilgili bölge yöneticileri, gönüllü örgütler, güvenlik ve sağlık makamları temsilcileri, muhtarlar ve okul aile birlikleri gibi tüm paydaşların temsili ile geniş katılımcı yelpazesi.

Donanım ve Araçlar

- Ses sistemi (kalabalık gruplar için), projeksiyon, bölge haritaları.
- Soru-cevap kartları, öneri kutuları, anlık oylama cihazları veya basit el kaldırma yöntemi.

Yaş ve Uyarlama

Tüm bölge sakinleri için uygundur. Çalışanlar için akşam, yaşlılar ve evde vakit geçirenler için gündüz oturumları düzenlenebilir. Engelli bireyler için mekânın erişilebilirliği hayati öneme sahiptir.

Saha/Alan Toplantıları Uygulama Adımları

Meclis binaları veya toplum merkezleri kullanılarak düşük maliyetle gerçekleştirilebilir. Önemli olan bu toplantıların düzenli takvime bağlanmasıdır (örneğin, iki aylık). Toplantı sonuçları ve ilerleme raporları çevrimiçi ortamda (belediye web sitesi/mobil uygulama) herkesin erişimine sunularak dijital entegrasyon yapılmalıdır. Toplantılar, her zaman katılan, sesi çok çıkan kitlelerle sınırlı kalabilir. Gençleri, çalışan kesimi ve azınlık toplulukları çekmek için özel iletişim stratejileri (sosyal medya çağrıları, akşam saati uygulaması vb.) geliştirilerek bu risk azaltılmalıdır.

Toplantının sadece bir "şikâyet saati"ne dönüşmemesi için gündem belirlenmesi ve belirli bir tema (Örneğin, "Mahallemizde Atık Yönetimi") etrafında toplanılması önerilir. Belli bir kişi veya görüş açısının tüm tartışmayı domine etmesi, kolaylaştırıcı/fasilitatör rolündeki meclis üyesi veya memur tarafından nazikçe engellenmelidir.

1. Açılış ve Hesap Verebilirlik (15 dk)

- Şeffaflık: Toplantının amacı ve kuralları açıklanır.
- Takip: Bir önceki toplantıda dile getirilen sorunlar hakkında neler yapıldığı, hangi aşamada bulunduğu veya neden yapılamadığına dair kısa bir "takip sunumu" yapılır. Bu, halkın sürece olan güvenini pekiştirir.

2. Belediye Sunumu ve Serbest Kürsü (90 dk)

- Bilgi Paylaşımı: Belediye, mahalle özelinde yürüttüğü veya planladığı projeleri kısa ve görsel destekli sunumlarla açıklar.
- Katılım: "Serbest Kürsü" veya küçük "Masa Çalışmaları" ile mahalleli, yerel hizmetlerin sunumu ve güncel sorunlar hakkındaki görüşlerini dile getirir. Sürece teknik bir memur eşlik ederek her şeyi kayıt altına alır.

3. Önceliklendirme ve Ortak Çıktı Duvarı (30 dk)

- Kategorizasyon: Dile getirilen tüm sorunlar ve öneriler (Ulaşım, Çevre, Güvenlik, Sosyal Hizmet gibi) anlık olarak kategorize edilerek panolara yansıtılır.
- Oylama: Katılımcılar arasında yapılacak basit bir oylama ile mahallenin en acil çözüm bekleyen "ilk 3 gündemi" belirlenir.

4. Kapanış ve Yol Haritası (15 dk)

- Özet: Toplantının ana çıktıları paylaşılan bir bültene dönüştürülür.
- Taahhüt: Hangi taleplerin hemen çözüleceği, hangilerinin stratejik plana dahil edileceği netleştirilerek teşekkür edilir.
- Nihai Çıktı: Mahalle bazlı bir öncelik listesini, politika önerilerini ve halkın onayını içeren "Saha Toplantısı Sonuç Raporu ve Takip Bülteni" ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (ICMA, 2026); (Gemini, 2026).

Bilgilendirme Toplantıları (Information Meetings)

Hakkında

Bilgilendirme Toplantıları, bir projenin veya politikanın başlangıç, orta veya sonuç aşamalarında halkı ve paydaşları doğrudan bilgilendirmek amacıyla düzenlenen tek yönlü veya kısıtlı çift yönlü bir iletişim yöntemidir. Geniş kitlelere, aynı anda standart ve doğru bilgiyi aktarmanın en hızlı yoludur. Katılımcılar, "üretici" değil, öncelikle "bilgi alıcı" konumundadır. Bu yöntem, belediye ile vatandaş arasındaki ilk temasın kurulduğu, projenin "vitrin" aşamasıdır.

Amaç

Çok sayıda kişiye aynı anda detayların aktarılmasıyla kitlesel bilgilendirme yapmak; dedikodu ve dezenformasyonun önüne geçecek şekilde ilk ağızdan açıklama yaparak şeffaflık sağlamak; kamusal bir sürecin başladığının ilanı ile sürece dair farkındalık oluşturmak ve meşruiyet kazanmak için kullanılır. Herkesin aynı anda ve aynı şekilde tarafsız bilgilendirilmesine yöneliktir.

Uygunluk Önerisi

Bilgi eksikliğinden kaynaklanan direncin azalması, halkın proje aşamalarından haberdar olması ve kurumsal ciddiyetin sergilenmesi, bilgilendirme ve eğitim için sosyal sivil kulüp ve organizasyonlarla düzenli olarak buluşmaların tertip edilmesi çalışmaları için uygundur.

Zorluk

Kolay (Lojistik planlama ve sunum becerisi ön plandadır; ancak kalabalık gruplarda soru-cevap kısmını yönetmek profesyonellik ister.)

Maliyet

Düşük/Orta (Mekân kiralama, sunum ekipmanları ve duyuru maliyetleri (ilanlar, sosyal medya reklamları gibi) bütçe kalemleri vardır.)

Süre

Hazırlık süresi, konuya göre değişkendir.

Uygulama süresi, 60-120 dakika (Sunum Bölümü 30-45 dakika; Soru-Cevap bölümü 30-45 dakika olup opsiyoneldir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-200+ kişi (Mekân kapasitesine göre sınırsızdır.)

Rol Alanlar

- Konuşmacı (Karar Verici/Uzman), bilgiyi aktaran yetkili kişi.
- Moderatör, zamanı ve soru sırasını yöneten kişi.
- Raportör, sorulan soruları ve genel havayı not eden kişi.

Donanım ve Araçlar

- Projeksiyon cihazı, mikrofon sistemi, görsel sunum dosyaları (PowerPoint), toplantı tutanağı.
- Canlı yayın (Facebook/YouTube), Mentimeter (anlık nabız ölçme veya soru toplama için).
- Mekân yapısı, tiyatro düzeni veya geniş amfi yerleşimi.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur. Toplantının yapıldığı bölgeye göre dil sadeleştirilmeli, görsel materyaller (harita, 3D görseller) baskın tutulmalıdır. Dezavantajlı gruplar için erişilebilir mekânlar (engelli rampası vb.) seçilmelidir.

Bilgilendirme Toplantıları Uygulama Adımları

Bilgilendirme toplantılarının başarısı, teknik detayların içinde boğulmadan, vatandaşın aklındaki "Bu projenin bana faydası ne?" sorusuna en şeffaf ve sade şekilde cevap verebilmektir. Projenin "Ne, Neden, Nasıl ve Ne Zaman?" sorularının halka ilk kez sunulduğu resmi platformdur.

Konu başlığı ve sunum izleyicinin ilgisini çekmeli, ilgi düzeyini düşürecek kadar teknik bir dil olmamasına dikkat edilmelidir. Sahaya inerek konunun asıl muhataplarının bizzat davet edilmesi önemlidir. Şeffaf olmak ve kaçamak cevaplar vermemek gerekir. Belirsizliklerde konu henüz netleşmediğinden; konuya dair notları almak ve bunu iletmek inandırıcılığı artırabilir.

1. Hazırlık ve Stratejik Duyuru

Toplantının kalabalık ve doğru kitleyle gerçekleşmesi için hazırlık aşaması kritiktir.

- İpucu (Zamanlama): Toplantı tarihi, yeri ve konusu en az 1 hafta önceden; mahalle muhtarlığı, sosyal medya ve hoparlör anonsları ile duyurulur.
- İpucu (Hedef Kitle Kontrolü): Projenin asıl paydaşlarının (etkilenecek mahallelinin) davet edildiğinden emin olunmalıdır. Konu başlığı, sadece teknik bir terimle değil, halkın ilgisini çekecek şekilde (Örneğin, "Mahallemizin Yeni Meydanı") belirlenir.

2. Açılış ve Kuralların Belirlenmesi (5 dk)

Toplantının disiplini, başlangıçtaki netliğe bağlıdır.

- İpucu (Moderatörün Rolü): Moderatör toplantının amacını ve süresini açıklar. "Bu toplantı bir karar alma toplantısı değil, bir bilgi paylaşım toplantısıdır" diyerek beklentiği yönetir.

3. Sunum: "Göster ve Anlat" Tekniği (40 dk)

Teknik raporlar, rafa kaldırılır ve görselin gücü kullanılır.

- İpucu (Sade Dil): Proje, teknik olmayan, gündelik bir dille anlatılır. Görsel öğelere, maketlere veya 3D görsellere geniş yer vererek "Göster ve Anlat" tekniği uygulanır.
- İpucu (Kayıt Altına Alma): Toplantının sesli veya görüntülü kaydı mutlaka alınır. Bu kayıt, ileride oluşabilecek "Bize böyle söylenmemiştiniz" şeklindeki itirazları önlemek için belediyenin en güçlü kanıtıdır.

4. Soru-Cevap: Bilgi Aktarımı (45 dk)

Bu aşama bir tartışma zemini değil, bir "netleştirme" seansıdır.

- İpucu (Kriz Yönetimi): Eğer konu çok tartışmalıysa, moderatörün sakinleştirici ve tarafsız bir dil kullanması kritiktir. Tartışmalara girilmesine izin vermeden, sadece sorulan soruların teknik cevaplarını uzmanların vermesi sağlanır.
- İpucu (Mikrofon Vatandaşa): Katılımcıların netleştirmek istedikleri noktalar için mikrofon onlara verilir, ancak soruların konu dışına taşmaması için moderatör müdahalesi hazır tutulur.

5. Kapanış ve Gelecek Adımlar (5 dk)

Vatandaş belirsizlikle uğurlanmamalıdır.

- İpucu (Süreç Takvimi): Bir sonraki aşamanın (Örneğin, Halk oylaması, saha ziyareti veya atölye çalışması) ne olacağını ve ne zaman yapılacağını duyurarak toplantı sonlandırılır.
- Toplantı katılım listesi, "Toplantı Tutanağı" ve varsa katılımcılardan toplanan ilk tepki/anket verileri gibi sonuç ve değerlendirmeye yönelik elde edilen veriler toplanarak anlaşılır çıktılar haline getirilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.6.2. Vatandaş Zirvesi & 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları

Geniş ölçekli ve teknoloji destekli dev etkinlikler olarak öne çıkarlar. Binlerce kişiyi aynı anda yönetmeyi hedefleyen yöntemlerdir.

- Dev katılım yöntemlerindendir.
- **Ana Metot:** Vatandaş Zirvesi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Vatandaş Zirvesi, 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları, tamamen birbirinin aynı ikiz yöntemler olarak değerlendirilir (America Speaks Ekolü).
- **Analiz:** Teknolojik altyapı kullanan devasa halk toplantılarıdır. Aynı salonda (veya eşzamanlı farklı salonlarda) 500-5.000 kişi ayrı ayrı küçük masalar etrafında (Dünya Kafesi benzeri) belirli konuları tartışır. Her masanın bilgisayarlı bir sekreteri vardır. Masalardan gelen veriler anlık olarak ana bilgisayarda tematik şekilde kümelenir ve tüm salon keypad'lerle (oylama kumandalarıyla) bu temaları oylar. Vatandaş Zirvesi (Citizen Summit) ve 21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları (21st Century Town Meeting) yöntemleri temelde aynı metodolojik altyapıya sahiptir ve genellikle eş anlamlı veya birbirinin modern varyasyonları olarak kullanılır.

21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları (21st Century Town Meeting) & Vatandaş Zirvesi (Citizen Summit)

Hakkında

Geleneksel kasaba toplantılarının katılımcı ruhunu, dijital teknoloji ve kolaylaştırıcılık teknikleriyle birleştirir, vatandaş tutumunu öğrenmeyi sağlar. Yerel, bölgesel ve ulusal konuları tartışmak üzere 500-5.000 kişiyi bir araya getirir. Teknoloji aracılığıyla küçük ölçekli yüz yüze tartışmaları, geniş ölçekli grupların karar alımlarıyla birleştirerek tartışmaların yönetilebilir boyutta kalmasını sağlar. En ayırt edici özelliği ölçeklenebilirliğidir. Masalarda kolaylaştırıcı bulunur ve tartışma özetleri merkezi panele iletilir. Tüm salonun katıldığı anlık oylamalarla genel irade saniyeler içinde görselleştirilir. Verimli sonuç için katılımcıların demografik dağılımı göz önüne alınarak geniş bir temsili örneğin sağlanmasına dikkat edilmelidir. 21st Century Town Meeting, 1997 yılında kâr amacı taşımayan bir örgüt olan AmericaSpeaks tarafından geliştirilen "müzakereci demokrasi"nin en somut örneklerindendir.

Amaç

Çok sayıda vatandaşa aynı anda dengeli ve tarafsız bilgi sunup veriye dayalı müzakere yürütmek, kamu politikalarına yönelik konularda geniş ölçekli sonuçlar elde etmek için kullanılan etkili bir yöntemdir.

Uygunluk Önerisi

Küçük ve geniş ölçekli diyaloglar arasında aktarım yapılmasını sağlayarak tartışmaların şeffaf ve yönetilebilir boyutta kalmasını sağlar. Toplumun geneline yönelik konularda daha iyi işler. Toplumsal uzlaş, katılımcılarda artan sorumluluk duygusu ve "dinlenildiğini hissetme" memnuniyeti oluşturur.

Zorluk

Zor (Lojistik, teknolojik altyapı ve insan kaynağı yönetimi açısından yüksek profesyonellik gerektirir; çok sayıda eğitimli kolaylaştırıcı ihtiyacı vardır.)

Maliyet

Yüksek (Hazırlık dönemi, mekân kiralama, masalara bilgisayar/tablet, anlık oylama sistemleri, tanıtım, yemek ve moderatör eğitimi söz konusudur. Ancak applar aracılığıyla maliyetler kısmen düşürülebilir.)

Süre

Hazırlık süresi, 4-6 ay (Lojistik planlama ve paydaş davetleri için)
Uygulama süresi, genellikle 1 tam gün (6-8 saat)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, Her masada 10-12 kişi, toplam 100-5.000+ kişi (Katılım arttıkça meşruiyet yükselir.) Katılımcıların demografik olarak (yaş, cinsiyet, gelir, bölge) toplumu tam temsil etmesi (rastgele örneklem veya kotalı davet) esastır.

Rol Alanlar

- Baş kolaylaştırıcı, sahneden tüm süreci ve zamanlamayı yöneten kişi.
- Masa kolaylaştırıcıları, her 10 kişilik masada tartışmayı tarafsız tutan gönüllüler.
- Tema ekibi, masalardan gelen metinleri anlık analiz edip ortak temalara dönüştüren uzmanlar.
- Teknoloji ekibi, teknik destek sağlayan kişiler.
- Katılımcılar, STK'lar, politika yapıcılar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Yuvarlak masalar ve sandalyeler, masalarda ağa bağlı bilgisayar/tablet, bilgisayarlı veri giriş sistemleri, anlık oylama cihazları (keypads) ya da cep telefonları aracılığıyla kullanılan applar ve büyük ekranlar, ses sistemi (oyların paylaşıldığı), anlık oylama yazılımları.

- Rehberler (Katılımcılara önceden gönderilen tarafsız rehberler).

Yaş ve Uyarılama

Yetişkinler ve gençler için uygun (Yetişkin odaklı yöntemdir, ancak Gençlik konseylerinde de çalışır).

21. Yüzyıl Kasaba Toplantıları & Vatandaş Zirvesi Uygulama Adımları

Ortak alanda, ülkenin ya da dünyanın farklı yerlerinde eş zamanlı olarak yapılabilir. Çok sayıda masanın aynı anda yönetilmesi için ileri düzeyde kolaylaştırma ve bilişim becerisi gereklidir. Doğru planlama ve veri yönetimi için profesyonel bir "Tema Ekibi" şarttır. Karar vericiler oylama sonuçlarını dikkate almazsa halk nezdinde hayal kırıklığı yaratabileceğinden üst yönetimin taahhüdü önemlidir.

1. Gündem ve Şeffaf Davet (Hazırlık)

- Tek Odak: Tartışılacak tek bir ana sorun veya vizyon belirlenir.
- Temsili Katılım: Yaş, cinsiyet, istihdam ve mahalle bazında kentin mikrokozmosunu oluşturacak bir kitle davet edilir. Özellikle dezavantajlı grupların dahil edilmesi için şeffaf bir işe alım süreci yürütülür.

2. Bilgilendirme ve Sunum (Öğrenme) (60 dk)

- Görüşlerin Sunumu: Uzmanlar veya politikacılar, ele alınan konunun farklı eylem planlarını 10 dakikalık videolar veya sunumlarla anlatır. Karşıt bakış açıları sunumu tarafsızlık için şarttır.

3. Masa Müzakereleri (Müzakere)

- Küçük Gruplar (90 dk-120 dk): Katılımcılar 10-12 kişi ya da 7-8 kişilik masalara ayrılır. Her masada, hiyerarşiyi kırmak adına sadece "kolaylaştırıcı" rolünde bir moderatör veya politika yapıcı bulunur.
- Tema Ekibi ve Muhabirlik (60 dk): Her masadaki notlar, anlık olarak bir "Tema Ekibi"ne iletilir. Bu ekip, salonda yükselen 4-5 ana fikri saniyeler içinde analiz eder.

4. Anlık Elektronik Oylama (Karar) (45 dk)

- Teknoloji Kullanımı: Masalarda olgunlaşan fikirler dev ekrana yansıtılır. Katılımcılar el cihazları veya çevrimiçi araçlarla en önemli buldukları eylem planını oylar.
- Anlık Geri Bildirim: Oylama sonuçları saniyeler içinde dev ekranda görünür. Karar vericiler (Belediye Başkanı vb.) sonuçlara dair ilk yorumlarını sığağı sığağına paylaşır.

5. Sonuç Bildirgesi (Kapanış) (30 dk)

- Zirve Deklarasyonu: Çıkan önceliklendirilmiş vizyon listesi, zirve sonunda basılıp katılımcılara ve basına dağıtılır. Bu, "sesimizin etkisi bu oldu" mesajının en somut kanıtıdır.
- Nihai Çıktı: Zirve Sonuç Bildirgesi, "Halkın Öncelikli Eylem Planı" ve kentsel vizyon üzerinde sağlanan tam toplumsal mutabakattır.

Hibrit modellerle fiziksel salona gelemeyenlerin online olarak masalara bağlanması mümkündür; ancak yöntemin ruhu fiziksel müzakereye dayanır.

Dijital Uygulama

Fiziksel bir araya gelmenin zor olduğu durumlarda, video konferans ve dijital beyaz tahtalar (Miro vb.) üzerinden "Dijital Vatandaş Zirvesi" olarak kurgulanabilir.

(Yılmaz, 2013); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (AmericaSpeaks, 2026); (Gemini, 2026); (ChatGPT, 2026).

3.6.3. Açık Evler / Halk Fuarları

Sergi ve sosyalleşme odaklı gruplardır. Vatandaşın kendi hızıyla gezerek katıldığı yöntemlerdendir.

- Esnek gezi.
- **Ana Metot:** Açık Ev.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Açık Evler, Halk Fuarları. Sergi tipi katılım türlerinden olan bu araçlar, ikame yöntemler olarak değerlendirilebilir.
- **Analiz:** Zaman ve salon kısıtı olmayan, vatandaşın standları gezerek fikir bıraktığı sergi tipi/kuar tarzı katılım modelidir. Belediye bir projeyi anlatmak amacıyla (Örneğin, yeni meydan düzenlemesi) maketler, afişler ve istasyonlar oluşturarak sergiler. Vatandaşlar, gün içerisinde istedikleri saatte uğrar, standı gezer, oradaki teknik uzmanla bire bir konuşur ve çıkışa post-it/anket tarzı bir yorum bırakır. Açık Evler, vatandaşın istediği saatte gelip sergilenen planları inceleyip not bıraktığı en esnek yöntemdir. Halk Fuarları ise buna eğlence, müzik ve stantların eklendiği daha festival havasında bir modeldir. Halk Fuarı kurgusunda katılım daha fazladır. Toplantı, çalıştay gibi yöntemlerde yer almak istemeyenler için iyi bir katılım aracıdır.

Açık Evler (Open Houses)

Hakkında

Belirli bir proje veya politika hakkında halkı bilgilendirmek ve görüşlerini almak amacıyla düzenlenen, katılımcıların belirli bir saatte gelme zorunluluğu olmaksızın, duyurulan zaman dilimi içinde istedikleri an uğrayabildikleri kayıt dışı ve serbest akışlı bir katılım yöntemidir. Her biri farklı soruna ait birkaç durak şeklinde tasarlanan açık ev alanında katılımcılar, istedikleri hızda gezer ve uzmanlar tarafından kendilerine rehberlik sağlanarak görüşleri alınır.

Amaç

Çatışmacı bir konuşma ve tartışma ortamı yerine küçük istasyonlarda birebir sohbet aracılığıyla gerilimin azaltıldığı bir anlayışa dayanır. Uzman ve vatandaş arasında diyalog yoluyla bilgilendirme yapılır ve vatandaşın görüşü alınarak sürece dahil edilir.

Uygunluk Önerisi

Karmaşık kentsel tasarım projeleri (yeni bir yol güzergâhı, meydan yapımı, park tasarımı gibi), vatandaş tarafından teknik detayların (haritalar, planlar) incelenmesi gereken durumlarda ve toplumda merak uyandıran ancak henüz taslak aşamasında olan yerel politika değişimlerinde kullanımı uygundur.

Zorluk

Orta (Organizasyonel olarak mekân ve personel yönetimi dikkat gerektirir, ancak uygulama süreci oldukça akışkandır.)

Maliyet

Orta (Mekân kiralama, görsel panoların hazırlığı, broşürler ve uzun saatler boyunca görev alacak uzman personel maliyeti bulunur.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Görsel materyallerin hazırlanması)

Uygulama süresi, genellikle yarım veya tam gün (Örneğin, 10:00-18:00 arası)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Gün boyu süren bir etkinlik olduğu için alanı binlerce kişi ziyaret eder.) Katılımcılar istasyonlar arasında bireysel veya küçük gruplar (2-3 kişi) halinde dolaşır.

Rol Alanlar

- Proje Uzmanları (Mimar, mühendis, şehir plancısı vb.).
- Kolaylaştırıcılar (Girişte karşılama için).
- Görüş Kaydediciler ve Katılımcılar.

Normal bir toplantıya göre daha fazla personel bulunmalıdır.

Donanım ve Araçlar

- Büyük bilgilendirme panoları (posterler), maketler, haritalar, videoların oynatıldığı ekranlar.
- Görüş toplama formları, "Fikir Duvarı" için yapışkan notlar, anketler ve ikramlar (çay/kahve).

Yaş ve Uyarılma

Her yaşa uygundur (Çocuklar için boyama veya maket yapma köşeleri eklenerek "aile dostu" hale getirilebilir). "Sanal Açık Ev" (Virtual Open House) olarak web siteleri üzerinden 360 derece tur ve online formlarla desteklenebilir.

Açık Evler Uygulama Adımları

Vatandaşın kolaylıkla ulaşabileceği alanlarda uygulanmalıdır. Normal bir toplantıya göre çok daha fazla sayıda personele ihtiyaç bulunur.

1. Mekân Düzenleme (Açılış öncesi):

- Mekân, katılımcıların rahatça dolaşabileceği "bilgi durakları" (istasyonlar) şeklinde tasarlanır. Her durakta farklı bir teknik konu (örneğin, çevre etkisi, maliyet, tasarım) işlenir. İstasyonlar birkaç kişinin aynı anda bilgi alabileceği şekilde yapılandırılır.

2. Karşılama ve Yönlendirme:

- Girişte bir kolaylaştırıcı katılımcıları karşılar, formata dair bilgi verir ve sürecin nasıl işlediğini anlatır. Katılımcılara bir "yol haritası" veya broşür verir. Katılımcıların katılımlarına yönelik bir form doldurtulabilir.
- Tek seferde yapılan çoklu ziyaretler için hazırlıklı olunmalı ve yönlendirmeler yapılmalıdır.

3. Serbest Dolaşım ve Müzakere:

- Katılımcılar ilgi duydukları panonun başına gider. Orada hazır bulunan uzmanla birebir görüşür, sorularını sorar. Sabit bir sunum yoktur; her vatandaşa, ihtiyacına göre bilgi verilir.

4. Görüş Bildirimi:

- Katılımcıların çıkıştan önce görüşlerini bir forma yazmaları, harita üzerine işaretlemeleri veya bir "yorum kutusuna" bırakmaları teşvik edilir.

5. Kapanış ve Derleme:

- Gün sonunda tüm formlar ve notlar toplanır. Uzmanlar gün içindeki en sık karşılaşılan soruları not ederek süreci kapatır. Ortaya bir Halk Görüşü Değerlendirme Raporu" çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Halk Fuarları (Community Fairs)

Hakkında

Halk Fuarları, belediye hizmetlerinin, devam eden projelerin veya stratejik planların, tematik stantlar aracılığıyla, geniş halk kitlelerine festival atmosferinde sunulduğu, karşılıklı etkileşimin ve anlık geri bildirimin hedeflendiği, projeyle ilgili bilgi sağlama ve farkındalık oluşturmak için birçok aktiviteyi barındıran merkezi bir kitlesel katılım yöntemidir. Bir "sergi"den öte, vatandaşın karar vericilerle yüz yüze geldiği etkileşimli bir diyalog meydanı olarak bilinir. Yöntem, belediyeyi "soğuk resmi kurum" imajından çıkarıp, halkın ayağına giden, şeffaf ve ulaşılabilir bir yapıya dönüştürür. Yetkililerin stant başında olması, vatandaşın sorununu masada (sahada) çözmenin ilk adımıdır. Bu durum, belediyenin "ulaşılabilir" imajını güçlendirir. *Makamdan sokağa anlayışı* hakimdir.

Amaç

Geniş çapta bilgilendirme yapmak, gayri resmi geri bildirimde bulunmak ve hizmet erişilebilirliğini sağlamak amacıyla yapılır.

Uygunluk Önerisi

Yönetim-halk bağının güçlenmesi, şeffaflık algısının artması ve halkın önceliklerine dair devasa bir veri seti oluşturulması için kullanılabilir. Kamuoyu ilgisini bir nokta üzerine odaklamak, medyanın ilgisini çekmek, farklı düzeylerde bilgi paylaşımında bulunmak için uygundur.

Zorluk

Zor (Lojistik hazırlık, birimler arası koordinasyon ve etkinlik yönetimi gerektirir.)

Maliyet

Yüksek (Mekân kira ve düzeni, stant kurulumu, ikram, tanıtım materyalleri ve personel mesaisi.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 ay (Organizasyona bağlı olarak daha uzun süre gerekebilir.)

Uygulama süresi, 1-3 gün (Hafta sonları tercih edilir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Binlerce kişiye ulaşma potansiyeli taşır.)

Rol Alanlar

- Birim Temsilcileri, kendi biriminin projesini anlatan teknik personel.
- Moderatörler, fuar alanındaki akışı yöneten ekip.
- Belediye Başkanı, halkla doğrudan temas kuran lider ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Tanıtım stantları, proje maketleri, anket tabletleri, dilek/öneri kutuları, çocuklara etkinlik alanı vb.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubuna uygun (Ailece katılımı teşvik için çocuk etkinlikleri eklenir). Mahalle mahalle gezen "Gezici Halk Fuarları" (TIR/otobüs) şeklinde daha küçük ölçekli ve yerel bazlı uygulanabilir.

Halk Fuarları Uygulama Adımları

İyi bir fuar için ekip ve bütçe ayrıntılarına dikkat edilmelidir (materyal kalitesi ve organizasyon düzeni gibi). Tasarım, baskı, VR teknolojileri ve lojistik nedeniyle maliyetli bir yöntemdir. Fuar, pazar yeri veya festival alanı gibi merkezi ve ilgi çekici bir konumda kurgulanırsa katılım artar.

Kalabalık alanlarda sert eleştiriler veya protestolar olabilir. Görevli personelin kriz yönetimi ve nezaket eğitimi alması şarttır. Fuarda verilen söz ve değişimlerin takibi için vatandaşa geri bildirim yapılmalıdır.

1. Tematik Alanların Belirlenmesi (Açılış)

- Alan Tasarımı: Fuar alanı, vatandaşın kolayca gezebileceği konu başlıklarına göre bölünür. (Örneğin, "Geleceğin Ulaşımı Köşesi", "Engelsiz Sosyal Hizmetler Meydanı", "Yeşil Şehir ve Sıfır Atık Standı").
- Kapsayıcılık: Büyük-küçük tüm projelerin temsil edilmesi sağlanarak halkın her konuda bilgi alması için gerekli çalışmalar yapılır.

2. Etkileşimli Materyal Hazırlığı

- Görselleştirme: Sadece metin içeren broşürler yerine; 3D maketler, VR (sanal gerçeklik) gözlükleriyle proje gezintileri ve "burada ne olmalı?" temalı dev interaktif haritalar hazırlanır.
- Deneyim: Vatandaşın projeyi sadece okuması değil, hissetmesi ve üzerinde kalem oynatabilmesi sağlanır.

3. Halkın Daveti ve Motivasyon

- İletişim: Sosyal medya, muhtarlar ve yerel anonslar üzerinden tüm şehir davet edilir.
- Teşvik: Katılımı artırmak için çocuk etkinlikleri, müzik dinletileri veya küçük ikramlar ile fuarın bir "sosyal etkinlik" kimliği kazanması sağlanır.

4. Veri Toplama ve Hasat (Uygulama)

- Anlık Oylama: Her standın girişinde veya çıkışında kısa anketler, "oylama pulları" veya dijital tabletler üzerinden vatandaşın görüşü o anda alınır.
- Aktif Dinleme: Yetkililer (birim müdürleri, uzmanlar) stantların başında bekleyerek "anlatmaktan çok dinleme" modunda kalır ve vatandaşın eleştirilerini not eder.

5. Değerlendirme ve Paylaşım (Kapanış)

- Raporlama: Fuar boyunca toplanan binlerce görüş analiz edilir.
- Nihai Çıktı: Hangi projelerin desteklendiği, hangilerinin revize edilmesi gerektiğini gösteren bir "Toplumsal Onay ve Öncelik Matrisi" oluşturularak belediye meclisine sunulur ve sonuçlar halka ilan edilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.6.4. Vatandaş Jürisi

Temsili ve yargısal katılımdır. Rastgele seçimle gelenlerin derinlemesine çalıştığı bir yöntemdir.

- Derin inceleme.
- **Ana Metot:** Vatandaş Jürisi
- **İkizler/Varyasyonlar:** Tamamen bağımsız niş bir yöntem olarak değerlendirilir.
- **Analiz:** Mahkeme jürisi mantığıyla çalışır. Rastgele seçilmiş 12-25 vatandaş, birkaç gün boyunca bir konunun uzmanlarını, taraflarını (tanık gibi) dinler, onları çapraz sorguya çeker. Sürecin sonunda tıpkı bir mahkeme jürisi gibi toplanıp "Gerekçeli Karar/Hüküm" (Vatandaş Kararı) yayınlarlar. Müzakere gücü çok yüksek, niş bir yöntemdir.

Vatandaş Jürisi (Citizen Jury)

Hakkında

Temsili bir örneklem yoluyla (demografik temsil ve rastgelelik) vatandaşlar arasından seçilen jürinin, bir konu veya projeye yönelik ayrıntılı olarak bilgilendirilip karara varmasıyla ilgilidir. Hukuk sistemindeki jüri yapısına benzer. 12-25 kişilik bir vatandaş grubu, tarafsız kolaylaştırıcılar eşliğinde uzman sunumlarını dinler, karşıt görüşleri sorgular ve üzerinde uzlaşılan bir sonuç bildirgesi yayınlar. Jüri, sunulan alternatifleri değerlendirerek toplum için en uygun olanı seçer. Kararı genelde bir rapor olarak sunulur, ancak tam bir bağlayıcılığı yoktur. Bununla birlikte çevreye yönelik projelerde halkın yorumlarının dikkate alınması (taraf devletler için geçerli olmak üzere), **Aarhus Sözleşmesi** gereği uluslararası bir haktır. Vatandaş jürisi, 'Planlama hücreleri' olarak da adlandırılır.

Amaç

Teknik ve tartışmalı konularda "halkın sağduyusunu" açığa çıkarmak; karar alma süreçlerine yüksek düzeyde meşruiyet kazandırmak; kutuplaşmış konularda tarafsız bir zemin yaratmak ve politika yapıcılara halkın derinlemesine bilgilendirildiğinde ne karara varacağını göstermek amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kamuoyunun politikalara yönelik tutumlarının tahmini; düzenlemelere karşı direncin öngörülmesi; kamu demokrasisi için katılımcı süreçler aracılığıyla vatandaşlık bilincinin artırılması; karmaşık sorunlarda toplumsal uzlaş, şeffaf ve tarafsız bakış açısı sunmak için uygundur.

Zorluk

Zor (Organizasyonel titizlik, tarafsız uzman seçimi ve katılımcıların zaman ayırması.)

Maliyet

Yüksek (Jürinin ihtiyaç duyduğu bilginin hazırlanması, katılımcılara ödenen teşvikler/ücretler, uzman ve kolaylaştırıcı görevlendirmeleri, ulaşım, konaklama ve yemek giderleri.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 ay (Jüri seçimi ve bilgi paketlerinin hazırlanması)

Uygulama süresi, 4 ile 6 tam gün arasında değişen yoğun oturumlar.

Oturumlarda delil sunumu birkaç gün sürebilir, ardından jüri görüşmeleri ve rapor hazırlığı yapılır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, değişken (Toplumu temsil eden örneklem olarak jüri üyeleri 12-25 kişi; Farklı görüşleri temsil eden tanıklar/uzmanlar 5-10 kişi; Katılımcılar, şeklindedir.)

Rol Alanlar

- Bağımsız kolaylaştırıcı, jüri karar verirken genel süreci yöneten, ancak yönlendirme yapmayan kişi.
- Sorumlu personel, jüri üyelerini seçip bilgilendiren ve durumu yöneten kişiler.
- Basın ve iletişim personeli, etkinliklerin duyurusunu geniş çapta yapacak kişi ve Fotoğrafçı.
- Tercümanlar, farklı dillere çeviri yapacak kişiler (yalnızca gerekliyse).
- Uzman tanıklar, veri ve kanıt sunan kişiler.
- Katılımcılar, STK'lar, politika yapıcılar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Bilgi dosyaları, görsel sunumlar, posterler, oylama araçları ve rapor taslakları.
- Uygun alan ve mobilyaya sahip bir mekân.
- Dinleyici kitlesine uygun ikramlar.

- Veri projektörleri, dizüstü bilgisayarlar, ekranlar, kablosuz ses sistemleri, video ekipmanı.
- Flipchartlar, bant ve kalem; Jüri üyeleri için bilgilendirme defterleri
- Süreç planları.

Yaş ve Uyarılama

18+ yaş üzeri yetişkinler için uygundur. Yerel düzeyde "Mahalle Jürileri" veya okullarda "Öğrenci Jürileri" şeklinde daha dar kapsamlı ve ekonomik versiyonlar kurgulanabilir.

Vatandaş Jürisi Uygulama Adımları

Vatandaş Jürisi, uzman tanıkları dinleyip çapraz sorguya çekerek resmi "tavsiye kararı" almayı sağlar. Kolaylaştırıcı ve uzman seçimleri doğru olmadığında meşruiyetini kaybedebilir. Süreç yönetimi, bağımsız bir kuruluş tarafından yürütülebilir. Gereksiz olarak jüri tavsiyelerine aykırı hareket etmek, belediyenin toplum nezdindeki güvenilirliğine zarar vereceğinden, özenli olunmalıdır.

Uygulama, 4-6 gün sürer. Ancak hazırlık için birkaç ay gerekir: 1. hafta - Çalışma grubu oluşturulması; 2. hafta - Danışma komitesi seçilmesi; 3. hafta - Çalışma grubuyla istişare edilmesi; 4. hafta - Gündem oluşturma (hazırlık); 5. hafta - Jüri üyelerini seçmek için anket tasarlama; 6. Hafta - Sponsor tarafından sürecin gözden geçirilmesi; 7. hafta - Anketi gerçekleştirme; 8. hafta - Jüri üyelerinin seçimi; 9. hafta - Gündemi ve hazırlıkları kesinleştirme; 10. Hafta - Tanık bulma; 11. hafta - El kitaplarını hazırlama. Organizasyon ve nihai uygulama için: 12. hafta - Jüriyi oluşturma (organizasyon ile ilgili); 13. hafta - Son raporu yayınlama (nihai uygulama ile ilgili).

1. Hazırlık ve Organizasyon (1-12. Haftalar)

- Gündem ve Soru: Çözülmesi gereken ana soru (Örneğin, "İlçedeki meydan trafiğe kapatılmalı mı?" netleştirilir.
- Jüri Seçimi: Toplumun "mikrokozmosu"nu oluşturmak için demografik kotalara (yaş, cinsiyet, eğitim, mahalle) göre rastgele seçim yapılır. Katılımı teşvik etmek için üyelere ücret ödenmesi ve çocuk bakımı gibi kolaylıklar sağlanması önerilir.
- Denetim Paneli ve Uzmanlar: Sürecin tarafsızlığını denetleyecek bir kurul ve jüriye bilgi verecek zıt görüşlerdeki "uzman tanıklar" belirlenir.

2. Bilgilendirme ve Sorgulama / Duruşma Aşaması (1-3. Gün)

- Tanık Dinleme: Uzmanlar jüriye sunum yapar. Jüri üyeleri, uzmanları çapraz sorguya çekerek teknik detayları ve olası etkileri netleştirir.
- Bilgi Paketleri: Jüriye, yargılama kuralları ve konuyla ilgili tarafsız el kitapları sunulur.

3. Müzakere ve Karar (4-5. Gün)

- Kapalı Oturum: Jüri, uzmanlar ve belediye yetkilileri olmadan bağımsız bir moderatör eşliğinde kendi içinde toplanır. Kanıtları tartışır ve oylama turlarıyla ortak bir vizyon oluşturur.
- Karar Yazımı: Grup, üzerinde uzlaşılan önerileri ve varsa karşı görüşleri içeren bir "Hüküm/Tavsiye Raporu" hazırlar.

4. Sunum ve Takip / Kapanış (13. Hafta)

- Resmi Teslim: Karar raporu ilgili kuruma/başkana halka açık bir oturumda sunulur.
- Hesap Verebilirlik: Kurum, jürinin tavsiyelerini kabul edip etmediğini, etmiyorsa ayrıntılı gerekçesini şeffağça açıklar.
- Nihai Çıktı: Vatandaş Jürisi Karar Raporu, "Toplumsal Meşruiyet Belgesi" ve karar vericiler için somut bir yol haritası, ortaya çıkar.

(EPA, 2026); (ActionCatalogue, Methods, 2026); (MSP, 2026); (IIED, Citizen's Jury, 2026); (Wakeford, 2002); (Gemini, 2026).

3.7. Küme G: Katılımcı Gözlem ve Teknik Geri Bildirim

Katılımın "teknik, veriye dayalı ve uzmanlık odaklı" katmanını temsil eder. Bu gruptaki yöntemler, halkın sadece "hislerini" değil, bizzat "veriyi" veya "teknik bilgiyi" sürece dahil etmesini sağlar.

Benzeşen Yöntemler: Katılımcı Haritalama - Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Participatory GIS - PGIS), Turlar (Field Tours), Vatandaş Bilimi (Citizen Science), Katılımcı Algılama (Participatory Sensing), Halk Değerlendirmesi (Community Appraisal), Katılımcı Tahmini/Değerlendirmesi (Participatory Appraisal), Danışma Komiteleri ve Kurulları (Advisory Committees & Boards), Mevcut Gruplarla Toplantılar (Meetings with Existing Groups), Vatandaş Danışma Grupları (Citizen Advisory Groups), Paneller (Panel Discussions), Uzman Paneli (Expert Panel), Vatandaş Panelleri (Citizens' Panel).

3.7.1. Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Participatory GIS-PGIS) / Turlar

Veri Toplama ve İzleme Grubudur. Vatandaşın birer "araştırmacı" gibi sahada veri topladığı yöntemlerdendir (Saha Dedektifleri).

- Konumsal analiz.
- **Ana Metot:** Katılımcı Haritalama (PGIS).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (PGIS), Turlar (Field Tours), birbirini tamamlayıcı yöntemlerdir.
- **Analiz:** Katılımcı Haritalama, bağımsız niş bir yöntemdir; ancak saha turları/gezileri, bu haritalamayı yapmadan önce sahayı yerinde incelemek için kullanılan alt adımlar/ön hazırlıklar olarak değerlendirilebilir. Teknik haritalandırma için PGIS; algısal analiz için tahminler kullanılır.

Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Participatory GIS - PGIS)

Hakkında

Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (PGIS), geleneksel ve teknik bir araç olan CBS'nin (GIS), yerel halkın bilgi, deneyim ve öncelikleriyle birleştirildiği bir mekânsal katılım yöntemidir. Sadece uzmanların hazırladığı haritalar yerine, vatandaşların kendi mahallelerindeki sorunlu noktaları, değer verdikleri alanları veya ihtiyaç duyulan hizmet noktalarını dijital veya fiziksel haritalar üzerinde işaretlemesine dayanır. Uygulama, profesyonellerin kullandığı karmaşık haritaları halkın diline tercüme ederek, sorunların ve çözümlerin tam koordinatlarıyla tespit edilmesini sağlar. Toplum temelli araştırma ve planlamalarda fiziksel ve çevresel ortamı anlamak ön koşuldur. Kullanımı 1980'lerde başlamış; coğrafi bilgi sistemlerinin bulunmasıyla (1990'lar) gelişmiştir. Mekânsal verilere ulaşmanın kolaylaşması ile toplum merkezli girişimlerde kullanılan yöntem, *Halkın haritacılığı* olarak adlandırılır.

Amaç

Katılımcı coğrafi bilgi sistemleri, basitleştirmeye yardımcı olmak için görsel anlatımlar kullanan bir sosyal öğrenme aracıdır. Yöntem, coğrafi bilgi sisteminin geliştirilmesi ve veri üretilmesi sürecine vatandaş dâhil etme amacına sahiptir.

Uygunluk Önerisi

Teknik veri ile yerel bilginin sentezi, isabetli yer seçimi ve kentsel çatışmaların azaltılması yanında, planlama ve karar alma sürecinde halk katılımını teşvik eder. Toplum merkezli girişimlere uygundur.

Zorluk

Zor (Teknik altyapı (yazılım/donanım) ve vatandaşın kullanımı için öğretim ve kolaylaştırıcılık süreci)

Maliyet

Orta/Yüksek (CBS yazılım lisansları, mobil veri toplama araçları / büyük ölçekli basılı haritalar, çalıştay maliyeti, personel, ekipman (tabletler, büyük boy baskılar) ve gıda talebi gibi organizasyonel kalemler.)

Süre

Hazırlık süresi, 1 ay (Altık haritaların hazırlanması)

Uygulama süresi, birkaç hafta (Veri toplama 2-4 hafta; Verilerin işlenmesi, birkaç gün.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 20-100 kişi (Odak gruplar veya mahalle temsilcileri üzerinden daha verimlidir.)

Rol Alanlar

- CBS uzmanı, gelen verileri teknik haritaya işleyen kişi.
- Sosyal planlamacı, halkla iletişimi ve işaretleme sürecini yöneten kişi ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefon uygulamaları (EpiCollect, Survey123 vb.), GPS cihazları, şeffaf asetat kağıtları ve büyük boy mahalle haritaları.

Yaş ve Uyarılma

15 yaş ve üzeri için uygundur (Gençlerin teknolojik becerilerinden faydalanılabilir). "Hafıza Haritalama" (Memory Mapping) ile mahalledeki tarihi ve kültürel noktalar işaretlenebilir.

Katılımcı Haritalama-Katılımcı Coğrafi Bilgi Sistemleri (Katılımcı CBS) Uygulama Adımları

CBS yazılımlarına hâkim, veriyi analiz edip sunacak bilgili araştırmacılar ve teknik personel gerekir.

Haritaların ve kullanılan dijital arayüzlerin, teknolojiyle arası çok iyi olmayan vatandaşları dışlamayacak kadar basit (user-friendly) tutularak erişilebilirlik gözetilmelidir.

Mekân, ekipman personel ve organizasyonun boyutuna göre maliyeti değişen bu yöntem hazırlık, uygulama ve verilerin sisteme işlenmesi gibi aşamaları nedeniyle zaman ve emek yoğun bir süreçtir.

1. Altlık Hazırlığı ve Sadeleştirme (Açılış)

- Görselleştirme: Belediye, mevcut karmaşık teknik planları, uydu görüntülerini veya sokak haritalarını vatandaşların kolayca anlayabileceği sadelikte (taslak haritalar) hazırlar.
- Kategorizasyon: Harita üzerinde nelerin işaretleneceği netleştirilir. (Örneğin, Yeşil noktalar: Park ihtiyacı; Kırmızı noktalar: Güvenlik sorunu olan yerler; Mavi çizgiler: Bisiklet yolu önerileri).

2. Haritalama Seansı (Uygulama)

- Çalıştay Formatı: Vatandaşlar bir atölyede basılı haritalar üzerinde veya tablet/bilgisayar aracılığıyla dijital ortamda çalışır.
- Veri Üretimi: Katılımcılar haritaya noktalar koyar, ulaşım rotaları çizer veya kentsel sorunların yaşandığı alanları sınırlarıyla belirler. Bu aşama, vatandaşın "araştırmacı" rolüne büründüğü andır.

3. Doğrulama ve Teknik Kontrol (Ground Truthing)

- Saha Kontrolü: Halktan gelen öznel veriler, belediye ekiplerince sahada fiziksel olarak kontrol edilir.
- Uyum: Önerilen noktaların mülkiyet durumu ve teknik kriterlere (altyapı, imar vb.) uygunluğu ölçülür.

4. Entegrasyon ve Karar Desteği (Kapanış)

- Sistem Entegrasyonu: Doğrulanmış vatandaş verileri, belediyenin ana CBS (GIS) sistemine işlenir.
- Resmi Karar: Bu veriler, stratejik plan kararlarına, SECAP raporlarına veya imar düzenlemelerine somut birer girdi olarak sunulur.
- Nihai Çıktı: Halkın doğrudan katılımıyla üretilmiş, güncel sorun ve önerileri içeren resmi "Katılımcı Kent Envanteri ve Dijital Müdahale Haritası", "Halkın Gözüyle Şehir Haritası" gibi karar almada değerlendirilecek ürünler ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Turlar (Field Tours)

Hakkında

Öğrenme sürecini dört duvarın dışına çıkaran deneyimsel bir yöntemdir. Katılımcılar bir tesisi, doğal alanı veya uygulama bölgesini uzman rehber eşliğinde ziyaret ederek; yerindeki işleyişi sorgular ve somut kanıtlarla öğrenerek aktif deneyimleme sürecine girer. Teorik bilgiler ve somut verilerin birleşmesi süreci (görme, işitme, koklama gibi duyuların dahil olduğu), paydaşlar için bilginin kalıcılığını artırır. Kilit paydaşlar, yetkililer, danışma grupları ve medya için turlar/geziler düzenlenir.

Amaç

Soyut kavramları somutlaştırmak; saha gerçeklerini (zorluklar ve fırsatlar) yerinde görmek; teknik süreçlerin uygulama aşamalarını incelemek ve katılımcılar arasında ortak bir gözlem deneyimi üzerinden tartışma zemini yaratmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Teorik bilginin pratikle doğrulanması, sahaya dair ilk ağızdan bilgi edinme, gözlem yeteneği ve paydaş ilişkilerinin geliştirilmesi, tercihleri aşına hale getirerek önyargıları azaltmak için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Lojistik planlama, izin süreçleri ve güvenlik önlemleri dikkat gerektirir.)

Maliyet

Orta (Ulaşım, rehberlik hizmetleri ve varsa giriş ücretleri.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 hafta (İzinlerin alınması ve rotanın belirlenmesi)

Uygulama süresi, 1-2 gün (Yarım veya tam gün süren uygulama ve değerlendirme toplantısı)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-20 kişi (Rehberin anlaşılabilirliği ve güvenlik için küçük gruplar olmalıdır.)

Rol Alanlar

- Tur Lideri/Kolaylaştırıcı, grubun güvenliğinden ve öğrenme hedeflerinden sorumlu kişi.
- Teknik rehber, gidilen yerdeki işleyişi anlatan saha uzmanı ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Gözlem formları, fotoğraf makineleri, ses kayıt cihazları ve koruyucu donanımlar (baret, yelek gibi).

Yaş ve Uyarılama

Çocuklardan uzmanlara, her yaş grubu için içerik derinliği ayarlanabilir. Engelli katılımcılara erişilebilir rotalar oluşturulabilir. Fiziksel katılım sağlanamayacaksa "Sanal Turlar" (Virtual Tours) ile desteklenir.

Turlar Uygulama Adımları

Turun verimliliğini ölçmek için katılımcıların sahada doldurduğu not kâğıtları veya puanlama cetvelleri kullanılmalı, gözlem formları tutulmalıdır. Şantiye veya tesis ziyaretlerinde iş sağlığı ve güvenliği önlemleri en üst düzeyde olmalı, gerekli ekipman (baret, yelek gibi) sağlanarak güvenlik riskleri azaltılmalıdır.

Turlar duygusal ve fiziksel tepkilere açıktır; rehberlerin kriz ve diyalog yönetimi konusunda eğitilmiş olması şarttır. Alan kapasitesi nedeniyle sınırlı sayıda vatandaş katılır ve katılımın "temsiliyeti" kritiktir.

1. Hedef Belirleme ve Planlama (Açılış)

- Odak Soruları: Turun sonunda hangi sorulara cevap aranacağı (Örneğin, "Yeni atık tesisi koku yapıyor mu?") netleştirilir.
- Katılımcı Sayısı: Lojistik kapasiteye göre katılımcı sayısı planlanır (genellikle 15-25 kişi idealdir).
- Lojistik: Güvenlik protokolleri, ziyaret izinleri ve ulaşım (belediye araçları) organize edilir.

2. Ön Bilgilendirme (Pre-briefing)

- Gözlem Rehberi: Katılımcılara tur öncesinde nelere dikkat etmeleri gerektiğini içeren yapılandırılmış bir form veya rehber verilir.
- Kural Belirleme: Turun bir turistik gezi değil, bir öğrenme faaliyeti olduğu vurgulanır.

3. Saha Uygulaması ve Etkileşim

- Rehberlik: Alanında uzman teknik personel eşliğinde gezi gerçekleştirilir.
- Soru-Cevap: Katılımcıların doğrudan uzmanlara soru sorması teşvik edilir. Bu aşama katılımcıların projeyi sahiplenmesini sağlar.
- İnsani Dokunuş: Aralarda verilecek küçük ikramlar, grubun kaynaşmasına ve gayri resmi diyalogun gelişmesine yardımcı olur.

4. Değerlendirme ve Hasat (Debriefing)

- Yansıtma: Gezi biter bitmez veya hemen sonrasında bir araya gelinir.
- Etki Analizi: "Gördüklerimiz projemizi nasıl etkileyecek?" ve "Hangi varsayımlarımız değişti?" soruları üzerine tartışılır.
- Nihai Çıktı: Kapsamlı bir saha gözlem raporu, görsel fotoğraf arşivi ve uygulama aşamasına yönelik "Vatandaş Onaylı" yeni fikirler, ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

3.7.2. Vatandaş Bilimi / Katılımcı Algılama / Halk Değerlendirmesi, Katılımcı Tahmini-Değerlendirmesi (Participatory Appraisal)

Veri Toplama ve İzleme Grubudur. Vatandaşın birer "araştırmacı" gibi sahada veri topladığı yöntemlerdendir (Saha Dedektifleri).

- Saha verisi.
- **Ana Metot:** Vatandaş Bilimi.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Vatandaş Bilimi, Katılımcı Algılama, Halk Değerlendirmesi, Katılımcı Tahmini/Değerlendirmesi, vatandaşın araştırmacı olduğu ekoldür ve birbirinin aynı ikiz yöntemler olarak değerlendirilir.
- **Analiz:** Vatandaş Bilimi, bilimsel araştırmalarda veya kent planlamasında halkın veri toplayıcı, gözlemci ve amatör araştırmacı olarak sürece dahil olmasıdır. Katılımcı Algılama, sensör takibinde ve Halk Değerlendirmesi, mahalle röntgeni çekmek için alt uygulama türleri olarak değerlendirilebilir.

Vatandaş Bilimi (Citizen Science)

Hakkında

Bilimi laboratuvarın dışına çıkararak sokağa, parklara ve evlere taşır. Profesyonel bilim insanları ile halkın bilimsel araştırma süreçlerinde iş birliği yapmasına dayalıdır. Bilimsel araştırmalara sıradan kişiler gözlem yaparak, soru sorarak ve/veya veri toplayıp analiz ederek dahil edilir. Vatandaşlar sadece "denek" değil; veri toplayan, gözlem yapan, karmaşık veri setlerini tasnif eden ve araştırma sorularını şekillendiren aktif araştırmacılarıdır. Teknolojinin (akıllı telefonlar, sensörler) gelişimiyle birlikte, bilim insanların tek başına ulaşamayacağı coğrafi alanlarda eş zamanlı veri toplanmasını sağlar. Halkın bilimsel çalışma yöntemlerini anlamasına ve toplumun sivil toplumla bütünleşmesine katkıda bulunur.

Amaç

Büyük ölçekli veri setlerini (biyoçeşitlilik, hava kalitesi, ışık kirliliği gibi) düşük maliyetle ve hızla oluşturmak; toplumda bilimsel okuryazarlığı artırmak; yerel sorunlara dair kanıta dayalı farkındalık yaratmak ve politika yapıcılara halk tarafından doğrulanmış veriler sunmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Bilimsel süreçte dair güven artışı, yerel sahiplenme duygusu ve akademik değeri olan devasa veri setleri elde edilmesi, toplumsal sahiplenme ve çevre bilincinin oluşumu için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Veri kalitesinin standardizasyonu, gönüllü motivasyonunun sürekliliğinin sağlanması ve teknik altyapı yönetimi zordur.)

Maliyet

Orta (Veri toplama platformu/uygulaması geliştirme; eğitim materyalleri ve koordinasyon maliyetleri.)

Süre

Hazırlık süresi, aylar veya yıllar alabilir (Araştırmanın sıradan insanlar tarafından anlaşılabilir veya yönetilebilir bir şekilde tasarlanması ve bir grup sıradan destekçinin bulunmasını içerir.)

Uygulama süresi, genellikle uzun vadelidir (aylar veya yıllar süren). Sürekli veya belirli mevsimlik periyotlar şeklinde uygulanan izleme projeleridir. Kampanya bazlı 1-2 haftalık veri toplama etkinlikleri yapılabilir (Örneğin, "Büyük Kuş Sayımı").

Projeler, belirli bir veri kümesini kategorize etmek, sıralamak ya da uzun vadelileri izlemek için yapılır.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Onlarca gönüllüden on binlerce katılımcıya kadar ölçeklenebilir.)

Rol Alanlar

- Bilimsel Koordinatör, veri standartlarını belirleyen uzman kişi.
- Topluluk yöneticisi, gönüllüleri motive eden ve eğitimi yöneten kişi.
- Vatandaş araştırmacılar/Gönüllü bilim insanları, sahada veri toplayan vatandaş.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefon uygulamaları (iNaturalist, eBird vb.), hava kalitesi ölçüm kitleri, GPS cihazları ve çevrimiçi veri tabanları; Akıllı telefonlar, GPS, sensörler.

Yaş ve Uyarılma

Her yaşa uygundur. Dijital okuryazarlığı düşük gruplar için fiziksel gözlem kartları ve posta yoluyla veri gönderimi gibi klasik yöntemlerle hibrit hale getirilebilir.

Vatandaş Bilimi Uygulama Adımları

Süreç, bilimsel uzmanlık ve gelişmiş proje yönetimi becerisi gerektirir. Bilim insanları / belediye teknik ekipleri ile gönüllüler arasında doğru köprüyü kurmak zordur; sosyal medya ve platformlar bağlantı kurmada anahtar rol oynar. En büyük risk yanlış veridir. Bu nedenle gönüllülere sağlanan talimatların kalitesi ve uzman denetimi hayati önem taşır. Veri sonuçlarının katılımcılarla paylaşılması, gönüllü motivasyonunu koruyarak süreklilik sağlayan önemli bir faktördür.

1. Soru ve Protokol Tasarımı (Hazırlık)

- İhtiyaç Analizi: Hangi veriye ihtiyaç var? (Örneğin, ildeki/ilçedeki istilacı bitki türleri veya hava kirliliği noktaları).
- Net Yönergeler: Hatanın minimize edilmesi için vatandaşların veriyi nasıl toplayacağı (fotoğraf açısı, ölçüm saati gibi) adım adım protokolleştirilir.

2. Dijital Platform ve Altyapı Seçimi

- Teknolojik Araçlar: Verilerin anında merkezi veri tabanına iletileceği mobil uygulamalar veya "Zooniverse" benzeri web portalları kurulur.
- Eğlenceli Katılım (Oyunlaştırma): *Fold.it* veya *Eyewire* örneklerinde olduğu gibi, karmaşık verilerin bir bilgisayar oyunu kurgusuyla (gamification) analiz edilmesi sağlanabilir.

3. Gönüllü Çağırısı ve Eğitim (Kapasite Geliştirme)

- Aktif Vatandaşlık: Halkın bilimsel yöntemler konusundaki farkındalığını artırmak için kısa eğitimler düzenlenir.
- Erişilebilirlik: Görsel ikonlar ve basit yazılımlar kullanılarak, okuma yazma bilmeyen toplulukların dahi gözlemlerini kaydedebilmesi sağlanır.

4. Saha Veri Toplama ve İzleme

- Kitlelerin Bilgeliği: Vatandaşlar kendi çevrelerinde yaptıkları gözlemleri (kuş göçleri, bitki çiçeklenme dönemleri gibi) sisteme yükler.
- Ölçek Ekonomisi: *Galaxy Zoo* örneğinde olduğu gibi, bir bilim insanının 80 yılda yapabileceği sınıflandırma, gönüllüler sayesinde birkaç ayda tamamlanabilir.

5. Doğrulama, Analiz ve Paylaşım (Kapanış)

- Kalite Kontrol: Uzmanlar gelen verileri çapraz kontrol ve yapay zekâ destekli onay mekânizmalarıyla doğrular.
- Demokratikleşme: Sonuçlar mutlaka katılımcılarla paylaşılır; biyoçeşitlilik atlasları veya kirlilik haritaları olarak kamuoyuna sunulur.
- Nihai Çıktı: Biyoçeşitlilik atlasları, kirlilik ısı haritaları, "İl/İlçe Doğa Envanteri" ve bilimsel temelli politika önerileri, ortaya konulabilir.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (ECSA, 2026); (Gemini, 2026).

Katılımcı Algılama (Participatory Sensing)

Hakkında

Katılımcı Algılama (Participatory Sensing) veya Vatandaş Gözlemevi, vatandaşların ellerindeki mobil cihazları (akıllı telefonlar, tabletler), taşınabilir düşük maliyetli sensörleri kullanarak çevrelerindeki verileri (hava kalitesi, biyolojik çeşitlilik, gürültü düzeyi, yol durumu gibi) sistematik olarak topladıkları ve paylaştıkları kolektif veri toplama yöntemidir. Vatandaşlar, salt "gözlemci" olmaktan çıkar, şehrin dijital sinir sistemi haline gelen birer "mobil sensöre" dönüşür. Projenin sürdürülebilirliği için vatandaşın doğru yönlendirilmesi ve geliştirilen araçların açık kaynaklı olması etkilidir.

Amaç

Devasa verileri toplayarak planlı ve net sonuçlara ulaşmak amacıyla kullanılır. Bunun için toplumsal katılımı (paydaş/kamu katılımı) teknik veriyle birleştirerek iş birliği sağlar.

Uygunluk Önerisi

Bilimsel temelli politika geliştirmede, vatandaş-belediye arasında veriye dayalı güven ve hızlı müdahale kapasitesi oluşturmada, uygun maliyetli ve yoğun veri gerektiren araştırmalarda, etki analizlerinde, vatandaşlar tarafından ortaklaşa üretilen sosyal ve teknolojik yeniliklerde, sivil toplum odaklı araştırmalarda kullanımı uygundur.

Zorluk

Kolay/Orta/Zor (Uygulama türüne göre zorluk düzeyi değişir. Veri kalibrasyonu, gizlilik yönetimi ve katılımcıların motivasyonunu uzun süre korumak teknik ve sosyal çaba gerektirir.)

Maliyet

Düşük/Orta (Yazılım/Uygulama geliştirme maliyeti vardır; donanım maliyeti vatandaşa yayılmıştır.)

Süre

Hazırlık süresi, 2-4 ay (Uygulama geliştirme ve test)

Uygulama süresi, haftalar veya aylar süren kampanya dönemleri şeklindedir.

Veri toplama faaliyetlerinin karmaşıklığı, farklı sistemlere göre değişiklik gösterir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 50-10.000+ (Ne kadar çok kişi veri gönderirse harita o kadar hassaslaşır).

Rol Alanlar

- Veri bilimci, gelen ham veriyi temizleyen ve haritalandıran kişi.
- Kampanya koordinatörü, vatandaşları teşvik eden kişi.
- Katılımcılar, politika yapımcılar, araştırmacılar, vatandaşlar gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Akıllı telefonlar (mikrofon, GPS, ivmeölçer), harici sensör kitleri, veri toplama uygulaması.

Yaş ve Uyarılma

13 yaş ve üzeri için uygundur (Teknoloji kullanımına hakim kitle). "Okul Sensör Ağı" projesiyle öğrencilere çevre bilinci eğitimi verilirken aynı zamanda şehirden veri toplanabilir.

Katılımcı Algılama Uygulama Adımları

Katılımcılar, neyi ölçtüklerini ve sonuçların ne işe yarayacağını net anlamalı ve beklenti yönetimi iyi yapılmalıdır.

Konum ve zaman bilgisi kişisel yaşamla doğrudan ilgili olduğundan gizlilik ve güvenlik (KVKK) için anonimleştirme ve güvenli veri saklama altyapısına yönelik gelişmiş bilişim becerileri zorunludur.

Katılımcılara sürekli değer katacak (Örneğin, Kendi hanesinin enerji tasarrufunu görmesi gibi) sistemler kurularak sürdürülebilirlik sorunu aşılabılır. Vatandaşın kişisel telefonu dışındaki kitler (sensörler) kullanılacaksa, bu durumda başlangıç maliyeti artabilir.

1. Odak Belirleme ve Katılımcı Tasarım (Açılış)

- Veri Odağı: Hangi verinin toplanacağı netleştirilir. (Örneğin, "İlin/İlçenin sessiz mahalleleri" için gürültü haritası veya "Okul yollarındaki hava kalitesi").
- Ortak Tasarım: İzlenecek konular ve kullanılacak araçlar, paydaşlarla birlikte seçilebilir.

2. Altyapı ve Araçların Hazırlanması

- Teknoloji Seçimi: Hazır uygulamalar (Örneğin, *NoiseTube*) kullanılabilir veya sıfırdan bir platform geliştirilebilir.
- Protokol: Vatandaşın veriyi nasıl kaydedeceği (Örneğin, 30 saniyelik ses kaydı veya fotoğraf) ve anonimliğin nasıl korunacağı belirlenir.

3. Gönüllü Çağrısı ve Motivasyon

- Kampanya: "Şehrin Kulakları Ol!" veya "Havanı Korum!" gibi sloganlarla gönüllüler sisteme dahil edilir.
- Geri Bildirim Döngüsü: Gönüllüleri aktif tutmak için en önemli motivasyon, sağladıkları verilerin kendilerine anlamlı grafikler ve kişisel bilgiler olarak geri dönmesidir.

4. Veri Akışı ve Analiz (Uygulama)

- Merkezi Toplama: Telefonlardan gelen GPS etiketli veriler bulut sisteminde birleşir.
- Temizleme: Gelişmiş bilişim becerileriyle hatalı veya uç veriler elenerek bilimsel geçerliliği olan bir veri kümesi oluşturulur.

5. Eylem Planı ve Geri Bildirim (Kapanış)

- Fiziksel Müdahale: Verilerin riskli (kırmızı) gösterdiği bölgeler için belediye ekipleri inceleme başlatır.
- Şeffaflık: Sonuçlar katılımcı hanelere ve kamuoyuna raporlanır; bilimsel araştırmalarda kullanılır.
- Nihai Çıktı: Şehrin riskli ve potansiyel noktalarını gösteren, bilimsel veriye dayalı bir "Katılımcı Kent Gözlem Raporu ve Müdahale Haritası" ya da dinamik, ısı haritası formunda bir "Şehir Çevre Atlası" oluşturulabilir.

(ActionCatalogue, Methods, 2026); (Gemini, 2026).

Halk Değerlendirmesi (Community Appraisal)

Hakkında

Bir yerleşim yerinde yaşayan insanların kendi yaşam koşullarını, ihtiyaçlarını ve kaynaklarını sistematik olarak analiz ettikleri katılımcı teşhis ve planlama yöntemidir. Geleneksel anketlerin aksine, "halkın kendi gerçekliğini tanımlama" gücüne odaklanır. Süreç boyunca vatandaşlar sadece bilgi kaynağı değil; aynı zamanda veriyi analiz eden ve çözüm öneren aktif araştırmacılarıdır. Değerlendirmeler, bir sorunu çözmek veya var olan hizmetleri geliştirmek için eylem planları oluşturmak adına yapılır. Orijini, kırsal bölgelerde yaşayan halkın kendi yaşam koşullarıyla ilgili düşüncelerini araştıran Rapid Rural Appraisal'a dayanmaktadır, kentsel alanlara daha sonra yayılmıştır

Amaç

Yerel sakinlerin kendi hayatları ve durumları hakkındaki bilgileri paylaşıp, geliştirip, analiz edebilecekleri ve toplum odaklı çözümlerin bulunabileceği bir platform oluşturmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Gerçekçi ihtiyaç analizi yapmak, eylem planları geliştirmek, sosyal sermayenin güçlendirilerek katılımcı demokrasi kültürünün yaygınlaşmasını sağlamak için uygundur.

Zorluk

Orta/Zor (Halkın güvenini kazanmak ve uzun soluklu bir süreci yönetmek sabır ve saha deneyimi ister.)

Maliyet

Düşük/Orta (Saha koordinatörleri, kırtasiye malzemeleri ve yerel etkinlik organizasyon masrafları.)

Süre

Hazırlık süresi, 6-8 ay

Uygulama süresi, 2-4 ay (Veri toplama, analiz ve geri bildirim aşamaları)

Uygulamanın geniş ölçeğinden dolayı süreç bir yıla kadar uzayabilir (Katılımcı sayısına göre hazırlanan anketlerin dağıtılması ve geri toplanması uzun solukludur).

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, nüfusun %5-%10'u kadar kişidir (Temsiliyetin sağlanması için mahalle nüfusunun %5 - %10 civarına doğrudan temas hedeflenir.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Fasilitatör, halkı sürece hazırlayan belediye görevlisi veya uzman.
- Halk araştırmacıları, kendi mahallesinde veri toplayan gönüllü vatandaşlar.
- Katılımcılar, vatandaş, yerel yönetim temsilcileri gibi.

Donanım ve Araçlar

- "Sorun Ağacı" çizelgeleri, "Venn Diyagramı" (kurumsal ilişkiler için), büyük mahalle haritaları.

Yaş ve Uyarılma

Her yaş grubuna uygun (Okul çağındaki çocuklardan emeklilere, herkes kendi perspektifinden veri toplar). Kırsal alanlarda "Katılımcı Kırsal Değerlendirme" (PRA) teknikleriyle (toprak analizi, mevsimlik takvimler vb.) yapılabilir.

Halk Değerlendirmesi Uygulama Adımları

“Mahallelinin sorunlarını en iyi mahalleli bilir” anlayışı ile vatandaş görüşleri dinlenerek not alınır.

Süreç boyunca atılan adım ve elde edilen bulgular, görünür gelişmeler şeklinde düzenli olarak mahalleliye aktararak motivasyon canlı tutulur. Çıktılar, tespit dosyası olmanın ötesinde, sorunları çözmeye yönelik eylem anlaşması adımlarını barındırmalı ve bir takvim oluşturulmalıdır.

Mahalle içindeki farklı grupların çıkar çatışmalarına dikkat edilmeli, tarafsız ve uzlaşıcı kültürüne uygun şekilde davranılmalıdır. Halk değerlendirmesinin tek seferlik değil, süreklilik istediği ve mahalledeki gelişimin izlenerek yaşayan bir süreç kurgulanması gerektiği unutulmamalıdır.

1. Hazırlık ve Ekip Kurma (Açılış)

- Gözetim Kurulu: Mahallede saygı duyulan kişilerden, yerel kanaat önderlerinden ve her kesimi temsil eden gönüllülerden oluşan bir "Değerlendirme Grubu" veya "İdari Kurul" kurulur.
- Kapsayıcılık: Süreç toplumun her kesimine (gençler, yaşlılar, esnaf vb.) açık olmalıdır.

2. Veri Toplama ve Saha Çalışması

Mahallenin röntgenini çekmek için farklı araçlar bir arada kullanılır:

- Transekt Yürüyüşü: Gönüllüler mahallede belirli bir rotada yürüyerek fiziksel engelleri, sosyal alanları ve potansiyelleri yerinde gözlemler.
- Tarihsel Çizgi: Mahallenin geçmişindeki önemli olaylar ve değişimler listelenerek aidiyet ve değişim yönü analiz edilir.
- Anket ve Yazılım: Evlere dağıtılan fiziksel anketler veya dijital veri toplama araçları (Örneğin, Village Appraisals yazılımları) ile geniş veri toplanır.

3. Analiz ve Sorun Ağacı (Uygulama)

- Kök Neden Analizi: Tespit edilen temel sorunlar halkla birlikte tartışılır. Sorunların kökenine inmek ve doğuracağı sonuçları anlamak için "Sorun Ağacı" yöntemi kullanılır.
- Mevcut Durum: Sorunlarla birlikte mahallenin kendi imkânlarıyla çözebileceği "yerel kapasiteler" listelenir.

4. Önceliklendirme ve Karar

- Sorumluluk Paylaşımı: Belirlenen eylemler kategorize edilir: "Hangi sorun belediye yatırımı gerektiriyor?", "Hangisi halkın kendi dayanışmasıyla çözülebilir?"
- Eylem Planı: Kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenir.

5. Halk Toplantısı ve Paylaşım (Kapanış)

- Onay seansı: Hazırlanan taslak rapor mahalle meydanında tüm sakinlere sunulur. Halkın son onayı alınmadan rapor resmileşmez.
- Savunuculuk: Hazırlanan rapor belediye meclisine, yerel yönetime ve medyaya sunulur eyleme geçilmesi için taahhüt alınır.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Katılımcı Tahmini/Değerlendirmesi (Participatory Appraisal - PA)

Hakkında

Yerel toplulukların sorunlarını, kaynaklarını ve ihtiyaçlarını kendi bakış açılarıyla analiz etmelerini, haritalandırmalarını ve çözüm üretmelerini sağlayan, eylem odaklı saha araştırması ve katılım yöntemidir. Sahadan alınan yerel bilgiyi, modern uygulamalar aracılığıyla, "veri analitiği, senaryo bazlı planlama ve kurumsal hesap verebilirlik" döngüsüne entegre eder. Görsel araçlar (çizim, harita, şema) kullanıldığından okuryazarlık oranı düşük gruplarda bile oldukça iyi sonuçlar verir. Yöntem, Afrika ve Asya'da gelişerek tüm dünyaya yayılmıştır; terimi karşılayan kısaltmaların çokluğu bazen karışıklıklara neden olabilmektedir (Örneğin, PLA (Participatory Learning and Action - Katılımcı Öğrenme ve Eylem) ve PRA (Participatory Rural Appraisal - Katılımcı Kırsal Tahmini / Değerlendirmesi).

Amaç

Akademik veya teknik bilginin yerine, mahallede/köyde yaşayanların pratik ve deneyimsel bilgisini merkeze alarak yerel uzmanlığı önce çıkarmak; çözüm aşamasında halkın gönüllü katılımını ve sahiplenmesini teşvik etmek; topluluk ve bölgeye dair hızlı, esnek şekilde veri toplamak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Toplulun kendi sorunlarına dair farkındalığının artması, doğru veri setleri oluşturup riskleri yerinde tespit etmek ve çözüm üretmek için uygundur. Toplumsal hafızayı ve gizli kalıpları açığa çıkarır.

Zorluk

Orta (Teknik karmaşıklığı düşüktür; kolaylaştırıcı ve halk arasındaki güven bağı kritiktir.)

Maliyet

Düşük (Büyük kâğıtlar, renkli kalemler, taşlar, tohumlar veya yerel materyaller.)

Süre

Hazırlık süresi, değişkendir.

Uygulama süresi, ½ gün-3 gün (Yarım gün ve 3 gün arasında değişen yoğun saha oturumları.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 15-30 kişi (Farklı yaş ve cinsiyet gruplarının temsili önemlidir.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/ Fasilitör, soruları soran ama cevabı vermeyen, süreci yönlendiren kişi.
- Not tutucu, tartışmaları ve çizilen görselleri belgeleyen kişi.
- Katılımcılar ve yönetici (Katılımcılar kendilerini geliştirirse yöneticiye gerek kalmaz).

Donanım ve Araçlar

- Yerel dilde materyaller, geniş zeminler veya duvarlar, semboller (taşlar, çubuklar).

Yaş ve Uyarılma

Her yaş için uygun (Okuma-yazma bilmeyenler veya çocuklar için görsel semboller kullanılabilir).

Katılımcı Tahmini/Değerlendirmesi Uygulama Adımları

Sahadan çıkan önceliklerin, dikkate alınmaması sonrasındaki katılım süreçlerini olumsuz etkiler. Kolaylaştırıcılar asla kendi fikirlerini dikte etmemeli, masadaki kalemi vatandaşın eline bırakıp süreci yönetmelidir. Mahalledeki baskın figür etkisini azaltmak için diyaloglar kolaylaştırılmalı; kadınlar, göçmenler ve gençler için gerekirse ayrı odak grup oturumları yapıp güç dinamikleri dengelenmelidir.

Toplanan veriler, sentezlenmek üzere dijital ortama aktarılmalı ve büyük veri analitiği araçlarıyla tasnif edilerek kurumsal hafızaya işlenmelidir (Yapay zekâ ve dijital destekler).

1. Kurumsal Hazırlık ve "Rol Değişimi" Kampı (Süre: 1-2 Gün)

- Paydaş Ağının Kurulması: Sahaya inilmeden önce mahalle/kent ölçeğindeki aktörler (muhtarlar, yerel kooperatifler, dezavantajlı grup temsilcileri) haritalandırılır ve iletişime geçilir. Gerekli teknik/lojistik ekipmanlar (harita altlıkları, görsel materyaller) hazırlanır.
- Rol Değişimi (Role Reversal): Kolaylaştırıcı ekip sahaya "öğretmeye" değil, "topluluktan öğrenmeye" gider. En önemli kural: *"Halkın bilgisine ve toplumsal hafızaya saygı göstermek."* Toplantıların herkesin günlük hayatında zaten uğradığı tarafsız alanlarda (pazar yeri, park, kahvehane) yapılması organize edilir.

2. Senaryo Bazlı ve Görsel Saha Analizi (Süre: 2-3 Saat)

Geleneksel anketlerin yarattığı yabancılaşmayı önlemek için tamamen sözlü, görsel ve mekânsal araçlar kullanılarak küçük karma gruplarla çalışılır:

- Mekânsal ve Kaynak Haritalandırması (45 dk): Katılımcılar dev kâğıtlara veya yere mahallenin güncel durumunu çizer. Su baskını alanları, güvenli/güvensiz sokaklar, sorunlu kavşaklar, sosyal alanlar, erişilemeyen yeşil alanlar renkli fiziksel nesnelerle (taş, kart, fasulye) ya da renkli kalem veya işaretleyicilerle işaretlenir.
- Tarihsel Zaman Şeridi ve Trend Analizi (30 dk): Topluluğun hafızasındaki kırılma noktaları (mevsimsel değişimler dikkate alınarak afetler, ekonomik krizler, imar değişiklikleri) listelenerek kentsel dönüşümün veya çevresel değişimin bugüne etkisi analiz edilir.
- Kesit Yürüyüşü (Transect Walk) (45 dk): Kolaylaştırıcılar, yerel halk ve belediye teknik ekipleri haritadaki verileri yerinde görmek için mahalleyi dolaşır. Yürüyüş esnasında sorunlar yerinde fotoğraflanır ve harita verisi doğrulanır (*Triangulation*).

3. Çok Kriterli Matris Sıralama ve Önceliklendirme (Süre: 45 Dakika)

- Sorunların Listelenmesi (15 dk): Sahadan ve yürüyüşten elde edilen tüm girdi ve sorunlar, herkesin görebileceği bir panoda sembolleştirilerek listelenir.
- Kriter Bazlı Puanlama (30 dk): Katılımcılara somut puanlama nesneleri (yapışkan noktalar veya fasulyeler) dağıtılır. Vatandaşlar sorunları sadece "isteklerine" göre değil; Aciliyet, Toplumsal Fayda ve Çevresel Etki gibi kriterlere göre puanlar. En yüksek oyu alan başlıklar topluluğun stratejik öncelikleri olarak öne çıkar.

4. Ortak Çözüm Tasarımı ve Sorumluluk Sözleşmesi (Süre: 60 Dakika)

- Senaryo Geliştirme (30 dk): En yüksek önceliğe sahip sorunlar için (Örneğin, Sürdürülebilir Kentsel Drenaj / Sel Sorunu) çözüm senaryoları üretilir. "Biz mahalleli olarak ne yapabiliriz?" (Örneğin, yağmur suyu hasadı) ve "Belediye ne yapmalı?" (Örneğin, geçirgen kaldırım taşları) ayrımı netleştirilir.
- Sorumluluk ve İzleme Takvimi (30 dk): Süreç sadece belediyenin sırtına yüklenmez. Eylemlerin takibi için mahalle sakinlerinden ve teknik personelden oluşan karma bir "Topluluk İzleme Grubu" kurulur. Kimin, hangi adımı, ne zamana kadar takip edeceği panoya yazılır.

5. Topluluk Doğrulaması ve Şeffaflık Sergisi (Süre: 1 Gün)

- Halka Açık Sergi: Üretilen tüm haritalar, matrisler ve sorumluluk takvimleri mahalle meydanında veya dijital bir portalda sergilenir.
- Geniş Doğrulama: Çalıştaylara katılamayan diğer mahalle sakinlerinin de verileri incelemesi, hata varsa düzeltilmesi ve süreci onaylaması sağlanarak meşruiyet üst seviyeye çıkarılır.
- Nihai Çıktı: Doğrudan yerel topluluğun bilgisini, kentsel çevre analizini ve sorumluluk paylaşımlarını içeren; belediye meclisi kararlarına yasal altlık oluşturan "Topluluk Onaylı Kentsel Dirençlilik ve Sürdürülebilir Eylem Planı" ortaya çıkarılır.

(Yılmaz, 2013); (IIED, Yönetişim, 2026); (Participedia, Participatory Appraisal, 2026); (Gemini, 2026)

3.7.3. Danışma Komiteleri ve Kurulları / Mevcut Gruplarla Toplantılar / Vatandaş Danışma Grupları / Paneller / Uzman Paneli / Vatandaş Panelleri

Yerinde inceleme ve hazır yapılar grubudur. Sorunu yerinde görmeyi, teknik geri bildirim yapmayı ya da mevcut kurumsal yapıları kullanmayı sağlayan yöntemler olarak bilinir.

- Kurumsal irtibat.
- **Ana Metot:** Danışma Komiteleri ve Kurulları.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Danışma Komiteleri ve Kurulları, Vatandaş Danışma Grupları, Mevcut Gruplarla Toplantılar, Uzman Paneli, Paneller, Vatandaş Panelleri. Bu yöntemler, kurumsal yapılar olarak biri diğerinin alt başlığı şeklinde değerlendirilebilir, gerektiğinde ikame yöntemler olarak da kullanılabilir.
- **Analiz:** Süreçleri izleme ve teknik geri bildirim için oluşturulan kurumsal yapılardır. Danışma Komitesi genellikle akademisyen/uzman ağırlıklıdır; Vatandaş Danışma Grubu ise temsilci vatandaşlardan oluşur. Danışma Komiteleri, uzun vadeli yapılar iken, Uzman Paneli veya Mevcut Gruplarla Toplantılar, bu kurulların çalışma mekanizmalarıdır. Sadece belirli bir konuda (Örneğin, deprem) teknik görüş vermesi için çağrılan/oluşturulan geçici alt gruplar olarak da nitelendirilebilir. Panel, uzmanların halkın önünde tartışmasıdır (Bilgi yayma). Uzman Paneli, sadece projenin teknik ekibine sunulan kapalı oturumlardır. Danışma Komiteleri ise bu uzmanların sürekli bir yapıya dönüşmüş halidir.

Danışma Komiteleri ve Kurulları (Advisory Committees & Boards)

Hakkında

Belirli bir kamu politikası, proje veya teknik konu üzerinde düzenli aralıklarla bir araya gelerek karar vericilere (Belediye Başkanı, Meclis gibi) tavsiyelerde bulunan, toplumun farklı kesimlerini veya uzmanlık alanlarını temsil eden yapılandırılmış gruptur. Bir proje ya da konu hakkında yorum ve tavsiyelerde bulunur; baştan sona kadar katılımı sürdürülebilir kılan "istikrarlı bir köprü" görevi gören çözüm ortaklarıdır. Projelerin sadece teknik açıdan değil, sosyal kabul edilebilirlik açısından da olgunlaşmasını sağlar. Zaman ve emek yoğun bir yöntemdir, aceleye getirmek güven zedeler. Vatandaş danışma kurulları, kurullar, komiteler, gruplar, görev güçleri gibi çeşitli isimlerle bilinir.

Amaç

Çatışan veya farklı ilgi alanlarına sahip grupları (STK'lar, iş dünyası, akademisyenler) aynı masada toplayarak temsiliyet sağlamak; teknik açıdan karmaşık proje uygulamalarında yerel bilgi ile teknik bilgiyi harmanlamak; alınan kararların toplumun farklı kesimleri tarafından onaylanmış ve tartışılmış olmasını sağlayarak karara olan güveni artırmak ve meşruiyet kazandırmak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Toplumsal nabız ölçmek; potansiyel krizleri önceden sezmek; farklı perspektiflerden görüşler almak ve analiz yapmak; paydaş katılımını sağlamak; karmaşık konularda fikir birliği ve alternatif stratejiler geliştirmek için uygundur.

Zorluk

Zor (Üyelerin seçimi, düzenli katılımın sağlanması ve farklı görüşlerin bir "ortak tavsiye kararına" dönüştürülmesi yüksek idari beceri gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Toplantı organizasyonları, raporlama hizmetleri, bağımsız kolaylaştırıcı, uzman desteği ve üyelerin ulaşım/huzur hakkı ve yönetim giderleri.)

Süre

Hazırlık süresi, 1-2 ay (Tüzük hazırlığı, üye seçimi)

Uygulama süresi, genelde 1-3 yıl arası veya proje süresine bağlı olarak değişir. Genellikle ayda bir kez, birkaç saatten tam güne kadar süren toplantılar düzenlenir.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-25 kişi (Verimli tartışma yapacak kadar küçük, temsiliyet sağlayacak kadar büyük.)

Rol Alanlar

- Komite başkanı/Kolaylaştırıcı, tartışmaları yöneten kişi.
- Sekreteryas, toplantı tutanaklarını tutan ve raporlayan birim.
- Üyeler, paydaş temsilcileri ve Teknik uzmanlar.

Donanım ve Araçlar

- Toplantı odaları, teknik dokümanlar, projeksiyon, sunum materyalleri, bilgilendirme kitapları.
- İkramlar, çocuk bakımı ve planlama süresi.
- Dijital araçlar (Kapalı grup iletişim kanalları (Slack, Microsoft Teams) ve doküman paylaşım platformları).

Yaş ve Uyarlama

Genellikle 18+ için uygundur (Yasal ve idari sorumluluk gerektirdiği için). "Çocuk Danışma Kurulları" gibi yapılarla yerel yönetimlerde çocuk dostu şehir planlaması için çocukların perspektifi alınabilir.

Danışma Komiteleri ve Kurulları Uygulama Adımları

Kurulun sadece onay makamı olarak görülmemesi için bağımsız ve eleştirel seslere yer verilmeli, kurul tavsiyelerinden hangilerinin ve neden uygulanmadığına dair bir geri bildirim döngüsü oluşturulmalı, üyelerin medya ilişki ve etkileşimine yönelik kurumsal politikalarla çelişmeyecek ilkeler geliştirilmelidir. Kamuoyunun tepkilerine karşın komite çalışmaları düzenli olarak paylaşılmalıdır.

1. Açılış ve Yapılanma (1 Ay)

Sürecin güvenilirliği bu ilk aşamada inşa edilir.

- Misyona ve Tüzük: Komitenin yetkileri, çalışma usulleri ve net misyonu üzerinde tüm üyelerin mutabakatı sağlanır. Rol ve sorumluluklar en baştan belirlenir.
- Üye Seçimi ve Röportaj: Kapsamlı bir paydaş analizi yaparak, ilgili tüm topluluk çıkarlarının adil ve dengeli temsil edildiği bir yapı kurulur. Seçim öncesinde muhtemel üyelerle bizzat röportaj yaparak motivasyonları ve becerileri ölçülür.
- Yedek Üye Kuralı: Fikir birliği için gereken ilişki ve güven ortamını bozmamak adına alternatif/yedek temsilci kullanımından kaçınılmalıdır; asil üyelerin tam ve sürekli katılımı şart koşulmalıdır.

2. Düzenli Toplantılar ve Süreç Yönetimi (Uygulama)

- Bağımsız Kolaylaştırıcı: Süreci yönetmek için deneyimli ve tarafsız üçüncü taraf bir yürütücü (kolaylaştırıcı) görevlendirilir.
- Başkan Seçimi: İyi süreç yönetebilen güçlü bir başkan seçilir; grubun en baskın veya inatçı üyesini başkan yapmaktan kaçınılmalıdır.
- Bilgi Paylaşımı: Üyelerin tartışılan konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olması sağlanır. Acele etmemelidir; güven inşası ve teknik öğrenme zaman alır.

3. Görüş Oluşturma ve Müzakere

- Mutabakat Arayışı: Tartışılan konularda öncelikle fikir birliği aranır. Fikir birliği sağlanamıyorsa çoğunluk görüşü belirlenir.
- Şeffaf Kayıt: Karşıt görüşlerin de raporda yer alması sağlanır. Tüm kararların açık ve ayrıntılı gerekçelerle desteklendiğinden emin olunmalıdır.

4. Ortak Çıktı Duvarı ve İletişim

- Halkı Bilgilendirme: Kurul faaliyetleri ile halk arasındaki bağ koparılmamalıdır. Kararlar ve görüşme özetleri, belediye panolarında veya web sitesinde "Danışma Kurulu Görüşü" başlığıyla ilan edilir.
- Seçmen İletişimi: Üyelerin, temsil ettikleri grupları (seçmenlerini) süreç hakkında sürekli bilgilendirmeleri teşvik edilir.

5. Kapanış ve Nihai Rapor

- Tavsiye Raporu: Kararların gerekçelerini de içeren ayrıntılı bir nihai tavsiye raporu hazırlanır.
- Etki Değerlendirmesi: Yapılan çalışmaların belediye politikaları üzerindeki etkisini gösteren bir değerlendirme ile süreç sonlandırılır.

(EPA, 2026); (Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Mevcut Gruplarla Toplantılar (Meetings with Existing Groups)

Hakkında

Mevcut Gruplarla Toplantılar, "halkın belediyeye gelmesini beklemek" yerine "belediyenin halkın ayağına gitmesini" temel alan verimli ve pratik bir katılım yöntemidir. Bu yöntem, halihazırda var olan ve düzenli toplanan grupların (dernekler, kooperatifler, spor kulüpleri, dini cemaatler, esnaf odaları gibi) kendi mekânlarında ve rutin toplantı saatlerinde onlara misafir olma üzerine temellenir. Bu sayede grup ve kişiler kendi güvenli ortamlarında fikirlerini özgürce beyan eder. Katılımı daha doğal bir zemine taşıyan uygulama, yerel yönetimin vatandaşla doğrudan gitmesi prensibine dayanır.

Amaç

Kendi işi veya sosyal hayatı nedeniyle belediyeye gelemeyen gruplara doğrudan ulaşmak; katılımcıların kendilerini "ev sahibi" olarak gördükleri, güvenli hissettikleri alanlarda dürüst ve samimi geri bildirim alarak güven inşa etmek; belirli bir ortak paydada buluşmuş grupların kolektif sesini duyarak toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini hızla derleyip temsiliyet sorununu aşmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Katılımcıların daha cesur bildirimler yapmaları istendiğinde, hedef kitlelerden yüksek katılımı ve derinlemesine bilgi almak ve gündemde kalmak hedeflendiğinde kullanmak uygundur.

Zorluk

Kolay (Lojistik yükü azdır; mevcut bir düzene dahil olunur.)

Maliyet

Düşük (Sadece ulaşım ve bazen küçük ikramlar/tanıtım materyalleri.)

Süre

Hazırlık süresi, haftalarca sürebilir (Randevulaşma ve hazırlık için 1 hafta öncesinden koordinasyon)
Uygulama süresi, 1-2 saat (Gruba ayrılan toplantı süresi kadar.)
Toplantı süresi, 60-90 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, genellikle 10-20 kişi
Bir kampanya kapsamında onlarca farklı grup ziyaret edilerek, toplamda binlerce kişiye ulaşılabilir.

Rol Alanlar

- Belediye temsilcisi/Fasilitatör, konuyu sunan ve not alan kişi.
- Grup lideri, toplantı akışını sağlayan ve grubu koordine eden kişi.

Donanım ve Araçlar

- Taşınabilir sunum cihazı veya broşürler, not defteri veya ses kayıt cihazı, gruba özel hazırlanmış mini anket formları.

Yaş ve Uyarılma

Hemen her yaş için uygundur (Emekli derneklerinden gençlik kulüplerine kadar). Grubun niteliğine göre dil ve sunum tarzı değiştirilmelidir.

Mevcut Gruplarla Toplantılar Uygulama Adımları

Her grubun kendi hiyerarşisi ve bir konuşma usulü vardır. Bu iç dinamiklere saygı göstererek sürece dahil olunmalı ve tek seferde kalmayıp süreklilik sağlanmalıdır.

Sadece "sesi çok çıkan" veya "belediyeye yakın" gruplara gidilip marjinal veya daha sessiz ama önemli grupların göz ardı edilmesi katılımın kapsayıcılığını zedeleyebileceğinden dikkat edilmelidir.

Mevcut gruplar bazen belediye temsilcisini tüm sorunların çözüleceği bir makam olarak görebilir. Temsilci sınırları nazikçe çizilmeli ve beklenti yönetimi iyi yapılmalıdır.

1. Hazırlık ve Tanışma (Açılış)

- Misafir Rolü (10 dk): Belediye temsilcisi, grubun doğal ortamına konuk olur. Kendini tanıtır ve geliş amacını (Örneğin, "Yeni park projesi hakkında görüşlerinizi duymaya geldim") samimiyetle açıklar.
- Kitle Analizi: Toplantı öncesinde dinleyicilerin kim olduğu, grubun temel öncelikleri ve hassasiyetleri mutlaka anlaşılmalıdır.

2. Dinleme ve Müzakere (Uygulama)

- Serbest Tartışma (40-60 dk): Belediye temsilcisi bir "yönetici" gibi değil, bir "misafir ve dinleyici" gibi davranır. "Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuyla sözü gruba bırakır.
- Birebir Fırsatlar: Grup dinamikleri içinde toplu söz alamayan kişiler için toplantı öncesi veya sonrasında birebir görüşme fırsatları yaratılır.

3. Mutabakat ve Teyit (Ortak Çıktı Duvarı)

- Özetleme: Toplantı sonunda dile getirilen talepler ve ortak fikirler belediye temsilcisi tarafından yüksek sesle özetlenir. "Doğru mu anladım?" sorusuyla grubun onayı alınır.

4. Geri Dönüş Sözü ve Teşekkür (Kapanış)

- Şeffaf Takvim (10 dk): Alınan notların belediyenin hangi birimine iletileceği ve gruba ne zaman/nasıl geri dönüş yapılacağı (Örneğin, "15 gün sonra muhtarınız aracılığıyla cevap vereceğiz") netleştirilir.
- Nihai Çıktı: Grup bazlı hazırlanan "Paydaş Beklenti Raporları" ve yerel sorunlara dair "Hızlı Çözüm Notları", Belirli bir çıkar grubunun veya yerel topluluğun beklentilerini özetleyen, doğrudan politika üretimine temel olacak "Grup Odaklı Görüş ve Beklenti Raporu" oluşturulabilir.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Vatandaş Danışma Grupları (Citizen Advisory Groups)

Hakkında

Yerel yönetimlerin belirli bir proje, sorun veya strateji üzerinde derinlemesine çalışmak için kurduğu, 10-30 kişilik temsil yeteneği yüksek gönüllü grubudur. Uzatılmış bir zaman zarfında kuruma tavsiyelerde bulunarak kararların toplumsal meşruiyetini ve uygulanabilirliğini artırır. Tek seferlik anketlerin aksine, bu gruplar projenin ömrü boyunca belirli aralıklarla toplanır ve kurum ile halk arasında çift yönlü bir bilgi köprüsü kurar. Vatandaş danışma grupları, uzatılmış bir zaman zarfında karar alma için bilgilendirme ve tavsiyede bulunma görevi gören bir komitedir.

Amaç

Karar alma süreçlerinde şeffaflığı sağlamak; yerel sorunları ve çözüm önerilerini birinci ağızdan duymak; projelerin halk tarafından sahiplenilmesini artırmak ve olası toplumsal dirençleri/çatışmaları erkenden fark ederek önlemek; vatandaş demokratik süreçte dahil etmek gibi amaçlarla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kararların demokratik meşruiyeti, halkın yönetime olan güveninin artması ve projelerin yerel dokuya tam uyumu, ideal diyalog ortamının oluşturulması, olası problemler için erken uyarı sistemi, geniş zamana yayılmış toplantı ve müzakereler yoluyla katılımcıların birbirini tanıması, yeniliğin teşviki için tartışmalar, vatandaş katılımı ve şeffaf süreç yönetimi için uygundur.

Zorluk

Orta (Temsiliyetin adil sağlanması ve grubun sürekliliğinin korunması profesyonel yönetim gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Toplantı mekânı, ikramlar ve koordinasyon maliyetleri.)

Süre

Tek bir toplantı için birkaç günlüğüne ya da düzenli olarak daha uzun süreliğine toplantılar yapılabilir.

Uygulama süresi: Genellikle projenin tüm süreci boyunca, 6 ay-2 yıl.

Toplantı Periyodu: Ayda bir veya üç ayda bir yapılan düzenli oturumlar.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10–20 kişi (Etkili diyalog ve herkesin söz hakkı alabilmesi için sayı sınırlı tutulmalıdır.)

Rol Alanlar

Vatandaşların yer aldığı 10-20 üyeden oluşur.

- Kolaylaştırıcı/Moderatör, tartışmayı yöneten, sessiz kalanları teşvik eden ve zamanı ayarlayan kişi.
- Uzman konuk, konu hakkında kısa bir giriş yapıp soruları cevaplayan bilim insanı.
- Kurum Temsilcisi: Projeyi anlatan ve gelen soruları cevaplayan teknik uzman/yönetici.
- Vatandaş Temsilcileri: Bölgenin demografik yapısını temsil eden gönüllüler.
- Katılımcılar, STK, araştırmacı, vatandaş gibi gerçek kişi ve temsilciler.

Donanım ve Araçlar

- Kayıt cihazları, mikrofon, kâğıt, kalem, pano gibi.

Yaş ve Uyarlama

Yetişkinler (18+ yaş) için uygundur. "Gençlik Danışma Kurulları" veya "Kadın Meclisleri" gibi spesifik gruplar oluşturularak odaklanmış geri bildirimler toplanabilir.

Vatandaş Danışma Grupları Uygulama Adımları

Katılımcılar arasında yer alan uzmanlardan ve projeden doğrudan etkilenenlerden faydalanmalıdır. Kararlarla ilgili şeffaf bilgi paylaşımı şarttır. Yöntem, katılımcıların 6 aydan 2 yıla kadar uzun süreli bağlılığını gerektirir; bu motivasyonu korumak zordur.

Tartışılan değerlerin ve çıkarların bir amaca hizmet ettiği katılımcılara hissettirilmelidir. Karar vericilerin ciddiyeti, önerilere saygı gösterilmesi, katılımcı bağlılığını belirleyen en önemli unsurdur. Herkese açık olmadığı algısına karşı grubun çalışmaları ve seçim yöntemi şeffafça ilan edilerek dışlanma algısı kırılmalıdır. Bir grubun verimli çalışır hale gelmesi için en az 3 aylık bir kurulum süreci planlanır. Toplantıların kendisi ucuzdur ancak katılımcıların işe alınması, desteklenmesi ve ödüllendirilmesi (ikram, ulaşım gibi) bütçe gerektirir.

1. Stratejik Grup Oluşturma (Açılış)

- Temsiliyet ve Seçim: Bölgeyi temsil eden farklı sosyal ve ekonomik gruplardan (yaşlılar, gençler, topluluk liderleri) gönüllüler davet edilir. Projeden en çok etkilenecek olanlara öncelik verilir.
- Kapsam ve Yetki: Grubun yetki sınırları netleştirilir. Grubun "karar verici" mi yoksa "tavsiye edici" mi olduğu en baştan dürüstçe açıklanmalıdır.

2. Bilgilendirme ve Kapasite Geliştirme

- Detaylı Sunum: Kurum; projenin bütçesi, süresi ve beklenen etkileri hakkında, kurulu tüm detaylarıyla bilgilendirir.
- Veriye Erişim: Katılımcıların sağlıklı karar verebilmesi için gerekli tüm teknik dokümanlara ve uzman görüşlerine ulaşması sağlanır.

3. Müzakere ve Tavsiye Süreci (Uygulama)

- Sürekli Diyalog: Belirlenen gündemler üzerinden düzenli oturumlar (ayda bir veya üç ayda bir) yapılır. Katılımcılar farklı değerleri, problemleri ve çıkarları tartarak alternatif çözümler üretir.
- Katılımcı Saygısı: Katılımcıların zaman kaybı yaşamadığını hissetmeleri için her bir öneri dikkatle dinlenir ve kayıt altına alınır.

4. Geri Bildirim Döngüsü ve Hesap Verebilirlik

- Şeffaf Cevap: Kurum, alınan tavsiyelerden hangilerinin projeye eklendiğini açıklar. Maddi veya teknik nedenlerle reddedilen öneriler için mantıklı ve dürüst açıklamalar yapılır.
- Güven İnşası: Grubun sembolik bir yapıya (göz boyama) dönüşmemesi, bu döngünün başarısına bağlıdır.

5. İzleme ve Yenilenme (Kapanış/Devamlılık)

- Dinamizm: Uzun süreli gruplarda temsil gücünün zayıflamaması için üyeler belirli periyotlarla yenilenir.
- Etki Raporu: Grubun projeye kattığı değerler "Tavsiye Kararları Raporu" olarak yayımlanır.

(ICMA, 2026); (Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Paneller (Panel Discussions)

Hakkında

Belirli bir konu üzerinde uzmanlığı veya farklı deneyimleri olan bir grup konuşmacının (panelistler), bir moderatör yönetiminde izleyiciler önünde konuyu tartışması esasına dayanan etkileşimli bir bilgilendirme ve tartışma yöntemidir. Tek taraflı bir sunumdan ziyade, farklı bakış açılarının birbiriyle etkileşime girdiği "kollektif bir sohbet" havasında geçer. İzleyici kitlesi, tartışmayı takip ederek konunun derinliklerine vakıf olur ve genellikle oturum sonunda soru-cevap yoluyla sürece dahil edilir.

Amaç

Karmaşık bir konuyu farklı disiplinlerden gelen uzmanların gözüyle ele alarak çok sesliliği sağlamak; bir politika veya proje hakkında detaylı ve karşılaştırmalı bilgi sunarak kamuoyunu bilgilendirmek; uzlaşma ve tartışma kültürünü harekete geçirecek şekilde karşıt fikirlerin medeni bir çerçevede çarpışmasını sağlayarak ortak akıl arayışına zemin hazırlamak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Toplumsal farkındalık, şeffaf yönetim anlayışının güçlenmesi ve politika yapıcılar için zengin bir veri kaynağı olma, yanlış bilgilendirilmelerin ortadan kaldırılması ve tüm tarafların temsiliyeti sağlandığı taktirde güvenilirlik oluşturma için uygundur.

Zorluk

Orta (Farklı profillerdeki panelistleri koordine edip canlı tartışma akışını yönetmek deneyim gerektirir.)

Maliyet

Orta (Salon kiralama, teknik ekipman, moderatör ve dışarıdan gelen uzmanların ulaşım/onurlandırma maliyetleri.)

Süre

Uygulama süresi, 90-120 dakika (Tek bir oturum)

Panelist Sunumları/Tartışma, 60-80 dakika; soru-cevap, 30-40 dakika.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 3-5 kişi (İdeal sayı)

İzleyici sayısı, mekân kapasitesine göre 20'den yüzlerce kişiye kadar değişebilir.

Rol Alanlar

- Moderatör, tartışmayı yönlendiren, süreyi yöneten ve izleyiciden gelen soruları süzen kilit kişi. Panelistler, konu uzmanları veya paydaş temsilcileri.
- Raportör, tartışılan ana fikirleri ve önerileri kaydeden kişi.
- İzleyiciler.

Donanım ve Araçlar

- Platform (Sahne), panelistler için masalar ve konforlu koltuklar.
- Ses sistemi ve mikrofonlar (El ve yaka tipi).
- Görsel destek için projeksiyon sistemi.

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur (Konunun diline göre uyarlanabilir). Gençlik panellerinde daha dinamik, "Talk Show" tarzı bir format veya dijital ortamda "Webinar" formatı tercih edilebilir.

Panel Uygulama Adımları

Panelistlerin kendi alanlarında saygın ve tarafsız olması, halkın belediyeye olan güvenini doğrudan etkiler. Başarılı bir panelin sırrı moderatörün performansındadır. Tartışmayı teorik düzeyden çıkarıp somut çıktıya dönüştüren kişi moderatördür. Uzman konuşmalarını gerektiği kadar tutmak ve soru cevap bölümünü izleyici memnuniyetsizliğine yol açmayacak kadar kısaltmak önemlidir. Çok teknik konuşmalar halkın konudan kopmasına neden olabileceğinden moderatör, gerektiğinde tercüman" rolü üstlenerek teknik terimleri sadeleştirmelidir.

1. Konu ve Panelist Seçimi (Açılış)

- Odak Noktası: Tartışılacak ana tema net bir şekilde belirlenir.
- Kadrosu: Konuyu farklı perspektiflerden (akademik, teknik, sivil toplum, yerel yönetim) ele alacak, kamu nezdinde güvenilir ve birbirini tamamlayan uzmanlar davet edilir.

2. Hazırlık ve Akış Tasarımı

- Ön Görüşme: Moderatör ve panelistler, tartışmanın akışını, sorulacak ana soruları ve süre sınırlarını belirlemek için bir araya gelir.
- Halk Odaklılık: Tartışmanın fazla teorik kalmaması için vatandaşın günlük hayatına dokunacak pratik başlıklar seçilir.

3. Oturumun Başlatılması

- Tanıtım: Moderatör konuyu ve panelistleri izleyicilere tanıtır.
- Kurallar: Konuşma süreleri ve izleyici katılım yöntemi (yazılı soru veya mikrofon) başta açıklanır.

4. Tartışma ve Uzman Etkileşimi (Uygulama)

- Tematik Diyalog: Panelistler kısa açılış konuşmalarının ardından moderatörün yönelttiği sorular üzerinden birbirleriyle etkileşime girer.
- Moderasyon: Moderatör, bir panelistin süreyi domine etmesine izin vermez ve tartışmanın odağını korur.

5. İzleyici Etkileşimi (Soru-Cevap)

- Katılım: İzleyiciler doğrudan mikrofon alarak veya önceden ilettikleri yazılı sorularla tartışmaya dahil olur.
- Yansızlık: Soruların yelpazesinin geniş tutulması ve her kesimin sesinin duyulması sağlanır.

6. Özetleme ve Sonuçlandırma (Kapanış)

- Sentez: Moderatör tartışılan ana noktaları, üzerinde uzlaşılan çözüm önerilerini ve varsa farklılaşan görüşleri özetler.
- Teşekkür: Katılımcılara ve izleyicilere teşekkür edilerek oturum sonlandırılır.
- Nihai Çıktı: Tartışılan tüm çözüm önerilerini, önerilen stratejileri ve halkın sorularını içeren kapsamlı bir "Panel Sonuç Bildirgesi veya Özet Rapor" bildirgesi ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Uzman Paneli (Expert Panel)

Hakkında

Belirli bir konu veya sorun hakkında derinlemesine bilgi, deneyim ve vizyona sahip bir grup uzmanın bir araya getirilerek; analiz yapmalarını, kanıta dayalı görüş sunmalarını veya karmaşık bir durumu değerlendirmelerini sağlayan nitel bir araştırma ve danışma yöntemidir. Uzmanlar, birbirlerinin görüşlerini duyar, tartışır ve genellikle ortak bir senteze ulaşmaya çalışırlar. Uygulama, karar vericilere sadece "ne yapılacağını" değil, "neden ve nasıl yapılacağını" uzman görüşleriyle desteklenmiş bir raporla sunar.

Amaç

Karmaşık problemlere yönelik bilimsel veya teknik çözümler üretmek; geleceğe dair öngörülerde bulunmak (projeksiyon); mevcut politikaların veya projelerin teknik geçerliliğini denetlemek ve karar vericilere güvenilir bir bilgi zemini hazırlamak amacıyla kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yüksek kaliteli teknik bilgi, risklerin erkenden fark edilmesi, bilimsel meşruiyet ve tarafsız değerlendirme kapasitesi için uygundur. Medya eğitimini destekler, önemli konularda sağlıklı bir tartışma ortamı sağlar, yanlış bilgilendirmelerin giderilmesine imkân tanır.

Zorluk

Zor (Farklı uzmanlık alanlarına sahip kişilerin takvimlerini koordine etmek ve bazen çatışan uzman görüşlerini bir sonuca bağlamak zordur.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Uzmanlara ödenen huzur hakları/danışmanlık ücretleri, ulaşım ve organizasyon giderleri.)

Süre

Toplam uygulama, raporlama süreciyle birlikte 1 ay

Hazırlık süresi, 2-4 hafta (Uzmanların seçimi ve bilgilendirme paketlerinin gönderilmesi)

Uygulama süresi, bir tam gün ya da birbiri ardınca yapılan; Uygulama, yarım saatten bir saate kadar sürekliliği.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-12 uzman (Çok küçük gruplar perspektif eksikliği yaratabilir, çok büyük gruplarda ise derinlemesine tartışma zorlaşır.)

Rol Alanlar

- Panelistler / Uzmanlar, konuyla ilgili akademik veya pratik yetkinliği tescilli kişiler.
- Moderatör, tartışmayı yöneten, zamanı kontrol eden ve odak noktasının sapmamasını sağlayan kişi.
- Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Teknik dokümanlar, sunum cihazları, panel kayıtları ve sentez raporu taslakları.
- Bir çevrimiçi video konferans aracı, Google Meet, Zoom, and Microsoft Teams.

Yaş ve Uyarılma

Yetişkin profesyoneller.

"Gençlik Uzman Panelleri" gibi modellerle, bir konunun muhatabı olan gençlerin "kendi yaşamlarının uzmanı" olarak konumlandırıldığı katılımcı versiyonları oluşturulabilir.

Uzman Paneli Uygulama Adımları

Oturumun başında konuşma süreleri, tartışma üslubu ve karar alma yöntemi gibi temel kurallar üzerinde mutlaka uzlaşılmalıdır. Takip aşamasında, uzmanların sunduğu fikirlerin ne ölçüde faydalı, objektif ve spesifik olduğu tekrar değerlendirilmelidir.

Yerel organizasyonların veya üniversitelerin panele sponsor olması/paydaşlık etmesi, kurumsal meşruiyeti artırır. Sorunlara yönelik uzman düzeyindeki farkındalığın artması, çözüm süreci şeffaf yönetilmezse kamunun endişelerini yükseltebilir.

Hazırlık ve uzman bilgilendirme süreci en az 2 hafta, uygulama ve raporlama ile birlikte toplam süreç 1 ay sürebilir.

1. Hazırlık ve Uzman Seçimi (Oturum Öncesi)

- Çok Disiplinli Yaklaşım: İncelenecek konunun farklı boyutlarını (Örneğin, SECAP için hem iklim mühendisi hem sosyolog hem de finans uzmanı) temsil eden isimler belirlenir.
- Tarafsızlık ve Çıkar Çatışması: Panelistlerin konuyla ilgili doğrudan bir ticari bağı olmamasına azami dikkat gösterilir.
- Ön Bilgilendirme: Uzmanlara incelenecek veriler, dokümanlar ve cevap beklenen sorular oturumdan en az bir hafta önce iletilir.

2. Oturum ve Müzakere (Uygulama)

- Moderasyon: Tarafsız bir moderatör rehberliğinde gündem maddeleri tartışılır. Moderatör, uzmanlar arasındaki fikir ayrılıklarını (veri eksikliği, yöntem farkı vb.) yüzeye çıkararak tartışmayı derinleştirir.
- Yaratıcı Çözüm Odağı: *Creativity Teaching* yaklaşımıyla, panel sadece mevcut durumu eleştirmekle kalmamalı; "sıçrama" yaratacak yeni ve uygulanabilir fikirler de üretmelidir.
- Kamuoyu Erişimi: Panelin şeffaflığı için (özel teknik gizlilik gerektirmedikçe) halkın paneli izlemesine veya kayıtlarına ulaşmasına imkan sağlanır.

3. Çevrimiçi (Online) Uygulama Farklılıkları

- Dijital İş Birliği: Zoom, Teams veya benzeri bir platform üzerinden uzmanlar ve (varsa) izleyici, öğrenciler/vatandaşlar, bir araya getirilir.
- Etkileşimli Değerlendirme: İzleyicilere/öğrencilere uzman fikirlerini değerlendirebilecekleri belirli kriterler veya soru setleri önceden verilir.
- Kayıt ve Arşiv: Oturumun daha sonra politika yapımında kullanılmak üzere kaydedilmesi ve belgelenmesi hayati öneme sahiptir.

4. Sentez, Analiz ve Raporlama (Kapanış)

- İçgörü Tartışması: Panel sonrasında uzman görüşleri, karar vericilerin ve teknik ekibin anlayabileceği bir dile dönüştürülür.
- Şerh ve Uzlaş: Varılan ortak kararların yanı sıra, uzmanların üzerinde uzlaşamadığı noktalar ve şerh düştüğü görüşler de şeffağça raporlanır.
- Nihai Çıktı: Uzman görüşlerinden süzülen "Stratejik Tavsiye Raporu", politika öneri listesi ve projenin teknik güvenilirlik belgesi, elde edilebilir?

(TICON, 2026); (Yılmaz, 2013); (Gemini, 2026).

Vatandaş Panelleri (Citizens' Panel)

Hakkında

Kentin yaş, cinsiyet, gelir ve mahalle dağılımını birebir yansıtan, rastgele ve kota yöntemiyle seçilmiş vatandaşlardan oluşan uzun soluklu bir danışma ve müzakere mekanizmasıyla ortaya çıkar. Karmaşık kentsel politikalarda halkın derinlemesine bilgi sahibi olmasını ve müzakere ederek tarafsız kararlar üretmesini, periyodik olarak sağlar. Yöntem, halk toplantılarının aksine, sadece "bağırانların" değil, kentin gerçek demografisinin sesini bilimsel bir tarafsızlıkla yerel yönetime aktarır. Vatandaş panelinin temeli, piyasa araştırmalarına dayanır ve fikir anketlerinden türemiştir.

Amaç

Demografik temsil esası dikkate alınarak rastgele seçilmiş vatandaşların bilgi alıp tartışarak öneri üretmesine dayanır, bölge sakinlerinin temsilcisi ve danışma organı olmayı amaçlar.

Uygunluk Önerisi

Yerel önceliklerin belirlenmesi ve spesifik meselelerde kullanıcılara ve kullanıcı olmayanlara danışma hizmeti sunmak için uygundur. "Derin içgörü" oluşturmak için ideal bir yöntemdir.

Zorluk

Zor (Güçlü koordinasyon gerektirir.)

Maliyet

Orta/Yüksek (Panel büyüklüğü, danışma yöntemleri, danışma sıklığı ve üyelerin ne sıklıkla yenilendiğine göre değişir. Panel katılımını desteklemek için ödül ve çekiliş gibi teşvikler verilir.)

Süre:

Toplam uygulama süresi, 2-3 gün.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 30-100 kişi (1.000 katılımcı sayısı aşıldığında, kendi ihtiyaç ve ilgileriyle alakalı spesifik konularda anket yapılacak veya danışılacak alt gruplar belirlenir.)

Rol Alanlar

- Katılımcılar genellikle seçmen kütüğünde ve posta koduna göre adres dosyasından rastgele seçilir.
- Posta ile görevlendirme, geniş kitlelere ulaşabilme imkânı vermesinden ve maliyetinin düşük olmasından dolayı daha çok tercih edilir.
- Bağımsız kolaylaştırıcılar, uzmanlar, raporörler, panelistler. Bilgi kitapçığı, değerlendirme tabloları, oylama araçları.

Donanım ve Araçlar

- Farklı seçim yöntemleri denenir. Müzakereleri yürüten, analiz eden katılımcılar. Anketler, odak gruplar ve seminerler gibi derin araştırma araçlarının kullanımı söz konusudur.
 - Boş kartpostallar/mektup kağıtları. Zarflar (katılımcı kendine yazıyorsa üzerine adresini yazması istenir). Renkli kalem ve mühürler (opsiyonel).
 - Posta kutusu (Mekân içinde sembolik bir kutu kullanılabilir).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygundur (Okuma yazma bilmeyen çocuklar için "resimli kartpostal" olarak uyarlanabilir). Dijital ortamda "Geleceğe E-posta" (FutureMe vb. araçlarla) şeklinde uygulanabilir.

Vatandaş Panelleri Uygulama Yöntemi

Veri tabanını güncel tutmak, anketleri analiz etmek ve lojistiği (mekân, yemek, çocuk bakım alanı) yönetmek personel yoğunluğu ve bütçe ister. Maliyet, diğer kamu örgüt ortaklıklarıyla azaltılabilir.

Panelistlerin anketlere ve toplantılara verdiği cevap ve katılımın zamanla azalması (katılım yorgunluğunu) durumunda danışma yöntemleri çeşitlendirilmeli (bazen online anket, bazen yüz yüze odak grup) ve süreç, mantıklı bir takvimle yıla yayılmalıdır.

1. Bilimsel Seçim ve Panel Kurulumu

- Rastgele Örneklem ve Kota: Katılımcılar seçmen kütüğünden veya posta koduna göre adres veri tabanlarından tamamen rastgele seçilir. Kentin demografik yapısını (yaş, cinsiyet, eğitim, mahalle) tam yansıtmaları için kota yöntemi uygulanır. Ölçeğe göre panelist sayısı 30-100 kişi (yoğun müzakereli jüriler için) ile birkaç bin kişi (geniş danışma panelleri) arasında değişebilir.
- Manipülasyonun Önlenmesi: Güvenilirlik için seçim sürecine hiçbir siyasi veya kurumsal müdahale yapılmaz. Sosyal olarak dışarıda kalan gruplar için özel davet yöntemleri geliştirilir. Katılımı teşvik etmek için ödül çekilişleri veya teşvikler sunulabilir.

2. Göreve Alma ve Oryantasyon

- Beklentilerin Netleştirilmesi: Panelistlere katılım sıklığı, bağlantı tipi ve görev süreleri net şekilde anlatılır. Panele üyelik kalıcı değildir; "katılımcı yorgunluğunu" önlemek ve kitle temsilini taze tutmak için üyeler periyodik ve sistematik olarak yenilenir (rotasyon).

3. Bilgilendirme ve Derin Araştırma Programı (1. Gün)

- Dengeli Bilgi Paketi: Katılımcılara konu hakkında (örneğin, kentsel katı atık yönetimi) her görüşe eşit mesafede, tarafsız bilgi kitapçıkları dağıtılır.
- Uzman Sunumları: Bağımsız uzmanlar ve taraflar panelistlere teknik ama anlaşılır sunumlar yapar. Katılımcılar uzmanları sorgular, soru-cevap seansı gerçekleştirilir.

4. Küçük Grup Müzakereleri (2. Gün)

- Derinlemesine Tartışma: Büyük kitle (özellikle 1.000 kişiyi aşan paneller), spesifik ilgi alanlarına göre alt gruplara (odak grupları, seminerler) ayrılır.
- Artı-Eksi Analizi: Bağımsız kolaylaştırıcılar (fasilitatörler) eşliğinde, her seçeneğin kente getireceği avantajlar ve dezavantajlar masaya yatırılır. Güvenli ve manipülasyondan uzak bir tartışma ortamı korunur.

5. Tavsiye Metni Yazımı ve Oylama (3. Gün)

- Karar ve Gerekçelendirme: Panelistler oylama araçlarını kullanarak kararlarını verirler. Kurul, belediye meclisine sunulmak üzere resmi bir tavsiye raporu yazar.
- Azınlık Görüşleri: Ortak karara katılmayan panelistlerin gerekçeleri de "Azınlık Görüşü Eki" olarak rapora mutlaka eklenir; böylece tam şeffaflık sağlanır.

6. Sürekli İzleme ve Geri Bildirim

- Halka Arz: Panelden çıkan sonuçlar haber bültenleriyle üyelere, yerel/ulusal medya ve web siteleri vasıtasıyla da tüm kente düzenli olarak raporlanır.

7. Nihai Çıktı

- Karar vericilere sunulacak, içinde oylama sonuçlarını, gerekçeleri ve azınlık şerhlerini barındıran resmi "Vatandaş Paneli Tavsiye Raporu ve Veri Seti" ortaya çıkar.

(Yılmaz, 2013); (Copilot, 2026); (Gemini, 2026).

3.8. Küme H: Diğer İletişim ve Destek Araçları

Özel durumlarda kullanılır ve yardımcı katılım araçları olarak bilinir. Bu küme, katılım sürecini tamamlayan, esneklik kazandıran ve "standart dışı" durumlarda imdada yetişen yardımcı araçlardan oluşur. Gruptaki yöntemler, katılımın "lojiistiği" ve "yaratıcı dokunuşları" gibidir.

Benzeşen Yöntemler: Hızlı Toplantı (Speed Meeting), Örümcek Toplantısı (Spider Meeting), Çoklu Bakış Açıları (Multiple Perspectives), Belgeleme ve Özetleme (Document & Summarise), Geri Bildirim Oturumu (Feedback Session), Mektup veya Kartpostal (Letter or Postcard), İlham Verici Araçlar: Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar (Nontraditional Information Materials), Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools).

3.8.1. Hızlı Toplantı / Örümcek Toplantısı / Çoklu Bakış Açıları.

Dinamik ve yayılımcı iletişim modelleridir. Bilginin veya kişilerin hızlıca hareket ettiği yöntemlerdendir.

- Bilgi yayılımı, hızlı tanışma.
- **Ana Metot:** Çalıştay dinamikleri ve buz kırıcılar (gruptaki tüm yöntemler).
- **İkizler/Varyasyonlar:** Hızlı Toplantı, Örümcek Toplantısı, Çoklu Bakış Açıları (Multiple Perspectives) - Çoklu Bakış Açıları (Role-Play). Buz kırıcı olarak nitelendirilen ağ kurma araçlarıdır; çalıştay dinamiği de oluştururlar. Bir kolaylaştırıcılık tekniği olarak ikame yöntemler şeklinde değerlendirilebilir.
- **Analiz:** Hızlı Toplantı, Speed Dating mantığından türemiştir. Kısa sürede çok sayıda kişiyle tanışıp fikir almayı sağlar. Büyük çalıştayların başında, katılımcıların hızlıca tanışması, network kurması ve empati yapması için 3'er dakikalık / 5-10 dakikalık sürelerle sürekli partner değiştirerek birbirlerine projelerini/fikirlerini anlattığı grup dinamiği araçlarıdır. Örümcek Toplantısı, bilginin bir merkezden (Örneğin, Muhtar) ağ gibi etrafa yayılmasını hedefler. Çoklu Bakış Açıları (Multiple Perspectives), Katılımcıların bir soruna kendi kimliklerinden çıkıp başka bir paydaşın gözüyle bakmasını sağlayan, rol yapma (role-play) tabanlı bir çalıştay alt tekniğidir. Kendi başlarına bir katılım yöntemi olmaktan ziyade çalıştay içi mikro araçlar olarak değerlendirilir.

Hızlı Toplantı (The Speed Meeting)

Hakkında

Hızlı Toplantı, katılımcıların kısıtlı bir süre içinde (genellikle 2-3 dakika) ikili gruplar halinde eşleşerek fikir, deneyim veya iletişim bilgisi paylaştığı yüksek enerjili bir etkileşim ve ağ kurma (networking) yöntemidir. "Speed Dating" (hızlı tanışma) konseptinden uyarlanmıştır. Katılımcıların kısa sürede çok sayıda kişiyle temas kurmasını sağlayarak, büyük gruplardaki buzları hızla eritir ve gizli iş birliği potansiyellerini açığa çıkarır.

Amaç

Güvenli bir iletişim ortamı oluşturmak; ortak noktaları keşfetmek ve hiyerarşiyi sembolik olarak ortadan kaldırarak tüm seslerin eşit şekilde duyulmasını sağlama amacına sahiptir.

Uygunluk Önerisi

Büyük etkinliklerde hızlı tanışma yoluyla geniş bir ağ (network) oluşturma, gelişmiş iletişim becerileri ortaya koyma, kısa sürede farklı bakış açılarıyla geri bildirim alarak bilgi ve deneyim takası, bir konuya dair kısa sürede görüş aktarma, fikir filtrelemek ve yüksek grup enerjisi oluşturmak için uygundur.

Zorluk

Kolay (Sıkı bir zaman yönetimi ve mekân düzenlemesi yeterlidir.)

Maliyet

Düşük (Sadece bir kronometre veya zil, ihtiyaç halinde sandalye ve bilgisayar vb. donanımlar.)

Süre

Toplam süre ortalama 45 dakika

Uygulama süresi, 15-30 dakika (Katılımcı sayısına göre değişir.)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 10-40 kişi (Daha büyük gruplar ikiye bölünebilir.)

Rol Alanlar

- Zaman Tutucu (Timekeeper), süreyi yöneten ve geçiş komutu veren kişi.
- Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Karşılıklı dizilmiş sandalyeler (iki sıra halinde), Bilgisayar, Projektör.
- Yüksek sesli bir zil, not kartları (katılımcılara vermek üzere)

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur (Özellikle dinamik gençlik gruplarında çok popülerdir). "Hızlı Sorun Çözme" (Speed Problem Solving) adıyla, her eşleşmede sadece belirli bir soruna (Örneğin, "Park kirliliğini nasıl önleriz?") odaklanarak uygulanabilir.

Hızlı Toplantı Uygulama Adımları

Hızlı Toplantı, katılımcıların çok kısa süreler içinde (genellikle 3 dakika) eşleşerek belirli bir soru üzerine tartıştıkları ve her turda partner değiştirdikleri dinamik bir etkileşim yöntemidir. Özellikle büyük gruplarda buzları eritmek, hiyerarşiyi kırmak ve katılımcılar arasında hızlı bir bilgi akışı sağlamak için Hızlı Toplantı (Speed Meeting) yöntemi vazgeçilmez bir "enerji artırıcı" ve "tanışma" aracıdır.

Yöntem, kuruluş hiyerarşisinde farklı pozisyonlarda bulunanların aynı seviyede (diz dize) iletişim kurmasını sağlayarak psikolojik güven oluşturur ve eşit katılım sağlar. Sadece tanışma için değil, katılımcıların konuyla ilgili ön bilgilerini ve uzmanlıklarını hızlıca havuza aktarmaları için de kullanılabilir.

Herkes aynı anda konuştuğu için ortam oldukça gürültülü olabilir. Gürültü yönetimi için akustik olarak uygun, geniş mekânlar tercih edilmelidir. 3 dakika çok hızlı geçebileceğinden zaman baskısı oluşturur ve katılımcıları süreyi verimli kullanmaları (kendini tanıtmaya vb. asıl soruya geçiş) konusunda önceden uyarmak gerekir. Sandalyelerin hızlıca düzenlenmesi ve katılımcıların kayma yönünü (sağ taraf) karıştırmaması için kolaylaştırıcının enerjik ve yönlendirici olması şarttır.

1. Mekân Düzeni ve Gruplandırma (Açılış)

- Çember Düzeni: Katılımcı sayısı kadar sandalye, karşılıklı bakacak şekilde iki iç içe daire (iç çember ve dış çember) halinde dizilir.
- Rol Dağılımı: Katılımcılar "1" ve "2" olarak numaralandırılır. 1 numaralar iç çembere oturur (sabit kalırlar), 2 numaralar dış çembere oturur (tur sonunda sağa kayarlar).

2. Konu ve Soru Belirleme

- Odak: Her tur için ekrana veya tahtaya bir soru yansıtılır. Sorular tanışma odaklı olabileceği gibi teknik bir konu üzerine de olabilir.
- Örnek Sorular:
 - *Yeni Tanışanlar İçin:* "Dünyada yaşayan veya ölmüş herhangi bir kişiyle konuşma şansınız olsaydı, bu kim olurdu?"
 - *İş Arkadaşları İçin:* "İş arkadaşlarınızın bilmediğini düşündüğünüz bir özelliğinizi paylaşın."
 - *Teknik Konular İçin:* "Müzakerelerde sizi en çok zorlayan şey nedir?"

3. Başlatma ve Zaman Yönetimi (Uygulama)

- Zil ve Görüşme: Zil çalar ve eşleşen çiftler konuşmaya başlar. Her tur genellikle 3 dakika sürer (90 saniye biri, 90 saniye diğeri).
- Rotasyon: Süre bitince net bir ses işaretiyle dış çemberdeki katılımcılar bir sandalye sağa kayar. Böylece yeni bir eşleşme oluşur.

4. Hasat ve Değerlendirme (Kapanış)

- İlham Paylaşımı: Katılımcılar karşı çemberdeki kişilerin en az yarısıyla tanıştıktan sonra süreç durdurulur.
- Soru: Tüm gruba şu sorulur: "*Partnerlerinizden duyduğunuz, sizi en çok şaşırtan veya size ilham veren fikir neydi?*"
- İlham Listesi: Katılımcılar arasında örülen güçlü bir iletişim ağı ve konuyla ilgili ilk "fikir kıvılcımlarının" toplandığı bir "İlham Listesi/Fikir havuzu" oluşturulur.

(ITCILO, 2026); (Gemini, 2026).

Örümcek Toplantısı (Spider Meeting)

Hakkında

Karmaşık sorunları görsel olarak parçalara ayırmak, egoları aradan kaldırarak başkalarının fikirlerini büyütmek ve konunun 360 derecelik bir haritasını çıkarmak için kullanılan yaratıcılık ve analiz tekniğidir. Yöntem, adını merkezdeki bir gövdeden (ana fikir) dışarıya doğru uzanan bacaklara (alt başlıklar) benzeyen yapısından alır. Başlangıçta net bir görevin belirlenmesi zorunludur. Uygulamalarda farklı ekiplerin aşağı yukarı aynı yaklaşımları ortaya koyduğu gözleminde esinle ortaya çıkmıştır.

Amaç

Bir konunun tüm bileşenlerini tek bir pano üzerinde aynı anda görerek bütünsel bir bakış açısı geliştirmek; görünüşte birbirinden uzak olan fikirlerin birbirini nasıl beslediğini (örümcek ağı gibi) tespit ederek bağlantıları keşfetmek; ana fikirler ile detaylar arasındaki ilişkiyi görselleştirerek hiyerarşik bağ kurmak ve zihinsel karmaşayı gidermek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Yaratıcı düşünme, unutulmuş detayların hatırlanması, ekip içi ortak anlayış ve karmaşık verilerin organize edilmesi için idealdir. Örümcek Toplantısı, fikir üretme ve detaylandırmanın yanı sıra fikir değerlendirmesi için eğlenceli bir grup etkinliği olmaya uygundur.

Zorluk

Kolay (Düşünceleri kâğıda dökmek kadar doğaldır.)

Maliyet

Düşük (Büyük bir kâğıt/pano ve renkli kalemler yeterlidir.)

Süre

Toplam Süre: 60-120 dakika (Detaylı ve derinlikli bir oturum için yaklaşık 1,5-2 saat gereklidir.)

Merkezi Fikrin Belirlenmesi: 5 dakika

Bacakların (Kategorilerin) Oluşturulması: 15 dakika

Ağın Genişletilmesi (Detaylar): 20 dakika

Bağlantıların Analizi: 20 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 3-8 kişilik gruplar (Katılımcı çoksa grup sayısı artırılıp paralel oturumlar yapılır.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı, grubun tıkanan noktalarında yeni sorularla "bacak" eklenmesini sağlayan kişi.
- Yazıcı/Çizici, fikirleri haritaya aktaran kişi ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Büyük boy beyaz kâğıt veya yazı tahtası, farklı kategoriler için muhtelif renklerde kalemler, post-it notlar (hareket ettirilebilir fikirler için); Zamanlayıcı (telefon, saat, bilgisayar).
- Dijital Araçlar (Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için platform ihtiyacına yönelik MS Teams, Zoom veya benzeri bir uygulama; Miro veya Mural gibi dijital yapışkan noktalara sahip bir beyaz tahta çözümü).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygundur (Çocuklar görsel yapısı nedeniyle bu yöntemi sever). Dijital ortamlarda zihin haritası (Mind Mapping) yazılımları kullanılarak uzaktan katılımlı toplantılara kolayca uyarlanabilir.

Örümcek Toplantısı Uygulama Adımları (Fiziksel ve Dijital Uyumlu)

Karmaşık bir konuyu merkezden dışarıya doğru analiz etmeyi ve katılımcıların birbirlerinin fikirlerini geliştirerek "ortak akıl" ürünü çözümler üretmesini sağlar. Katılımcıların kendi fikirlerini değil, başkalarının fikirlerini savunmasını (Pitching) teşvik ederek "ego" çatışmalarını engeller.

1. Hazırlık ve Gövdeyi Çizme (5 dk)

- Merkezi Soru: Büyük bir panoya veya dijital beyaz tahtaya (Miro, Mural vb.) çözülmesi gereken net bir sorun ifadesi yazılır ve daire içine alınır.
- Bölümlendirme: Katılımcı sayısına bağlı olarak dairenin etrafı 6 ila 8 ana bölüme (Örümcek bacağı/kategorisi) ayrılır. (Örneğin, Bütçe, Sosyal Etki, Hukuki Süreç, İletişim vb.)
- Rol Dağılımı: Her katılımcıya (veya küçük gruba) benzersiz bir renk ve örümcek ağında çalışacağı özel bir bölüm atanır.

2. Ağı Örmek ve İlk Fikirler (20-30 dk)

- Bireysel Üretim: Her katılımcı, sorun hakkında kendi bölümüne uygun 3 ila 6 fikir üretir. Bu fikirleri dijital veya fiziksel post-it notlarına yazarak örümcek ağının en dış sırasındaki alanlara yerleştirir.
- Kural: Bu aşamada hiyerarşi katı değildir; bir fikir o an nereye ait görünüyorsa oraya eklenir. Yanlış yerleştirilen bir not bile daha sonra başka bir bağlantıyı tetikleyebilir.

3. Ağı Döndürme ve Fikirleri Büyütme (10 dk)

- Ego Filtresi (Başkası Adına Konuşma): Grup harita/masa etrafında bir tur döner (veya dijitalde herkes yanındaki bölüme geçer).
- Seçim ve Derinleşme: Her katılımcı, artık kendisine ait olmayan bu yeni bölümdeki fikirleri inceler ve en beğendiği iki favori fikri seçer. Bu fikirleri kendi ek düşünce ve önerileriyle genişletir. *Kendi fikrini değil, başkalarının fikirlerini sunmak argümanları daha inandırıcı kılar ve çatışmayı önler.*

4. Sunum ve Geri Bildirim (20 dk)

- Seçilen ve büyütülen ikişer favori fikir, geri bildirim toplamak üzere tüm gruba sunulur. Bu aşamada fikirler yargılanmamalı veya hemen elenmemelidir; amaç fikirlerin potansiyelini anlamaktır.

5. Eskiz ve Nihai Çözümler (20 dk)

- Ağ bir kez daha döndürülür. Her katılımcı önündeki iki fikirden en güçlü olan tek bir tanesini seçer.
- Görselleştirme: Bu fikrin hedef kitlede nasıl çalışacağını gösteren basit bir eskiz/çizim yapar. Dijital çalışılıyorsa kâğıda çizilen resmin fotoğrafı çekilerek dijital panoya yüklenir. Sonuçta elde iyi tanımlanmış 6 adet somut çözüm kalır.

6. Çapraz Bağlantılar ve Değerlendirme (20 dk)

- Ağın Analizi: Harita uzaktan incelenir. Farklı kollar arasında ilişki veya benzerlik olan noktalar kesik çizgilerle birleştirilir.
- Yoğunluk Tespiti: En yoğun dallanmanın olduğu (kritik/öncelikli alanlar) veya çok zayıf, boş kalmış (geliştirilmesi gereken alanlar) kısımlar analiz edilerek sonraki süreçlere aktarılacak 1 veya 2 vizyoner fikir seçilir.

7. Nihai Çıktı

- Konunun tüm boyutlarını, risklerini ve birbiriyle olan bağlarını gösteren 360 derecelik bir "Örümcek Deneyim ve Fikir Haritası" ortaya çıkar.

(Ticon, Örnek Örümcek Ağı, 2026); (Gemini, 2026).

Çoklu Bakış Açıları (Multiple Perspectives)

Hakkında

Karmaşık bir sorunu veya projeyi tek bir pencereden değil, sürece dahil olan tüm farklı paydaşların (ekonomik, sosyal, çevresel, teknik vb.) gözünden görmeyi sağlayan bir empati ve analiz yöntemidir. Gerçekliğin kişiden kişiye değişebileceğini kabul eder ve çözümün ancak bu farklı perspektiflerin senteziyle mümkün olacağını savunur. Katılımcıları kalıplarının dışına çıkmaya teşvik eder.

Amaç

Bir grubun veya uzmanın gözden kaçırabileceği riskleri ve fırsatları diğer paydaşlar aracılığıyla ortaya çıkarmak; paydaşların ihtiyaç, kısıt ve motivasyonlarını anlayarak empati geliştirmelerini sağlamak; sistemin tamamına yönelik bütüncül çözümler ortaya çıkarmak amacıyla kullanılır. Bir sorunun mümkün olduğunca çok farklı açıdan görülmesini sağlar.

Uygunluk Önerisi

Konuya ilişkin paydaşların farklı bakış açılarının araştırılması ve dahil edilmesi, çatışma riskinin azaltılması, gizli ihtiyaçların keşfedilmesi ve kapsayıcı bir vizyon oluşturulmasına uygundur.

Zorluk

Orta (Katılımcıların "kendi haklılıklarından" sıyrılıp başkasının yerine geçebilmesi için yetkin bir moderasyon gerekir.)

Maliyet

Düşük (Renkli kartlar, kimlik kartları veya perspektif gözlükleri gibi basit materyaller.)

Süre

Hazırlık süresi, 20 dakika (Perspektif rollerinin tanımlanması)

Uygulama süresi, 90-120 dakika (Derinlemesine tartışma ve sentez dahil)

Toplam süre, 110-140 dakika.

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 8-24 kişi (Farklı bakış açılarını temsil edecek çeşitlilikte grup)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı/Fasilitatör, tartışmayı yöneten ve rolleri dağıtan kişi.
- Perspektif Sahipleri, kendi veya atanan bir rolü (örneğin, esnaf, yaşlı, mühendis) temsil eden katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Rol kartları, büyük boy kağıtlar, farklı renkli kalem.
- Dijital Araçlar ("Six Thinking Hats" (Altı Şapka) benzeri dijital şablonlar (Miro/Mural))

Yaş ve Uyarılma

12 yaş ve üzeri için uygundur (Rol yapma ve empati kurma becerisi olan herkes). Okullarda "Eğitim sistemine öğretmen, öğrenci ve veli gözüyle bakmak" şeklinde eğitim politikaları için uyarlanabilir.

Çoklu Bakış Açıları Uygulama Adımları

Bu yöntem, kentsel meseleleri bir "güç savaşı" olmaktan çıkarıp, her kesimin ihtiyacının masaya yatırıldığı bir empati ve çözüm laboratuvarına dönüştürür. "Çoklu Bakış Açıları Çarkı", katılımcıların kendi dar pencerelerinden çıkıp projenin tüm nüanslarını deneyimlemelerini sağlar. Bir grubun bir konu

hakkındaki farklı bakış açılarını değerlendirerek etkili eylem olasılıklarını artırmayı hedefler. Gruplarda bir ölçek bulunmasına dikkat edilmelidir.

1. Açılış ve Hazırlık (15 dk)

Çalışmanın odağı ve masadaki paydaşlar netleştirilir.

- İpucu (Merkezi Konu): İncelenen projenin adı büyük bir karta yazılıp masanın ortasına koyulur (Örneğin, "Milli Park'ta Sosyal ve Ekonomik Değerin Birleştirilmesi").
- İpucu (Paydaş Kartları): Konuyla ilgili 6-8 kilit paydaşı (Belediye, STK, mahalle sakini, esnaf, kolluk kuvveti vb.) içeren kartlar hazırlanır. Katılımcılara *"Bugün bu masada sadece kendiniz değil, bu paydaşlar olarak da varsınız"* diyerek empati süreci başlatılır.

2. Perspektif Atama ve Bakış Açıları Oluşturma

Katılımcıların kendi kimliklerinden sıyrılıp paydaşın gözüyle bakması sağlanır.

- İpucu (Rastgele Dağıtım): Paydaş kartları, grup üyeleri (masa başına maksimum 8 kişi) arasında rastgele dağıtılır.
- İpucu (Rolü Yaşamak): Her üye söze; *"Bir [Paydaş Adı] olarak benim bakış açımdan, bu durumdaki kritik unsurlar şunlardır..."* diyerek başlamalıdır. Rolü üstlenmekte zorlananlar kendine şu soruları sormalıdır:
 - Zaman: Sorunun farkına ne zaman vardım? Benim için ne zaman çözülmüş olacak?
 - Beklenti: Ne olmasını umuyorum? Benden ne yapmamı istiyorlar?
 - Anlama: Başkalarının görmediği neyi görüyorum? Anlayışım hangi verilere dayanıyor?

3. Bireysel/Grup Çalışması ve Yineleme

Empatiyi güçlendirmek için roller karıştırılır ve veri derinleştirilir.

- İpucu (Dönüşümlü Çalışma): Bir tur tamamlandıktan sonra kartlar toplanır, karıştırılır ve tekrar dağıtılır. Bu süreci en az üç kez tekrarlayarak herkesin farklı perspektifleri deneyimlemesi sağlanır.
- İpucu (Pas Geçme Yasağı): Kimsenin "pas" geçmesine izin verilmez; herkes o anki rolünün korkusunu ve beklentisini seslendirmelidir.

4. Ortak Çıktı Duvarı ve Analiz

Tüm perspektiflerin oluşturduğu tablo görselleştirilir.

- İpucu (Kayıt Metodu): Tespit edilen sorunlar siyah, çözüm getirecek kaldıraç fikirler yeşil renkli kalemle ayrı flipchart'lara kaydedilir.
- İpucu (Görsel İşaretleme): Tüm perspektifler büyük bir duvarda toplandığında; çelişen noktaları kırmızı, örtüşen noktaları yeşil ile işaretleyerek "çatışma" ve "uzlaşma" alanları görünür kılınır.

5. Kapanış ve Karar (30 dk)

Tüm bu bakış açılarının ortasında yer alan "ortak çıkar" belirlenir.

- İpucu (Hasat Soruları): Ekip olarak şu sorular tartışılır:
 - Benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
 - Diğer bakış açılarından neler öğrendiniz?
 - Bu süreç yeni kararlar almamıza veya etkinliğimizi artırmamıza nasıl yardımcı olabilir?
- İpucu (Karara Yansıtma): Elde edilen yeni düşüncelerin, sorunla başa çıkma kapasitesini nasıl artırdığı netleştirilerek süreç sonlandırılır.
- Farklı açılardan gelen verileri özetleyen bir "Perspektif Matrisi" ve çok boyutlu "Sorun/Çözüm Haritası" oluşturulur.

(MSP, 2026); (Smith, 2001); (Gemini, 2026).

3.8.2. Belgeleme ve Özetleme / Geri Bildirim Oturumu

Bir proje, hizmet ya da katılım sürecinin başından sonuna paydaşlardan görüş alma ve tüm gelişim sürecinin kendilerine iletilmesiyle ilgilidir. Yöntem, bir fikir ya da uygulamanın olumlu ve olumsuz tüm yönlerinin keşfedilmesi ve gerektiğinde geliştirilmesini sağlar.

- Şeffaflık, güven inşası, kapsayıcılık ve süreç takibi.
- **Ana Metot:** Belgeleme ve Özetleme.
- **İkizler/Varyasyonlar:** Geri Bildirim Oturumu. Süreç yönetimiyle ilgili olup alt başlıktır.
- **Analiz:** Belgeleme, tüm sürecin hafızasıdır. Toplantı bittikten sonra "Ne konuşuldu?" sorusuna verilen şeffaf cevaptır. Geri Bildirim Oturumu, bir katılım çalıştayının sonunda ne çıktığını raporlamak ve bunu katılımcılara tekrar sunup onaylatarak sürecin meşruiyetini sağlamak için yapılan operasyonel kapanış adımıdır.

Belgeleme ve Özetleme (Document & Summarise)

Hakkında

Bir katılım sürecinin başından sonuna kadar üretilen tüm fikirlerin, alınan kararların ve üzerinde uzlaşamayan noktaların sistematik bir şekilde kaydedilmesi ve farklı paydaşların anlayabileceği formatlarda (rapor, infografik, video özeti vb.) sunulması sürecidir. Ortak yaratım olarak nitelendirilir ve sürecin "neyi, neden ve nasıl" yaptığını kanıtlayan resmi hafızadır.

Etkili Belgeleme Teknikleri		
Teknik	Tanım	Avantajı
Görsel Kayıt (Graphic Recording)	Konuşulanların eş zamanlı olarak büyük panolara çizilmesi.	Akılda kalıcılığı %60 artırır.
Karar Günlüğü (Decision Log)	Sadece alınan kararların ve sorumluların listelendiği özet tablo.	Hızlı aksiyon takibi sağlar.
Zihin Haritaları (Mind Mapping)	Fikirlerin hiyerarşik ve ilişkisel olarak diyagrama dökülmesi.	Karmaşık konuları yapılandırır.

Amaç

Belirli veriler ve paydaşlar eşliğinde gerçekleştirilen karar alma süreç ve çıktılarının şeffaf, hesap verebilir ve süreklilik anlayışı ile analiz edilerek fikirlerin stratejik önceliklere dönüştürülmesini sağlamayı amaçlar. Fikirler, içgörüler ve kararları yakalama yönelimi vardır.

Uygunluk Önerisi

Belgeleme ve özetleme toplantısı öncesinde hangi bilgilerin görüşüleceği ve hangi formatta paylaşılacağı netleştirilmesi, toplantı esnasındaki tüm yazılanlar ve görüntülerin paylaşımı, sentezleme aşaması sonrası oluşturulan dokümanı katılımcılar ile paylaşp onay alınması için uygundur.

Zorluk

Orta (Not almak kolaydır; ancak saatlerce süren tartışmaları tek sayfada özetleyebilecek "sentezleme" becerisi zordur.)

Maliyet

Düşük/Orta (Görsel özetleme için profesyonel grafik tasarımcı veya video editörü desteği maliyeti artırılabilir.)

Süre

Hazırlık süresi, değişken

Uygulama süresi, değişken (Toplantı esnasında gerçek zamanlı kayıt)

Özetleme ve Paylaşım süresi, toplantıdan sonraki 24-48 saat (en kritik süre)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, değişken

Rol Alanlar

- Yazman, not tutucu.
- Görsel Facilitatör/Kolaylaştırıcı, çizimlerle özetleyen kişi.
- Editör ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Ses kayıt cihazları, not kâğıtları.

- Dijital Araçlar (Google Docs, Notion gibi paylaşımlı dokümanlar, Miro gibi dijital yazı tahtaları, Mind Map zihin haritası yazılımları)

Belgeleme ve Özetleme Uygulama Adımları

Belgeleme; sadece not tutmak değil, paydaşlar arasındaki güveni inşa eden ve kararların meşruiyetini koruyan bir şeffaflık aracıdır. Uygulama ve özetleme doğru yapılmadığında bazı paydaşların dışlandığını hissederek güven kaybı yaşaması, hassas konuların rapora dahil edilmemesi ya da yanlış dahil edilmesiyle çatışma riski, ortak bir mesajda uzlaşılmasa ve sonuçların iletilmemesi ile her katılımcının kendi bakış açısıyla taraflı anlatımının söz konusu olduğu bir kolektif unutkanlık süreci ortaya çıkar.

1. Hazırlık ve Stratejik Planlama

Toplantı öncesinde sadece "kimin" not tutacağı değil, "neyin" kaydedileceği netleştirilir.

- İpucu (Görevlendirme): Dokümantasyon görevini son dakika bir stajyere devretmek yerine, tarafsızlığına güvenilen bir raportör belirlenir.
- İpucu (Kapsam): Ana oturum not alınırken paralel küçük grup çalışmalarının kaybolmaması için her masaya bir "masa raportörü" atanır.

2. Gerçek Zamanlı ve Çok Boyutlu Kayıt

Belgeleme toplantı sonuna ertelenmemeli; süreçle eş zamanlı ilerlemelidir.

- İpucu (Görsel Kanıt): Sadece konuşulanlar değil, tahtaya yazılanlar, post-it grupları ve toplantı atmosferi fotoğraflarla belgelenir.
- İpucu (Canlı Takip): Tartışılan kritik noktalar bir flipchart'a veya ekrana yansıtılır. Bu, grubun dikkatinin dağılmasını önler ve herkesin aynı konuyu tartıştığından emin olmayı sağlar.

3. Kahve Molası Sentezi (Ara Kontrol)

Toplantının bitmesini beklemek, hafızanın yanılmasına ve önyargıların karışmasına neden olur.

- İpucu (Taze Hafıza): Kahve molaları önemli ifadeleri düzenlemek için kullanılır. Tartışma herkesin aklında tazeyken taslak metinleri katılımcılara gösterip konuya dair önerileri sorulur.

4. Ortak Özetleme ve Uzlaşma Testi (Hasat)

Toplantı sonunda kronolojik bir döküm yerine tematik bir özet sunulur (Uzlaşılabilir, Anlaşmazlıklar ve Eylem Planı).

- İpucu (Kartlı Kontrol): Uzlaşma sağlamak için basit araçlar kullanılır. Herkese kırmızı/yeşil kart verilir; özetlenen çıkarımlar konusunda hemfikir olanların yeşil, çekincesi olanların kırmızı kart kaldırması kuralı hatırlatılır.
- İpucu (Tarafsızlık Grubu): Özet metnin kelime seçimlerinde boğulmak yerine; genel oturumda kabaca bir taslak yapılır ve toplantı sonrası metni sonlandırmak için farklı görüşleri temsil eden 2-3 kişilik küçük bir "Paydaş Onay Grubu" davet edilir.

5. Hızlı Yayılım ve Geri Bildirim Döngüsü

Toplantı biter bitmez katılımcıları aktif tutmaya devam edilir.

- İpucu (24 Saat Kuralı): Temel mesajlar ve kararlar en geç bir iş günü içinde e-posta ile paylaşılır. Bu, katılımcıların ilgisini canlı tutar ve çok daha yüksek kaliteli geri bildirim almayı sağlar.
- İpucu (Medya Yönetimi): Etkinlik hakkında blog veya sosyal medya paylaşımı yapacak paydaşlarla iletişime geçilir. Kurum dışına taşacak "ortak mesaj" üzerinde uzlaşıldığından emin olunmalıdır.

(MSP, 2026); (Prykucki, 2018); (Gemini, 2026).

Geri Bildirim Oturumu (Feedback Session)

Hakkında

Bir projenin, hizmetin veya fikrin gelişim sürecinde paydaşlardan sistematik, yapıcı ve odaklanmış görüş alma yöntemidir. Yöntem, bir fikri test etmek, zayıf yönlerini keşfetmek ve kullanıcı deneyimine göre revize etmek için tasarlanmış kritik bir duraktır. Katılımcıların fikirlerini dört temel bölgeye (Artılar, Eksiler, Sorular, Fikirler) ayırarak sunmalarını sağlar. 1950’lerde kullanılmaya başlanmıştır. Performans değerlendirme, iyileştirme alanlarını belirleme, büyüme ve gelişmeyi teşvik etme aracı olarak eğitim, iş dünyası ve organizasyon yönetimi alanlarına dağılmıştır. “Geri Bildirim Matrisi”, “Geri Bildirim Izgarası” gibi isimlerle de anılır.

Amaç

İtiraz ve önerileri alıp hataları erken tespit etmek; tasarımcıların ya da bürokratların iç perspektifleriyle göremedikleri detaylara yönelik kullanım fırsatları yakalamak; vatandaşa "senin fikrin doğrultusunda bu projeyi değiştirdik" mesajı vererek güven inşa etmek ve sahiplendirmeyi artırmak için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Konunun farklı bakış açılarıyla çeşitli perspektiflerden analizini sağlayarak gerekli düzenlemeleri yapmak, toplumsal katılım ve güveni artırmak için idealdir. Kaynak israfının önlenmesi (hatalı projeden dönmek), kullanıcı dostu hizmetler ve şeffaf yönetim gibi faydalar sağlar.

Zorluk

Kolay (Açık fikirli bir tutum ve iyi bir not alma disiplini gerektirir.)

Maliyet

Düşük (Mekân, basit kırtasiye malzemeleri veya dijital anket araçları.)

Süre

Hazırlık süresi, belirsiz.

Uygulama süresi, 1-2 gün (Oturum süresi 60-90 dakika; Gelen verilerin analizi ve projeye işlenmesi için değerlendirme süresi 1-2 Gün)

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, 5-10 kişi (Odak grup formatında derinlemesine görüş almak için 5-10 kişi uygundur, ancak 25+ kişi için de uygulanabilir.)

Rol Alanlar

- Sunucu, projeyi/fikri tarafsızca anlatan kişi.
- Gözlemci/Not tutucu, sadece dinleyen ve sözel olmayan tepkileri de kaydeden kişi.
- Katılımcılar, projenin hedef kitlesi olan vatandaşlar.

Donanım ve Araçlar

- Prototip (maket, ekran görüntüsü, taslak plan), "Benim İçin Ne Değişir?" kartları.
- Zaman Tutucu (telefon, saat, bilgisayar)
- Dijital araçlar (Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için MS Teams, Zoom veya benzeri bir platform, Miro veya Mural gibi dijital yapışkan noktalara sahip bir beyaz tahta aracı).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygundur (Çocuklarla "Oyun Testi", yaşlılarla "Kullanım Kolaylığı" seansları yapılabilir).

Geri Bildirim Oturumu Uygulama Adımları

Altın kural, *"Teşekkür et ve not al."* şeklindedir. Kamuya açık bildirimlerde kişilerin birbirini etkileyebileceği göz önüne alınarak kritik konularda önce bireysel notlar alıp daha sonra paylaşım yapmak önyargıları kırabilir. Geri bildirimi kişisel bir saldırı değil, uygulamalar için bir ham veri kaynağı olarak görmek ve analiz etmek etkili sonuçlar almak için önemlidir.

1. Sunum ve Gözlem (Açılış)

- Bilgi Verme: Fikir veya prototip kısa ve net bir şekilde anlatılır. En kritik kural: Savunmaya geçilmez, sadece bilgi verilir.
- Deneyim: Katılımcıların prototipi incelemesi, dokümanları okuması veya sunulan hizmeti simüle etmesi sağlanır.

2. Dört Çeyrek Analizi (Uygulama)

Katılımcılardan şu dört alanda görüşlerini (mümkünse yapışkan notlara yazarak) bildirmeleri istenir:

- Artılar: Neleri sevdiniz? Neler iyi çalışıyor?
- Eksiler / Değişim: Neler değişmeli? Ne eksik veya kafa karıştırıcı?
- Sorular: Hangi kısımları anlamadınız? Merak ettikleriniz neler?
- Fikirler: Sizin eklemek istediğiniz bir özellik veya çözüm önerisi var mı?

3. Alternatif Geri Bildirim Teknikleri

İhtiyaca göre ızgara yerine şu pratik yöntemler de kullanılabilir:

- Beş Parmak Yöntemi: Başparmak (Harika olan ne?), İşaret (Ne öğrendim?), Orta (Ne geliştirilmeli?), Yüzük (Ne çıkarıyorum?), Küçük parmak (Neyi gözden kaçırdım?).
- Denizyıldızı Yöntemi (Ekip Retrospektifi): Daha fazla yap (Ne "daha fazla" yapılmalı?), Daha az yap (Ne "daha az" yapılmalı?), Başlat (Daha önce yapılmamış olan ne "başlatılmalı?"), Durdur (Değer katmadığı için ne "durdurulmalı?"), Koru (İyi uygulama / İyi bir uygulama olduğu için hangi şey "kalmalı?").

4. Sentez ve Gruplandırma (Kapanış)

- Tasnif: Gelen tüm notlar toplanır. Birbirine benzeyen geri bildirimler gruplandırılır.
- Eylem Planı: Geri bildirimler; "Projeye Hemen Uygulanacaklar" ve "Gelecekte Değerlendirilecekler" olarak ikiye ayrılır.
- Nihai Çıktı: Projenin revizyon listesini içeren, somut adımlara dönüştürülmüş bir "Geri Bildirim Matrisi" elde edilir.

Çevrimiçi Atölye Uygulaması (İpuçları)

Dijital araçlar (Zoom, Teams) üzerinden ekran paylaşımıyla uzaktan da yürütülebilir.

- Hazırlık: Miro, Mural veya Jamboard gibi araçlarda 4 bölmeli (Izgara) veya Denizyıldızı şablonu hazırlanır.
- Anonimlik Kararı: Katılımcıların dürüstlüğü için anonim dijital notlar kullanmaya karar verilebilir (Hiyerarşinin olduğu gruplarda önerilir).
- Zaman Baskısı: Düşünmek için 2 dakika, notları yazmak için 5 dakika gibi net süreler belirlenir.
- Sıralı Anlatım: Herkesin kendi yapışkan notunu panoya iğnelemesine ve kısaca açıklamasına (savunma almadan) izin verilir.

(TICON, 2026).

3.8.3. Mektup veya Kartpostal (Letter or Postcard)

Yazılı ve resmi görüş toplama gruplarındandır. Dijital olmayan veya resmi evrak niteliği taşıyan, zamana yayılmış görüş alma kanalları olarak bilinir.

- Yazılı görüş.
- **Ana Metot:** Mektup veya Kartpostal
- **İkizler/Varyasyonlar:** Biri diğerinin alt başlığı olarak değerlendirilebilir, benzer işlev taşır. Nostaljik Giriş Araçlarıdır.
- **Analiz:** Mektup/Kartpostal daha duygusal, serbest ve samimi bir görüş sağlar. Özellikle "Geleceğe Mektup" gibi kentsel vizyon çalışmalarında vatandaşın duygusal bağ kurmasını sağlayan, bilgilendirme amaçlı geleneksel olmayan mikro destek aracıdır.

Mektup veya Kartpostal (Letter or Postcard)

Hakkında

Katılımcıların öğrenilen bilgileri hafızalarına yerleştirmelerini, vizyon geliştirmelerini ve uygulama aşamasına geçmek için kendilerine veya kuruma karşı bir "taahhüt" altına girmelerini sağlayan yansıtıcı bir kapanış etkinliğidir. Öğrenilenlerin veya kararlaştırılanların kalıcılığını artırmayı ve katılımcı ile süreç arasında kişisel bağ kurmayı sağlayan bir geleceğe yazım etkinliğidir.

Amaç

Bu yöntem, bir projenin kâğıt üzerindeki etkisini, bireyin zihnindeki ve hayatındaki gerçek değişime dönüştürmeyi amaçlar. Katılımcıların deneyimlerini kişiselleştirmesiyle duygusal yansıtma sağlamak; alınan kararların veya öğrenilenlerin uygulama aşamasında hatırlanmasını garantileyerek gelecek için taahhüt oluşturmak; sözlü olarak ifade edilemeyen eleştiri veya önerilerin sessiz geri bildirim olarak güvenli bir yolla toplanmasına katkı vermek için kullanılır.

Uygunluk Önerisi

Kişisel farkındalık, projenin duygusal etkisinin ölçülmesi, "dinlenmişlik" hissi oluşması, materyalle kurulan duygusal bağ yapısı nedeniyle çalışmanın kalıcı olarak hafızaya yerleşmesi, davranış değişikliği ile değişikliğe bağlılık gösterilmesi, yönetim ve vatandaş arasında duygusal bağ kurulmasında etkilidir.

Zorluk

Kolay (Uygulaması oldukça kolaydır, özel bir teknik beceri gerektirmez.)

Maliyet

Düşük (Kartpostallar, zarflar, kalemler ve gerekirse posta pulları.)

Süre

Toplam süre, 20-30 dakika

Giriş ve yönerge süresi, 5 dakika

Yazım aşaması: 15 dakika

Paylaşım (İsteğe bağlı), 10 dakika

Katılımcı Sayısı

İdeal katılımcı sayısı, sınırsız (Bireysel çalışmalar ya da 100+ gibi kitlesel çalışmalarda uygulanabilir.)

Rol Alanlar

- Kolaylaştırıcı, yazım sürecini bir tema ile başlatan kişi ve Katılımcılar.

Donanım ve Araçlar

- Hazır basılmış veya boş kartpostallar/mektup kâğıtları, zarflar (katılımcı kendine yazıyorsa üzerine adresini yazması istenir), Renkli kalemler ve mühürler (opsiyonel), posta kutusu (Mekân içinde sembolik bir kutu kullanılabilir).

Yaş ve Uyarılama

Her yaş için uygundur (Okuma yazma bilmeyen çocuklar için "resimli kartpostal" olarak uyarlanabilir). Dijital ortamda "Geleceğe E-posta" (FutureMe vb. araçlarla) şeklinde uygulanabilir.

Mektup veya Kartpostal Uygulama Adımları

Temel öğrenme noktaları vurgulanmalı; öğrenme deneyimleri "değerlendirme" şeklinde yapılmalıdır. Kolaylaştırıcılar, "Öğrenilenleri uygulamaya koymanızı engelleyecek veya sağlayacak olan nedir?"

sorusunu sormalıdır. Katılımcılar fikirlerinin hayata geçemeyeceğini düşünüyorsa, hangi sistemlerin veya tutumların bu değişimi engellediği mutlaka tartışılarak uygulanabilirlik bariyeri değerlendirilmeli ve katılımcı çaresiz hissettirilmemelidir.

Mektupların aylar sonra gönderilmesi sözü verildiğinde, bu sürecin takibi (adreslerin doğruluğu, postalama zamanı) ciddiyle yönetilmelidir. Mektuplar katılımcılardan belediye yönetimine yazılıyorsa gizlilik ve analize dair bilgilendirme yapılır.

1. Tema Belirleme ve Açılış (5 dk)

- Geleceğe Bakış: Kolaylaştırıcı ilham verici bir tema belirler. Örneğin, *"Bu projenin başarıyla hayata geçtiği 2 yıl sonrasında, bugünkü halinize bir kartpostal yazın."* veya *"Bugün öğrendiklerinizden işe döndüğünüzde uygulayacağınız 3 şeyi kendinize hatırlatın."*

2. Yazma ve Taahhüt Süreci (15 dk)

- Sessiz Alan: Katılımcılar sessiz bir ortamda mektuplarını yazar. Kendi adreslerini zarfın üzerine eklerler.
- Seçenek: Katılımcılar çiftler halinde birbirlerine de kartpostal yazabilir; bu, sosyal sorumluluk ve karşılıklı motivasyon hissini artırır.

3. Paylaşım ve Görselleştirme (10 dk)

- Umut Panosu: Mektuplar gizli kalabilir (zarfın içinde), ancak kartpostallar istenirse bir "Dilek Ağacı" veya "Umut Panosu"na asılarak diğer katılımcılarla paylaşılabilir.
- Kelime Bulutu: Alternatif olarak, katılımcıların en önemli "taahhüt kelimeleri" bir kelime bulutu haline getirilerek dijital görsel oluşturulabilir.

4. Kapanış ve Postalama (Taahhüt)

- Sözleşme: Kolaylaştırıcı, mektupların (örneğin, 6 ay sonra) sahiplerine belediye tarafından ulaştırılacağını taahhüt eder.
- Yara Bandı mı, Ameliyat mı?: Kapanışta şu tartışılır; *"Yazdığımız bu değişim sözleri basit bir yara bandı mı (geçici çözüm), yoksa radikal bir müdahale (ameliyat) gerektiren temel bir değişim mi?"*
- Nihai Çıktı: Katılımcıların toplu vizyonunu içeren bir "Vizyon Albümü" veya katılımcılara belirli bir süre sonra postalanacak, aidiyet duygusunu tazeleyen "Hatırlatıcı Taahhütler" elde edilmiş olur.

(WorkSmart, 2026); (Gemini, 2026).

3.8.4. İlham Verici Araçlar: Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar / Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools).

Yöntemleri uygulamada ilham verici araçlar, yaratıcı ve hibrit yaklaşımları barındırır. İlham verici araçlar, katılım yöntemleri uygulanırken yararlanılan yardımcı kaynaklardır. Genel olarak alışlagelmişin dışında ve sokakla bütünleşen yöntemlerdir.

Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar (Nontraditional Information Materials): Oyunlar, sokak sanatı, duvar boyama veya yaratıcı materyallerle halka ulaşma. Bilgi yayılımı, kamusal öğrenme ve doğrudan geri bildirim alma yöntemleridir. "Halk toplantısına gelmeyen kitleye" sokakta ulaşma işlevini görürler.

Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools): Standart yöntemler dışındaki her türlü görüş toplama aparatını içerir. Bilgi toplama ve katılımcı diyalogu ön plana çıkaran yöntemlerdendir.

Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar (Nontraditional Information Materials)

Hakkında

Bilgilendirme amaçlı geleneksel olmayan araçlar; broşür, rapor veya web sitesi gibi standart kanalların dışına çıkarak, bilginin günlük kullanım eşyaları (bardak altlıkları, alışveriş çantaları), binalar, toplu taşıma araçları ve dijital araçlar (Görsellere eklenen QR kodlar aracılığıyla fiziksel araçtan dijital katılım platformuna yönlendirme) aracılığıyla halkın günlük yaşam alanlarına beklenmedik ve yaratıcı yollarla sızdırılmasıdır. Bu yöntem, özellikle resmi kurumlara mesafeli duran veya geleneksel medya kanallarını takip etmeyen kitlelere ulaşmak için "bilgiyi hayatın içine yerleştirme" stratejisidir. Vatandaşın mesajla en "beklenmedik" anda karşılaşmasına dayanır. Özelliği mesajın akılda kalıcılığını klasik bir broşürden 10 kat daha fazla artırmasıdır.

Rol Alanlar

- Yaratıcı Yönetmen, mesajın hangi araçla verileceğini belirler.
- Grafik Tasarımcı, görselleştirmeyi yapar.
- Saha Koordinatörü, yerel işletmelerle (bakkal, kafe, berber) iş birliği sağlar.

Donanım ve Araçlar

- Günlük kullanım eşyaları (bardak altlıkları, kahve bardakları, alışveriş çantaları, bez çantalar, tohumlu kâğıtlar, magnetler, ekmek poşet ve kâğıtları); Kentsel yüzeyler (kaldırım/zemin stickerları, trafo boyamaları, park bankları); Toplu taşıma (otobüs içi giydirmeler, tutacaklar, bilet arkası reklamlar) gibi yüzeyler.
- Dijital Araçlar (görsellere eklenen QR kodlar aracılığıyla fiziksel araçtan dijital katılım platformuna yönlendirme.)

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubu için uygun. Çocuklar için oyun alanlarındaki zemin stickerları; ev hanımları için pazar çantaları veya fırın paketleri; gençler için kahve bardakları veya pop-up sanatsal enstalasyonlar kullanılabilir.

Bilgilendirme Amaçlı Geleneksel Olmayan Araçlar Üzerine Uygulama Örneği

Yöntem, klasik broşürlerin veya belediye anonslarının ulaşamadığı "sessiz çoğunluğa" gündelik hayatın akışı içinde dokunmanın en yaratıcı yoludur. İnsanların savunma mekanizmalarını indirdikleri anlarda (kafede kahve içerken veya otobüs beklerken) karşılarına çıkarak merak uyandırır. Hiç beklenmedik bir anda vatandaşın mesajla karşılaşması sayesinde günlük yaşam pratiklerine dahil olmayı sağlar.

1. Hedef Kitle ve Rota Analizi

Ulaşmak istenen kitle belediye binasına gelmiyorsa, onların en çok vakit geçirdiği yere gidilir.

- İpucu (Mekân Belirleme): Hedef kitle gün içinde nerelerde? Yerel kahvehaneler, halk otobüsleri, süpermarketler veya berberler gibi "uğrak" noktaları haritalandırılır.
- İpucu (Bağlam Uyumu): Seçilen araç ile mesaj arasında mantıksal bir bağ kurulur. (Örneğin; atık yönetimi bilgisi çöp poşetleri veya geri dönüşüm kutuları üzerine; su tasarrufu bilgisi musluk aparatları veya fatura zarfları üzerine yerleştirilir.)

2. Yaratıcı Tasarım ve Ekip Roller

Mesajın alışılmadık bir mecrada verilecek olması, tasarımın da alışılmadık olmasını gerektirir.

- Yaratıcı Yönetmen: Mesajın hangi araçla (Örneğin, Mural mı, alışveriş çantası mı?) en etkili verileceğini belirler.
- Grafik Tasarımcı: Bu mecralarda (Örneğin, bir bardak altlığı) uzun metinlerin okunmayacağını bilerek, tek bir çarpıcı slogan ve görselle tasarımı sadeleştirir.

- Saha Koordinatörü: Mesajın yayılacağı yerel işletmelerle (bakkal, kafe, fırın gibi) ön görüşmeleri yaparak iş birliği sağlar.

3. Mesajın Sadeleştirilmesi ve Aksiyon Çağrısı

Vatandaş bu materyallerle hızlı bir etkileşim kurar, bu yüzden net olmalıdır.

- İpucu (QR Kod Entegrasyonu): Fiziksel araçtan (Örneğin, Ekmek poşeti) dijital katılım platformuna geçiş sağlamak için mutlaka bir QR kod kullanılır. "Daha fazla bilgi için tara" veya "Fikrini hemen söyle" gibi net eylem çağrıları eklenir.
- İpucu (Slogan Gücü): Karmaşık teknik detaylar bir kenara bırakılır; merak uyandıran, gülümseten veya sorgulatan kısa ifadeler kullanılır.

4. Uygulama ve Sürdürülebilirlik Kontrolü

Materyalleri sahaya sürmeden önce projenin ruhunun korunduğundan emin olunmalıdır.

- İpucu (Geri Dönüşümlü Materyal): Kullanılan araçların kendisi çevreye zarar vermemelidir. Örneğin, çevre projesi anlatırken plastik poşet kullanmak inandırıcılığı zedeler. Geri dönüşümlü kâğıt veya bez çantalar tercih ederek projenin samimiyeti kanıtlanabilir.
- İpucu (Yayılım Takibi): Ürünlerin dağıtımını bittikten veya duvar boyama (mural) gibi uygulamalar tamamlandıktan sonra, QR kod tıklamaları üzerinden hangi mecranın daha çok ilgi gördüğü analiz edilir.

(EPA, 2026); (Slachmujlder, 2006); (Gemini, 2026).

Diğer Giriş Araçları (Other Input Tools)

Hakkında

Diğer Giriş Araçları; resmi toplantılara katılmaya vakti olmayan, yazılı anketlerden sıkılan veya görüşlerini daha pratik yollarla ifade etmek isteyen vatandaşlar için tasarlanmış alternatif geri bildirim kanallarıdır. Projenin erken aşamalarında *halkın nabzını tutmak* ve geniş kitleye ulaşmak için kullanılır.

Rol Alanlar

- Saha Görevlisi, panoların başında duran veya tabletle veri toplayan personel.
- Vatandaş, görüş bildiren kişi.

Donanım ve Araçlar

- Geri bildirim kutuları, büyük haritalar, yapışkanlı pullar (sticker), tabletler.
- Dijital Araçlar (Sosyal medya anketleri, etkileşimli haritalar (Pin-it), QR kodlu kısa formlar gibi)

Yaş ve Uyarılama

Her yaş grubuna uygun. Çocuklar için resim çizme, yaşlılar için ses kaydı seçenekleri eklenebilir. Görme engelliler için sesli kutular, dil bilmeyenlere görsel (ikon odaklı) oylama araçları kullanılır.

Öne Çıkan Bazı "Giriş Araçları" Teknikleri

- **Nokta Oylaması (Dotmocracy):** Bir panoda sunulan seçeneklerin üzerine katılımcıların renkli stickerlar yapıştırarak önceliklerini belirtmesi.
- **Etkileşimli Duvarlar (Idea Walls):** "Mahallemde en çok ... görmek istiyorum" gibi boşluk doldurmalı dev panoların kamusal alanlara konulması.
- **Yorum Kutuları (Comment Boxes):** Pazar yerleri, kütüphaneler veya otobüs durakları gibi stratejik noktalara fiziksel kutular yerleştirilmesi.
- **Dijital Pinleme:** Online bir şehir haritası üzerinde sorunlu noktaların vatandaş tarafından işaretlenmesi (Örneğin, "Burada aydınlatma yetersiz").
- **Açık Mikrofon:** Katılımcılara doğrudan söz verilmesi, serbest görüş, öneri, itirazların dinlenmesi ile halkın sesinin doğrudan dinlenmesine dayanır. Mutlaka bir kolaylaştırıcı bulunmalı ve ses kayıt sistemleri olmalıdır.
- **Galeri Yürüyüşü (Gallery Walk):** Katılımcılar fikirlerini görsel/yazılı olarak paylaşır; diğer katılımcılar da dolaşarak bunları inceler ve gerekirse katkı sunar. Gruplar önce kendi içinde tartışır, fikirlerini söyler; sonra gruplar yer değiştirir ve bir sonraki grup bir önceki grubun katkı verdiği yazılı dokümanı inceler ve kendi fikirlerini ilave ederler. Yöntem, doğrudan sonuç almaktan ziyade öğrenmeyi sağlayan bir ara süreçtir. Gerekli donanım (Pano, duvar yüzeyi, masa; Her istasyona soru/poster/görsel/içerik; Yazı malzemeleri; Zamanlayıcı veya oturma geçiş sinyali; Ana moderatör ve bir kolaylaştırıcı; Kayıt ve ilgili görevli (gözlem ve raporlama yapılması için)) ile uygulanır.

"Giriş Araçları" Teknikleri Üzerine Uygulama Örneği

Yöntemlerin başarısı, vatandaşın ayağına aracın gitmesiyle bağlantılıdır. İnsanların günlük rotasına katılım araçlarının yerleştirilmesi katılımı artırır..

1. Odak Belirleme (Açılış):

- Hangi konuda giriş (input) alınacağı netleştirilir (Örneğin, "Meydanın yeni ismi ne olsun?").

1. Araç Seçimi:

- Hedef kitleye göre araç seçilir (Örneğin, Gençler için Instagram anketi, emekliler için çay bahçesine pano).

2. Yerleştirme ve Duyuru (Uygulama):

- Fiziksel araçlar görünür yerlere konulur, dijital araçlar sosyal medyada paylaşılır.

3. Veri Tasnifi:

- Gelen tüm "noktalar", "notlar" ve "dijital pinler" tek bir veri setinde birleştirilir.

4. Kapanış:

- Elde edilen sonuçlar belediye web sitesinde şeffafça paylaşılır ve karara nasıl yansıdığı açıklanır. Karar vericiler için hazırlanan "Vatandaş Tercih Eğilim Haritası" ortaya çıkar.

(EPA, 2026); (Güleç, Doğru Araçlar, Etkili Süreçler: Katılım Yöntemleri, 2025); (Gemini, 2026).

4. DİJİTAL UYGULAMA ARAÇ VE KANALLARI

Araç	Web sitesi	Ne işe yarar?
<i>Adobe Express</i>	https://www.adobe.com/express/create	Yapay zekâ desteğiyle resimler, videolar, sosyal medya gönderileri ve daha fazlasını üretmeyi sağlar.
<i>Adobe Illustrator</i>	https://www.adobe.com/tr/products/illustrator.html	Vektörel resimler ve illüstrasyonlar oluşturarak tasarım yapmayı sağlar. Vektörel çizim ve logo tasarımında öne çıkar.
<i>Adobe InDesign</i>	https://www.adobe.com/tr/products/indesign.html	Sayfa tasarım ve mizanpaj uygulamalarında kullanılan dijital yayın araçlarından biridir. Posterler, kitaplar, dijital dergiler, e-kitaplar ve etkileşimli PDF'ler gibi çıktılar oluşturmayı sağlar.
<i>Adobe Photoshop</i>	https://www.adobe.com/tr/products/photoshop.html	Başta resim ve fotoğraf olmak üzere görsel düzenlemeler için kullanılan piksel tabanlı programdır. Günümüzde yapay zekâ destekli versiyonları kullanılır.
<i>Adobe Suite/Adobe Creative Cloud</i>	https://www.adobe.com/tr/creativecloud.html	Fotoğraf, video, grafik tasarım, web geliştirme ve PDF yönetimi için kullanılan 20'den fazla profesyonel programı içeren tasarım yazılımlarından oluşur (Photoshop, Illustrator, Premiere Pro, After Effects, InDesign, Acrobat Pro gibi). Yapay zekâ destekleri, Bulut depolama, Esnek planlar ile öne çıkar.
<i>AhaSlides</i>	https://ahaslides.com/	Etkileşimli ve ilgi çekici sunumlar için hepsi bir arada platformdur. Canlı oylama özelliği de bulunur.
<i>Akıllı TV Arayüzleri</i>		Televizyonu internete bağlayan ve film, dizi ya da oyun bulmayı sağlayan ekran menüleridir.
<i>Alt Gruplar (Breakout Rooms)</i>		Çevrim içi ana toplantıyı küçük ve ayrı odalara bölerek katılımcıların kendi aralarında özel tartışma yapmasını sağlayan bir özelliktir. Zoom, Microsoft Teams ve Google Meet gibi uygulamalarda bulunur.
<i>Anket Formları</i>		Katılımın fikir alma, görüş bildirme yönüyle ilgilidir. Çeşitli kuralları bulunur. Dijitalde ücretli ve ücretsiz hazırlama alanları vardır. Canva, jotform, limesurvey gibi uygulamalar aracılığıyla oluşturulabilir.
<i>Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları - AR</i>		Artırılmış gerçeklik, teknolojik bir cihaz (Akıllı Telefon, Tablet) kamerasıyla gerçek hayattan alınan bir görüntüye dijital bir cisim, materyal veya herhangi bir canlı yerleştirilerek teknolojik cihazın ekranından izlenen etkileşimli görüntü oluşturma teknolojisidir. Başta eğitim olmak üzere geniş bir kullanım alanı vardır.
<i>Asana</i>	https://asana.com/	Asana, ekiplerin işlerini düzenlemesini, takip etmesini ve yönetmesini sağlayan bulut tabanlı bir proje yönetim aracıdır.
<i>Blogger</i>	https://www.blogger.com/	İyi tasarlanmış bloglar oluşturmak için kullanılır. Görüşlerin paylaşımını sağlar.
<i>Buffer</i>	https://buffer.com/	Planlama araçlarından biridir. Kişisel sosyal medya çalışma alanını birbirine bağlar.
<i>Canva</i>	https://www.canva.com/tr_tr/	Her türlü tasarım için çözümler sunar. Belge paylaşımı, sunum, not alma, beyin fırtınası, anket, dijital yayın araçları için bulut tabanlı yaratıcı destekler içerir.

<i>CAPI Yöntemi</i>		CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing), bilgisayar, el terminali veya tablet gibi dijital cihazlar aracılığıyla gerçekleştirilen yüz yüze bir anket türüdür. Hata payı olmaksızın veri toplamayı ve konum doğrulamayı sağlar. En yaygın örneği Forsta CAPI mobil uygulamasıdır.
<i>CATI Sistemi</i>		Bilgisayar destekli telefon anketidir. Computer Assisted Telephone Interviewing ifadesinin baş harflerinden oluşan CATI, anketörlerin telefonla ulaştıkları katılımcılara, soruları bilgisayar ekranından okuduğu ve aldıkları cevapları, eş zamanlı olarak sisteme kaydettiği profesyonel bir veri toplama metodolojisidir.
<i>Change.org</i>	https://www.change.org/	Kampanya başlatarak ya da yapılan oylamaya katılarak toplumsal değişime katkı vermeyi sağlar. Gayri resmî bir katılım kanalıdır.
<i>Concept Board</i>	https://conceptboard.com/	Fikirler, görevler ve projeler için çevrimiçi beyaz tahta uygulamasıdır. Belge paylaşımı, not alma ve beyin fırtınası, anket uygulamaları için alan verir. Verilerin düzenlenmesini sağlarken üyelerin aynı belge üzerinde işbirliği içinde çevrimiçi olarak çalışmasına olanak tanır.
<i>Confluence</i>	https://www.atlassian.com/software/confluence/resources/guides/get-started/overview#key-terms	Bir iletişim ve iş birliği sistemidir. Bilginin tek çatı altında toplandığı ve ekip üyeleri arasında şeffaf ve sürdürülebilir bir iletişim modeli yaratan dijital uygulamadır.
<i>Consul</i>	https://consuldemo.cracy.org/	Vatandaşların kamu yönetimi ve yerel karar alma süreçlerine doğrudan katılımını sağlayan, dijital demokrasi platformudur.
<i>CRM Yazılımı</i>	https://www.bitrix24.com.tr/crm/turkce_crm.php?utm_source	CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi), şirketlerin mevcut ve potansiyel müşterileriyle kurduğu bağları yönetmesini sağlayan bir sistem ve stratejidir. Müşteri verilerini tek yerde toplar, satışları artırır ve hizmet kalitesini yükseltir.
<i>Decidim</i>	https://decidim.org/	Vatandaşların, kuruluşların ve kamu kurumlarının her ölçekte demokratik bir şekilde kendi kendilerini örgütlemelerini destekler.
<i>Decision Lens</i>	https://www.decisionlens.com/	Önemli hükümet kararlarının daha iyi ve daha hızlı alınması için kullanılır.
<i>Dijital Veri Panoları (Dashboard)</i>		Karmaşık ve çok sayıdaki veriyi tek bir ekranda grafik, tablo ve KPI (Temel Performans Göstergesi) kartları ile görselleştiren araçlardır. Canlı verileri gösterir. Power BI, Tableau, Google Looker Studio, Klipfolio gibi araçlar öne çıkar.
<i>Discourse</i>	https://www.discourse.org/	Modern tartışma platformları tasarımı.
<i>Doodle</i>	https://doodle.com/en/	Ekiplerin takvimini birbirine bağlar ve koordine eder.
<i>Drive</i>	https://desktop.google.com.tr/drive/about.html	Tüm dosyaların güvenli olarak saklandığı, işlem yapıldığı ve gerektiğinde dosya paylaşımı yoluyla ortak çalışma imkânı veren dijital alan.
<i>Dropbox</i>	https://www.dropbox.com/	Dropbox, iş birliğini kolaylaştırmayı, işleri daha hızlı ilerletmeyi ve her şeyi güvende tutmayı destekleyen yardımcı araçlar sunar.

<i>Entegre Karar Destek Sistemleri (EKDS)</i>	chrome-extension://efaidnbmninnbpcapjpcglecfindmkaj/https://web.itu.edu.tr/~sonmez/lisans/es/KararDestek.pdf	Entegre Karar Destek Sistemleri (EKDS), farklı kaynaklardan gelen verileri birleştiren, analiz eden ve yöneticilerin en doğru kararı hızlıca almasını sağlayan akıllı bilgisayar programlarıdır. Bunlar, iş yerlerinde, hastanelerde ve devlet işlerinde plan yapmayı kolaylaştıran sektörel ayrımlı sistemlerdir.
<i>EpiCollect</i>	https://five.epicollect.net/	Akıllı telefon uygulamalarındandır. Mobil veri toplama platformudur.
<i>Etkinlik Haritası İçeren Mobil Uygulamalar</i>	https://eventee.com/blog/best-conference-and-mobile-event-apps	Etkinlik yönetimine ilişkindir.
<i>Evernote</i>	https://evernote.com/	Belge paylaşımı, not alma, beyin fırtınası ve anket için araçlar içinde yer alır.
<i>Excel</i>	https://excel.cloud.microsoft/tr-tr/	Elektronik tablolar oluşturmak için kullanılır. Veri analizinde etkilidir.
<i>Eyewire</i>	https://eyewire.org/explore	Eğlenceli katılım (oyunlaştırma) için kullanılır. Beyni haritalamaya yönelik oyunları içerir.
<i>Fold.it</i>	https://fold.it/	Eğlenceli Katılım (oyunlaştırma) için kullanılır. Bilimsel araştırmalara katkı vermeyi sağlar.
<i>Feedback Frames</i>	https://feedbackframes.com/	Toplu görüşleri hızlı ve güvenilir bir şekilde görmeyi sağlar.
<i>FigJam</i>	https://www.figma.com/figjam/	Ekiplerin birlikte daha iyi iş ve ürünler geliştirmelerini sağlar. Fikirler tanımlanır, kararlar üzerinde uzlaşırlar ve çalışmalar iletirilir. Beyaz tahta çözümlerindendir.
<i>Figma</i>	https://www.figma.com/	Sonsuz yaratıcılık için kullanılan akıllı tuval/beyaz tahta çözümlerindendir.
<i>Fiziksel Kartları Kamerayla Tarayan Uygulamalar</i>		Fiziksel kartları kamerayla tarayan uygulamalar, kartın türüne göre değişiklik gösterir. Kartvizitler için CamCard, Zoho Card Scanner veya Microsoft Lens; Pokémon, Magic; The Gathering gibi oyun kartları için TCGplayer; sporcu kartları için ise Sports Card Scanner öne çıkan popüler araçlardır.
<i>Galaxy Zoo</i>	https://www.zooniverse.org/projects/zokeeper/galaxy-zoo	Zooniverse, gönüllüler desteğiyle galaksi sınıflandırmaları yapmak için kullanılır.
<i>Google Docs</i>	https://docs.google.com/document/	Paylaşımlı dokümanlardır. Çevrimiçi bir beyaz tahta tercih edilmediğinde, her adım için bilgileri ayrı bir başlık altında toplamak üzere kullanılan iş birliği araçlarındandır. Ekran paylaşımı yoluyla kullanılabilir.
<i>Google Forms</i>	https://docs.google.com/forms/	Online anket platformları oluşturulabilir alanlardır. Kullanıcılardan veri toplamak için uygulanacak ankete yönelik araçlara yer verilebilir.
<i>Google Meet</i>	https://meet.google.com/home	Toplantı ve etkinlik planlama araçlarındandır. Çevrimiçi video konferans aracı, anket aracı olarak destekleyicidir.
<i>Google Sheets</i>		Anket oluşturma ve özelliklerin belirlenmesinde kullanılır. MS Excel benzeri, bulut tabanlı bir sistemdir.

<i>Google Sites</i>	https://sites.google.com/	Site hazırlama araçlarındandır.
<i>Google Slides</i>	https://workspace.google.com/intl/tr/products/slides/	Bulut tabanlı, yaratıcı araçlardandır. Sunumlar oluşturmayı sağlar.
<i>Hootsuite</i>	https://www.hootsuite.com/	Planlama araçlarındandır. Trendler, konuşmalar, paydaşlar ve risklerin bilinmesine yöneliktir. Önceden görme ve planlama yapmaya katkı verir.
<i>IVR (Tuşlama)</i>		IVR - Interactive Voice Response / Etkileşimli Sesli Cevap sistemi anlamına gelir. Telefonla aranan merkezlerde canlı bir personele bağlanmadan tuşlama veya sesli komutlarla işlemlerin yapılmasını sağlar.
<i>iMindMap HD</i>		Zihin haritalama araçlarındandır. iMindMap HD, Tony Buzan'ın zihin haritası ilkelerine dayanarak geliştirilen ve daha sonra Ayoa platformuna dönüşen, mobil cihazlar ve tabletler için tasarlanmış yaratıcı bir zihin haritalama ve not alma uygulamasıdır.
<i>Kahoot</i>	https://kahoot.it/	Oyunlaştırma için kullanılır. Gerçek zamanlı etkileşim sağlamak üzere sunum içerisine sorular ve küçük yarışmalar eklenerek izleyicinin dikkati canlı tutulur. Eğitim teknolojisi olarak kullanılan öğrenme tabanlı bir test oyunudur.
<i>Keynote</i>	https://www.apple.com/tr/keynote/	Klasik sunum araçlarındandır.
<i>Keypads</i>		Anlık oylama cihazlarındandır.
<i>Limesurvey</i>	https://www.limesurvey.org/tr	Profesyonel online anketler oluşturmak için kullanılır.
<i>Lucidchart</i>	https://lucid.co/lucidchart/	Veri ve otomasyon sistemi kullanarak yeni nesil diyagramlar oluşturmayı destekler. Verilerin düzenlenmesini sağlarken üyelerin aynı belge üzerinde işbirliği içinde çevrimiçi olarak çalışmasına olanak tanır.
<i>MCDA Şablonları</i>	https://online.visual-paradigm.com/ https://mcda-calculator.psi.ch/calculator https://data.mendeley.com/datasets/zjckp3b259/1	MCDA (Çok Kriterli Karar Analizi) şablonları, karmaşık kararları birden fazla kriteri ağırlıklandırarak ve seçenekleri puanlayarak çözmek için kullanılan yapılandırılmış matrislerdir. Bu şablonlar genellikle Excel, çevrimiçi hesap makineleri veya sunum formatlarında hazırlanır.
<i>MCM Çok Kriterli Eşleme</i>	https://www.1000minds.com/decision-making/what-is-mcdm-mcda	Çok kriterli eşleme veya değerlendirme süreçlerinde MCM (Multi-Criteria Mapping - Çok Kriterli Eşleme/Haritalandırma), çelişen sosyal, teknik veya çevresel seçenekleri paydaş perspektifleriyle ilişkilendiren interaktif bir karar destek ve analiz yöntemidir. (Nicel, bilgisayar destekli bir görüşme süreci).
<i>MediaWiki</i>	https://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki	İş birliği ve dokümantasyon platformudur. Wikipedia altyapısıyla ilgilidir.

<i>Mentimeter</i>	https://www.menti-meter.com/	Belge paylaşımı, etkileşim, not alma, beyin fırtınası ve anket için kullanılan araçlardır. Canlı oylama özelliği ile anlık nabız ölçümü yapılabilir ya da soru toplanabilir.
<i>Meta Business Suite</i>	https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite	Analiz araçlarındandır. Bir işletmenin/kurumun Facebook, Messenger ve Instagram hareketlerini tek bir yerden yönetmeyi sağlar.
<i>Microsoft PowerPoint</i>	https://www.microsoft.com/tr-tr/microsoft-365/powerpoint	Sunum hazırlama aracıdır.
<i>Microsoft Sway</i>	https://sway.cloud.microsoft/	Kısa sürede görsel olarak etkileyici bültenler, sunular, belgeler oluşturmak için kullanılır.
<i>Microsoft Teams</i>	https://www.microsoft.com/tr-tr/microsoft-teams/log-in	Görevler, toplantılar, sohbetler, aramalar, dosyalara erişme gibi hizmetler sunar. Kapalı grup iletişim kanalları ve doküman paylaşım platformları olarak değerlendirilir.
<i>Microsoft Word</i>	https://word.cloud.microsoft/tr-tr/	Metin belgesi hazırlamayı sağlar.
<i>Mind Map</i>	https://mindmapai.app/tr/	Fikirleri yakalamak ve zihin haritaları oluşturmak için kullanılan yazılımlardır.
<i>Mind Mapping</i>	https://www.mindmapping.com/	Zihin haritalama araçlarındandır. Zihin haritalaması hakkında bilgi edinmeyi ve zihin haritaları oluşturmayı, bunlardan faydalanmaya yardımcı olacak fikirler sunmayı amaçlar.
<i>MindBoard</i>	https://mindboard.com/	Zihin haritalama araçları
<i>MindManager</i>	https://www.mindmanager.com/en/	Dinamik görsel diyagramlar, zihin haritaları, akış şemaları ve Gantt şemalarıyla fikir üretme aşamasından uygulamaya geçmek için kullanılır.
<i>MindMaps Lite</i>	https://mindmaple-lite.en.download.it/	Zihin haritalama araçlarındandır. MindMaple Lite, düşünceleri ve hayatı daha iyi organize etmek için kullanılır.
<i>MindMeister</i>	https://www.mindmeister.com/	Belge paylaşımı, not alma, beyin fırtınası ve anket için kullanılan araçlardır. İnsanların daha iyi düşünmelerine yardımcı olan, son derece basit bir zihin haritalama yazılımıdır.
<i>MindMemo</i>	https://mindmemo.com/en	Zihin haritalama araçlarındandır.
<i>Mindmup</i>	https://www.mindmup.com/	Zihin haritalama için kullanılır. Belge paylaşımı, not alma, beyin fırtınası ve anket için araçlar bağlamında değerlendirilebilir.
<i>Mindomo</i>	https://www.mindomo.com/	İşbirlikçi zihin haritası oluşturucudur. Zihin haritaları, Kavram haritaları, Ana hatlar ve Gantt şemaları oluşturulan araçlardır.
<i>Miro</i>	https://miro.com/tr/	Ekiplerin ve araçların birlikte düşündükleri, planladıkları ve oluşturdukları iş birlikleridir. Belge paylaşımı, not alma, beyin fırtınası ve anket için araçlardır. Sanal iş birliği için çevrim içi yapışkan notlar sağlar.
<i>MS Forms</i>	https://forms.cloud.microsoft	Kullanıcılardan veri toplamak için uygulanacak ankete yönelik araçlardır.

<i>MS Project</i>	https://www.projectmanager.com/blog/what-is-microsoft-project	Microsoft Project (MS Project), projeleri planlamak, kaynakları yönetmek, bütçe izlemek ve zaman çizelgeleri (Gantt şemaları) oluşturmak için kullanılan profesyonel bir proje yönetimi yazılımıdır.
<i>MS Teams</i>	https://www.microsoft.com/tr-tr/microsoft-teams/free	Bulut tabanlı bir iletişim ve iş birliği platformudur. Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için kullanılır. Görüntülü konferans imkânı verir.
<i>Mural</i>	https://www.mural.co/	Mural, stratejiyi uygulamaya bağlayan ve sonuçları tek bir ortak çalışma alanına yönlendiren, uyumu sürekli bir çalışma biçimine dönüştüren bir platformdur. Belge paylaşımı, not alma, beyin fırtınası ve anket için araçlarda kullanılır. Ortak çalışma alanları ve dijital yapışkan noktalara sahip bir beyaz tahta çözümü sağlar.
<i>NAF Değerlendirme Matrisi</i>	https://www.creativiteyteacher.eu/tr/the-naf-technique/	NAF Değerlendirme Matrisi (New, Appeal, Feasibility), beyin fırtınası sonrası ortaya çıkan fikirleri filtrelemek, puanlamak ve aralarından en iyi/uygulanabilir olanları seçmek için kullanılan hızlı bir karar verme aracıdır. Fikirlerin sezgisel ve pratik yönlerini ölçer.
<i>Notion</i>	https://www.notion.com/desktop	Paylaşımlı dokümanlar. Dijital düşünce paylaşım ve yönetim araçları; fikirleri organize etmek, notlar almak, beyin fırtınası yapmak ve bunları başkalarıyla paylaşmak için kullanılır.
<i>NoiseTube</i>		Hem sanal gerçeklik (VR) dünyasında bir müzik görselleştirme uygulaması NoiseTube - Belief Engine hem de akıllı telefonlarla gürültü kirliliğini ölçmeyi amaçlayan açık kaynaklı bir araştırma projesi olarak bilinen iki farklı kavramı anlatır. Google Play Store ve Steam üzerinde bulunur.
<i>Nvivo</i>	https://nvivo.de/en/nvivo-ai/	Deşifre ve dijital analiz yazılımlarıdır.
<i>Obsidian</i>	https://obsidian.md/	Dijital düşünce paylaşım ve yönetim araçlarıdır. Fikirleri organize etmek, notlar almak, beyin fırtınası yapmak ve bunları başkalarıyla paylaşmak için kullanılır.
<i>Otter.ai</i>	https://otter.ai/	Deşifre ve analiz yazılımlarıdır.
<i>Özel e-Demokrasi Yazılımları</i>		Özel e-demokrasi (dijital demokrasi) yazılımları, halkın ve kurum üyelerinin karar alma süreçlerine internet üzerinden katılımını sağlar. Önde gelen araçlar arasında güvenli oylama için Nvotes (Agora Voting), kent katılımı için Decidim, geniş çaplı katılım için Consul Democracy ve fikir toplama odaklı Lidocracy / YourPriorities yer alır.
<i>Padlet</i>	https://padlet.com/	Yaratıcı çalışmalar ve eğitim için iş birliği kapsamındadır. Dijital düşünce paylaşım ve yönetim araçlarındandır. Fikirleri organize etmek, notlar almak, beyin fırtınası yapmak ve bunları başkalarıyla paylaşmak için kullanılır.
<i>Piktochart</i>	https://piktochart.com/?nab=0	Yeni nesil infografikler oluşturmayı sağlar. Karmaşık fikirleri, hedef kitleyi bilgilendiren ve etkileyen büyüleyici görsellere dönüştürmeye katkı verir. Kısa sürede çarpıcı infografikler, raporlar ve sunumlar oluşturulur. Tasarım deneyimi gerekmez.
<i>Pixton</i>	https://www.pixton.com/	Bir konunun oyunlaştırma, hikâye ve görselleştirmeler aracılığıyla öğrenilmesini sağlar.

<i>Planlama Tablosu (Matris)</i>		Farklı veri kümeleri, görevler veya değişkenler arasındaki ilişkileri, öncelikleri ve sorumlulukları satır ve sütunlar halinde gösteren görsel bir yönetim aracıdır. Karmaşık projeleri düzenlemek, kaynakları paylaşmak ve karar almak için kullanılır. Temel türleri; "Öncelik Matrisi (Eisenhower): Acil ve önemli işleri ayırır. Proje Planlama Matrisi (PPM): Hedefler, süreler ve çıktıları listeler. İlişki Matrisi (L, T, X Tipi): Değişkenler arasındaki etki derecesini gösterir. Sorumluluk Matrisi (RACI): Kimin hangi görevden sorumlu olduğunu belirtir."
<i>Plickers</i>	https://get.plickers.com/	Kartlar aracılığıyla biçimlendirici değerlendirme oyunu olarak uygulanır.
<i>PMI tabloları</i>	https://online.visual-paradigm.com/knowledge/brainstorming/what-is-pmi-chart/	"Artı-Eksi-İlginc" tablolarının oluşturulması için kullanılan karar alma ve eleştirel düşünme teknikleridir.
<i>PollEverywhere</i>	https://www.pollev Everywhere.com/	Belge paylaşımı, not alma ve beyin fırtınası içindir. Ayrıca kullanıcılardan veri toplamak için uygulanacak ankete yönelik araçlar kapsamındadır.
<i>Prezi</i>	https://prezi.com/	Bulut Tabanlı/Yaratıcı araçlardandır. Kavramlar arası ilişkiyi göstermek için yakınlaştırma ve döndürme özellikli dinamik sunum özellikleri sunar.
<i>Proprofs</i>	https://www.proprofs.com/	Etkileşim, iletişim, anket gibi konularda etkili yazılımlar sağlar, değerlendirme aracı işlevine sahiptir.
<i>QR Kod Sistemleri</i>		QR kodlu kısa formlar oluşturmayı sağlar. QR kod sistemleri, akıllı telefon kameraları veya özel okuyucularla taranarak bilgi aktaran, iki boyutlu kare kod teknolojisine dayanan dijital altyapılardır. Hızlı veri depolama, temassız işlem ve maliyet avantajı sunmasıyla hayatın birçok alanında kullanılır.
<i>R Dili</i>	https://www.r-project.org/	R, istatistiksel hesaplama ve grafikler için kullanılan bir yazılım ortamıdır.
<i>Radar Grafiği (Örümcek Ağı)</i>		Üç veya daha fazla sayısal değişkeni dairesel bir eksen üzerinde gösteren iki boyutlu bir grafik türüdür. Merkezden dışa doğru uzanan her bir eksen farklı bir değişkeni temsil eder ve değerler birleştirilerek ağ benzeri bir şekil oluşturur. Canva, Excel gibi programlarda oluşturulabilir.
<i>Roobrix</i>	https://roobrix.com/	Değerlendirme aracı işlevine sahip elektronik tablodur. Uygulama kolaylığı için bu araçlarla bir hesap oluşturularak erişim paylaşılır.
<i>Rubistar</i>	https://rubistar.4teachers.org/	Değerlendirme aracı işlevine sahip elektronik tablodur. Uygulama kolaylığı için bu araçlarla bir hesap oluşturularak erişim paylaşılır.
<i>Sanal Kredi</i>		Dijital platformlarda "token" veya "sanal kredi" dağıtılarak çok büyük kitlelerle online olarak uygulanabilir. Oyunlaştırma yöntemlerindendir.
<i>SimpleMind</i>	https://simplemind.eu/	Zihin haritalama araçlarından.

<i>Slack</i>	https://slack.com/	Kapalı grup iletişim kanalları ve doküman paylaşım platformlarındandır. Grubu birbirine bağlar. Çevrimiçi bir beyaz tahta aracı yoksa oluşturulan görsellerin paylaşımı ve yorumlanması için kullanılabilir.
<i>SMS Ağ Geçitleri</i>	https://www.twilio.com/docs/glossary/what-is-a-sms-gateway	Yazılım sistemleri ve mobil telekomünikasyon ağları arasında köprü kurarak bilgisayarların veya web tabanlı uygulamaların kısa mesaj (SMS) gönderip almasını sağlayan sistemdir.
<i>Sosyal Medya Araçları/Platformları</i>		Facebook, Instagram, Snapchat, X, WhatsApp, YouTube gibi kanallardır. Duygu analizi (opsiyonel) sağlar. Sunum, canlı yayın, çeşitli paylaşımlar, haberleşme, gündem oluşturma gibi pek çok işlevi vardır.
<i>SPSS</i>	https://www.ibm.com/products/spss-statistics	İstatistiksel içgörülerini ölçeklendirmeyi sağlayan veri analizi yazılımıdır.
<i>Survey123</i>	https://survey123.arcgis.com/	Basit ve sezgisel bir form tabanlı veri toplama çözümüdür.
<i>SurveyMonkey</i>	https://www.surveymonkey.com/	Online anket platformlarıdır.
<i>Sway</i>	https://sway.cloud.microsoft/my	Belge paylaşımı, not alma ve beyin fırtınası, anket gibi alanlarda kullanılan tasarım araçlarındandır.
<i>TheoryMaker</i>	https://theorymaker.netlify.app/	Değişim teorileri gibi basit ya da karmaşık diyagramlar oluşturmayı sağlar.
<i>Trello</i>	https://trello.com/	Dijital düşünce paylaşım ve yönetim araçları; fikirleri organize etmek, notlar almak, beyin fırtınası yapmak ve bunları başkalarıyla paylaşmak için kullanılır.
<i>Typeform</i>	https://www.typeform.com/	Derinlemesine araştırma ve online anket platformlarıdır.
<i>Vaka Analizi Dokümanları</i>		Vaka analizi dokümanları, gerçek veya kurgusal bir olayı, problemi ya da durumu derinlemesine incelemek için hazırlanan kılavuzlar, şablonlar ve örnek olay metinleridir. İşletme, eğitim, tıp ve psikoloji gibi alanlarda karar verme becerisini geliştirmek amacıyla kullanılır. Temel Bölümleri; "Giriş: İncelenen durumun ve temel sorunun özeti. Problem/Zorluk: Vakanın yarattığı ana güçlük. Analiz: Verilerin ve bağlamın incelenmesi. Çözüm Önerisi: Sorunu gidermek için atılan adımlar. Sonuç: Elde edilen dersler ve kazanımlar."
<i>Vennage</i>	https://venngage.com/	Fikirlerin izleyiciyi etkileyen profesyonel bir tasarım görüntüsü almasını sağlayan uygulamadır. Tasarım deneyimi gerektirmez.
<i>Village Appraisals</i>	https://www.villageappraiser.com/	Village Appraiser LLC, ticari gayrimenkul değerlendirme, emlak vergisi itirazları, pazar ve fizibilite çalışmaları, kamulaştırma, miras ve geçmişe dönük değerlendirmeler gibi müşterilerine özel kişiselleştirilmiş hizmetler sunan ticari bir platformdur.

<i>Web Tabanlı Canlı Destek Sistemleri</i>		Online araçlardır. Popüler çözümler arasında Tawk.to, JivoChat, Tidio Live Chat ve Supsis yer alır. Bu sistemler müşteri memnuniyetini artırır ve satışları hızlandırır. Temel özellikler; "Gerçek zamanlı sohbet: Ziyaretçi sorularına anında cevap. Ziyaretçi takibi: Hangi sayfada gezdiğini görme. Çoklu kanal: WhatsApp veya Instagram'ı tek panelden yönetme. Yapay zekâ botları: Otomatik ilk cevaplar ve SSS desteği." şeklindedir.
<i>Webex</i>	https://www.webex.com/	Uzaktan toplantılar için kullanılan video konferans araçlarındandır.
<i>Welphi</i>	https://www.welphi.com/	Tek bir uygulamada fikir birliği oluşturmak veya daha iyi kararlar almak için tercihlerin toplanmasına yöneliktir.
<i>WhatsApp</i>		Bilgi hattı, destek grupları vb. oluşturularak eş zamanlı haberleşme ve doküman paylaşımı sağlar.
<i>WordPress</i>	https://wordpress.com/tr/	CMS (İçerik Yönetim Sistemi), kodlama bilmeden web sitesi kurmayı, metin, görsel ve videoları kolayca yönetip yayınlamayı sağlayan bir yazılımdır. En popüler sistemler arasında WordPress, Shopify, Wix, Joomla ve Drupal yer alır. CMS Türleri; "Açık Kaynak: Ücretsiz, esnek ve geniş eklenti desteğine sahip (WordPress, Joomla, Drupal). Bulut Tabanlı (SaaS): Sunucu derdi olmayan, aylık abonelikte çalışan hazır sistemler (Wix, Squarespace). E-Ticaret Odaklı: Satış, ödeme ve stok takibi için özel altyapılar (Shopify, ikas)." şeklindedir.
<i>Yapay Zekâ Destekli Chatbotlar</i>		Yapay zekâ destekli chatbotlar, doğal dil işleme (NLP) ve büyük dil modellerini (LLM) kullanarak insan dilini anlayan, akıllı ve akıcı cevaplar üreten dijital asistanlardır. Sabit komutlarla çalışan eski sistemlerin aksine, bağlamı kavrayabilir ve her kullanıcıya özel dinamik çözümler sunabilirler. Popüler Örnekler ve Platformlar; "Genel Amaçlı Asistanlar: ChatGPT, Claude ve Microsoft Copilot günlük işler, yazım ve bilgi arama için yaygın olarak kullanılır. İş ve Müşteri Hizmetleri Çözümleri: Botpress, Zendesk ve Supsis AI gibi platformlar şirketlerin müşteri ilişkilerini otomatize etmesini sağlar." şeklindedir.
<i>Zoom</i>	https://zoom.us/tr/	Ekran paylaşmak ve katılımcılarla iletişim kurmak için kullanılır. Ara odalara (breakout rooms) imkân verir. Uzaktan görüşmeler için kullanışlı bir çevrimiçi video konferans aracıdır.

5. KAYNAKÇA

- ActionCatalogue. (2026). *Distributed Dialogue Technique*. Action Catalogue, Distributed Dialogue Technique, <https://actioncatalogue.eu/search>: <https://actioncatalogue.eu/search> adresinden alındı
- ActionCatalogue. (2026). *Methods*. ActionCatalogue: <https://actioncatalogue.eu/search> adresinden alındı
- ActionCatalogue. (2026). *Science Café*. Action Catalogue: <https://actioncatalogue.eu/method/7439> adresinden alındı
- ActionCatalogue. (2026). *World Café*. Action Catalogue: <https://actioncatalogue.eu/search> adresinden alındı
- AçıkAlan. (2026). *Açık Alan Dünyası*. Open Space Technology: <https://openspaceworld.org/wp2/> adresinden alındı
- Akçay, A. (2026). *Anket Türleri*. Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri: <https://acikders.ankara.edu.tr/course/section.php?id=154850> adresinden alındı
- AmericaSpeaks. (2026). *21st Century Town Meeting*. America Speaks: <https://www.americaspeaks.org/americaspeaks.org/services/21st-century-town-meeting/index.html> adresinden alındı
- Anket Tekniği*. (2026). Bingöl Üniversitesi: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.bingol.edu.tr/media/226197/sayt-bolum13c-anket-teknigi.pdf> adresinden alındı
- ArthurRylaInstitute. (2025). *(NLCR) Toolkit*. State of Victoria: <https://www.ari.vic.gov.au/research/people-and-nature/nature-led-community-recovery> adresinden alındı
- Baş, T. (2026). *Anket Hazırlama Klavuzu*. Kalite Ofisi. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.aybu.edu.tr/GetFile?id=c59aa38c-7c4f-499d-beab-3dbc3811b15e.pdf> adresinden alındı
- BetterEvaluation. (2026). *Fishbowl Ecaluation Option*. Better Evaluation: betterevaluation.org adresinden alındı
- BingölÜniversitesi. (2026). *Anket Tekniği*. Bingöl Üniversitesi: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.bingol.edu.tr/media/226197/sayt-bolum13c-anket-teknigi.pdf> adresinden alındı
- Canva. (2026). *Anket Oluşturma*. Canva: https://www.canva.com/tr_tr/yapma/anket/ adresinden alındı
- ChatGPT. (2026). *Katılım Yöntemleri*. ChatGPT: <https://chatgpt.com> adresinden alındı
- Chricorrigan. (2026). *Açık Alann Teknoloji Toplantısı Planlamak*. chricorrigan.com: <https://www.chricorrigan.com/parkinglot/planning-an-open-space-technology-meeting/> adresinden alındı
- CIVICUS. (2026). *Civicus Toolkit on Citizen Participation*. Civicus World Alliance for Citizen Participation: <https://www.civicus.org/> adresinden alındı
- CommunityPlanning. (2026). *Samoan circle*. Community Planning Toolkit: <https://www.communityplanningtoolkit.org/> adresinden alındı

- Copilot. (2026). *Katılım Yöntemleri*. Copilot: <https://copilot.microsoft.com> adresinden alındı
- Driscoll, T. (2026). *Kahoot için 5 Dakikalık Rehber*. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=pAfnia7-rMk> adresinden alındı
- DSSToolkits. (2026). *Method Card*. DSS Toolkits: <https://toolkits.dss.cloud/design/method-card/> adresinden alındı
- Dyer, K., & Rodriguez, M. (2026). *Digital Learnings Tools & Apps*. nwea: <https://www.nwea.org/blog/2026/75-digital-tools-apps-teachers-use-to-support-classroom-formative-assessment/> adresinden alındı
- ECSA. (2026). *Yurttaş Biliminin On İlkesi*. European Citizen Science Association ECSA: <https://www.ecsa.ngo/10-principles/> adresinden alındı
- EPA. (2026). *Halk Katılım Rehberi: Araçlar*. United States Environmental Protection Agency EPA: <https://www.epa.gov/international-cooperation/public-participation-guide-tools> adresinden alındı
- FAO. (2026). *Fishbowl Technique*. FAO Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü: fao.org/capacity-development adresinden alındı
- Gamestorming. (2026). *Kategoriler*. Gamestorming: <https://gamestorming.com/> adresinden alındı
- Gamestorming. (2026). *World Cafe*. Gamestorming: <https://gamestorming.com> adresinden alındı
- Gamestorming. (20026). *Fishbowl*. Gamestorming: <https://gamestorming.com/fishbowl/> adresinden alındı
- Gemini. (2026). *Katılım Yöntemleri*. Gemini: <https://gemini.google.com> adresinden alındı
- GoogleForms. (2026). *Online Formlar Oluşturmak*. Google Workspace: <https://ipv4.google.com/intl/tr/forms/about/> adresinden alındı
- Groves, R. M. (2009). *Survey Metodoloji*. Wiley. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://download.e-bookshelf.de/download/0000/8065/21/L-G-0000806521-0002312179.pdf adresinden alındı
- Güleç, B. Ö. (2020). *Sivil Toplum Kuruluşlarının Karar Alma Mekanizmalarına Katılımı: Yerel Yönetimlerde Kaliteli ve Anlamlı Bir Katılım için Uygulama Rehberi*. İstanbul: Tüsev Yayınları.
- Güleç, B. Ö. (2025). Doğru Araçlar, Etkili Süreçler: Katılım Yöntemleri. *Yerel Yönetimler için Katılım 102 Öğrenme Programı*. İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği.
- ICMA. (2026). *IAP2's PUBLIC PARTICIPATION TOOLBOX*. ICMA: icma.org adresinden alındı
- IIED. (2026). *Citizen's Jury*. İngiltere, Londra: International Institute for Environment and Development (IIED). [www.environmental-mainstreaming.org/documents/EM%20Profile%20No%204%20%20Citizen's%20Jury%20\(6%20Oct%2009\).pdf](https://www.environmental-mainstreaming.org/documents/EM%20Profile%20No%204%20%20Citizen's%20Jury%20(6%20Oct%2009).pdf) adresinden alındı
- IIED. (2026). *Yönetişim*. International Institute for Environment and Development (IIED): <https://www.iied.org/> adresinden alındı
- ImageGeneration. (2026). *Art of Hosting - Open Space*. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=a3jVOKQYM6E> adresinden alındı
- ITC. (2026). *Metotlar*. International Training Centre ITC: https://www.itcilo.org/methods?utm_source adresinden alındı

- ITCILO. (2026). *Training Methods: Presentation Tools*. International Training Centre ITCILO: <https://www.itcilo.org/methods> adresinden alındı
- Jotform. (2026). *Online Anket Oluşturma*. Jotform Araştırma Formları: <https://www.jotform.com/tr/surveys/> adresinden alındı
- Jstor. (2026). *Yüzyüze Görüşmeler ve Telefon Görüşmeleri*. JSTOR: <https://www.jstor.org/stable/4593676> adresinden alındı
- Kahoot. (2026). *Kahoot nedir?* Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=7XzfWHdDS9Q> adresinden alındı
- Kieskompas. (2026). *Siyasi Pusula Metodolojisi*. Kieskompas: <https://www.kieskompas.nl/en/> adresinden alındı
- Kumar, R. (2026). *Anket mi, soru formu mu?* FluidSurveys: <https://fluidsurveys.com/university/solving-mystery-survey-questionnaire/> adresinden alındı
- LimeSurvey. (2026). *Profesyonel Anketler Oluşturun*. Lime Survey: <https://www.limesurvey.org/tr> adresinden alındı
- Mbouemboue, N. A. (2026). *Guidelines for Photovoice*. Monapo, Mozambique. : WorldVision. https://www.wvi.org/sites/default/files/2024-08/WV%20Photovoice%20Guidelines_Final.pdf adresinden alındı
- Mentimeter. (2026). *Birlikte Öğrenin ve Düşünün*. Mentimeter: <https://www.mentimeter.com/> adresinden alındı
- MichaelHerman. (2026). *Açık Alan Teknolojisinin Temel Unsurları*. michaelherman.com: <https://www.michaelherman.com/cgi/wiki.cgi?OpenSpaceTechnology/EssentialElements> adresinden alındı
- MSP. (2026). *MSP Araçları*. Multi-Stakeholder Planning: <https://mspguide.org/msp-tools/> adresinden alındı
- MSPGuide. (2022). *Fish Bowl Tool*. Multi Stakeholder Planning MSP: <https://mspguide.org/2022/03/18/fish-bowl/> adresinden alındı
- NCDD. (2026). *Conversation Cafe Method*. National Coalition for Dialogue & Deliberation: <https://www.ncdd.org/conversationcafe.html> adresinden alındı
- NGOsource. (2026). *Capacity Assessment Tools for CSOs*. NGO Sorce: <https://www.ngosource.org/for-ngos/learning-center> adresinden alındı
- Nykiforuk, C., Vallianatos, H., & Nieuwendyk, L. (2011). Photovoice. *Uluslararası Nitel Yöntemler Dergisi*, s. 103-124. NIC National Library of Medicine: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4933584/> adresinden alındı
- OECD. (2026). *Politika Rehberi: Kapsayıcı Yönetişimi Mümkün Kılmak*. OECD: https://www.oecd.org/en/publications/policy-guidance-enabling-inclusive-governance_6d995bed-en.html adresinden alındı
- Participation, U. (2026). *World Cafe*. User Participation: https://www.user-participation.eu/planning-the-process/step-5-participatory-methods/planning-the-future-visions-strategies-projects/world-cafe?utm_source adresinden alındı
- Participedia. (2026). *Participatory Appraisal*. Participedia: <https://participedia.net/> adresinden alındı

- Participedia. (2026). *Samoan Halkası*. Participedia (Global Crowdsourcing Platform for Public Participation): <https://participedia.net/> adresinden alındı
- Prykucki, B. (2018). *Uzlaşma Dereceleri*. Michigan State University: https://www.canr.msu.edu/news/gradients_of_agreement_can_help_move_groups_forward adresinden alındı
- QuestionPro. (2026). *Yapılandırılmış Anket*. QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/tr/yapilandirilmis-anket-tanimi-turleri-artilari-ve-eksileri> adresinden alındı
- Reynolds, G. (2026). *Prezi'ye başlayın*. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=7XzfWHdDS9Q> adresinden alındı
- Sanchez, C. W. (2026, World Café'nin nasıl çalıştığını görmek için: www.youtube.com/watch?t=74&v=6m7fpoAacBY). *World Café'nin nasıl çalıştığını görmek için*. Youtube: www.youtube.com/watch?t=74&v=6m7fpoAacBY adresinden alındı
- SessionLab. (2026). *40 problem çözme tekniği*. SessionLab: <https://www.sessionlab.com/blog/problem-solving-techniques/> adresinden alındı
- SessionLab. (2026). *Cevap Kartları*. SessionLab: <https://www.sessionlab.com/methods/response-cards> adresinden alındı
- SessionLab. (2026). *Fishbowl Discussion*. SessionLab Library: sessionlab.com/library adresinden alındı
- SessionLab. (2026). *World Café*. SessionLab: <https://www.sessionlab.com/methods/world-cafe> adresinden alındı
- Sincero, S. M. (2026). *Anketler ve Soru Formları*. Explorable: <https://explorable.com/surveys-and-questionnaires> adresinden alındı
- Slachmujlder, L. (2006). *Participatory Theatre for Conflict Transformation Training Manual*. Congo: search for common ground. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://cnxus.org/wp-content/uploads/2022/04/Participatory-Theatre-Manual-EN.pdf> adresinden alındı
- Smith, M. K. (2001). *Peter Senge ve Öğrenen Organizasyon*. Infed.org: <https://infed.org/dir/welcome/peter-senge-and-the-learning-organization/> adresinden alındı
- Sözen, S. (2019). *Kamu Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- SSWM. (2026). *Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler*. Su ve Sanitasyon: <https://sswm.info/humanitarian-crises/urban-settings/planning-process-tools/exploring-tools/semi-structured-interviews> adresinden alındı
- SurveyMonkey. (2026). *Anket Örneklem Büyüklüğü*. Survey Monkey: <https://www.surveymonkey.com/learn/survey-best-practices/sample-size/> adresinden alındı
- SurveyMonkey. (2026). *Mükemmel Anketler Oluşturma*. Survey Monkey: <https://help.surveymonkey.com/tr/surveymonkey/create/creating-a-survey/> adresinden alındı
- Şarbak, Z. (2017). *Türkiye'de Yerel Yönetimler*. Ankara: Türkiye Belediyeler Birliği.
- TDK. (2026). *Anket*. TDK Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- TheWorldBank. (2026). *Methods and Tools - Samoan Circle*. The World Bank (Dünya Bankası) - Participation Sourcebook: worldbank.org adresinden alındı

- TheWorldCafe. (2026). *The World Cafe*. The World Cafe Community Foundation: <https://theworldcafe.com/> adresinden alındı
- ThiagiGroup. (2026). *Cevap Kartları*. Thiagi Group: <https://www.thiagi.com/archived-games/2015/2/25/response-cards> adresinden alındı
- Ticon. (2026). *Örnek Örümcek Ağı*. TICON Yaratıcılık Aracı: <https://www.creativityteaching.eu/tr/spider-meeting/> adresinden alındı
- Ticon. (2026). *Polling*. TICON: <https://www.creativityteaching.eu/tr/polling/> adresinden alındı
- TICON. (2026). *Yaratıcılık Aracı*. TICON (Çevrimiçi Yaratıcılık Eğitimi): <https://www.creativityteaching.eu/tr/yaraticilik-araci/> adresinden alındı
- Tools4dev. (2026). *Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler*. Tools4dev: www.tools4dev.org/resources/how-to-do-great-semi-structured-interviews/ adresinden alındı
- UserParticipation. (2026). *World Cafe*. UserParticipation: https://www.user-participation.eu/planning-the-process/step-5-participatory-methods/planning-the-future-visions-strategies-projects/world-cafe?utm_source adresinden alındı
- Wakeford, T. (2002). Yurttaş Jürileri. *Social Research Update*(37). <https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU37.html> adresinden alındı
- Wikipedia. (2024). *Fishbowl (conversation)*. Wikipedia: [https://en.wikipedia.org/wiki/Fishbowl_\(conversation\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Fishbowl_(conversation)) adresinden alındı
- Wikipedia. (2026). *Photovoice*. Wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/Photovoice> adresinden alındı
- Wikipedia. (2026). *WorldCafe, Dünya Kafesi*. Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/World_caf%C3%A9_%28conversation%29?utm_source adresinden alındı
- WorkSmart. (2026). *Değerlendirme Toplantısı Oluşturmak*. Trainerswarehouse: <https://blog.trainerswarehouse.com/debrief-tools-for-processing-and-memory> adresinden alındı
- WorldCafé. (2026). *World Café*. World Café: www.theworldcafe.com adresinden alındı
- Yılmaz, M. (2013). KAMU YÖNETİMİNDE KATILIM: TÜRKİYE'DE YEREL DÜZEYDE UYGULAMA ÖRNEKLERİ. *Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI. <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/xmlui/handle/11607/673;chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://adudspace.adu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11607/673/10021835.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

