



Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Van Yüzüncü Yıl University
The Journal of Social Sciences Institute
Yıl / Year: 2021 - Sayı: Van Özel Sayısı
Issue: Van Special Issue
ISSN: 1302-6879 - Sayfa/Page: 831-854



**Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma:
Van Edremit Belediyesi Örneği**
*A Research on Usage of Social Media at Local Governments:
The Case of Van Edremit Municipality*

• **Kemalettin ERYEŞİL***
Hakan ALPTÜRKER**
Yasin TAŞPINAR***

* Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Şırnak/Türkiye.

Asst. Prof., Şırnak University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Şırnak /Turkey.
kemalettineryesil@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-4678-8249

**Dr. Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Silifke/Mersin/Türkiye.

Dr. Lec., Selçuk University, Silifke Taşucu, Department of Management and Organization, Silifke/Mersin/Turkey.
alpturker@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4389-0715

***Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Beşşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Beşşehir/Konya/Türkiye.
Asst. Prof., Selçuk University, Faculty of Ali Akkanat Faculty of Management, Department of Management Information Systems, Beşşehir/Konya/Turkey.
yasintaspinar@selcuk.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4116-9801

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi/ Research Article

Geliş Tarihi / Date Received:

01/02/2021

Kabul Tarihi / Date Accepted:

22/02/2021

Yayın Tarihi / Date Published:

20/04/2021

Atr: Eryeşil, K., Alptürker, H. & Taşpınar, Y. (2021). Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Van Edremit Belediyesi Örneği. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Van Özel Sayısı, 831-854

Citation: Eryeşil, K., Alptürker, H. & Taşpınar, Y. (2021). A Research on Usage of Social Media at Local Governments: The Case of Van Edremit Municipality. *Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute*, Van Special Issue, 831-854

Öz

Belediyeler yerel yönetim faaliyetinin mekânsal bağlamda yürütülmesinin önemli aktörlerindedir. Seçilmiş yöneticiler olarak yerel yönetimlerin idarecileri şeffaflık, hesap verebilirlik, etkinlik, adalet ve katılım gibi konulara öncelikler vermek durumundadırlar. Söz konusu öncelikler vatandaşların rızasını ve yönetimin meşruiyetini artırmakta, yerel yönetimlerin faaliyet gösterdiği alanları daha yaşanılır kılmaktadır. Bu noktada iletişim ve etkileşim öne çıkmaktadır. İletişim ve etkileşimin en etkin araçlarından bir de günümüz medya dünyasını derinden etkileyen sosyal medya uygulamaları ve platformlarıdır. Sosyal medyanın etkin kullanımı takipçilere ulaşmayı ve onları yönlendirip etkilemeyi kolaylaştırmaktadır. Bu çerçevede çalışmamızın temel amacı Van Edremit Belediyesi'nin sosyal medya faaliyetlerinin belediyenin twitter sayfası üzerinden izlenerek analiz edilmesidir. Konuyla ilgili olarak çalışmada MAXQDA programı kullanılarak analiz yapılmış ve şu sonuca ulaşılmıştır; Twitlerde genel olarak pandemi kısıtlamaları, hava durumu bildirimleri ve ziyaretler gibi konulardaki açıklamalar öne çıkmaktadır. Yönetişim uygulamalarının da bir ölçüde kullanıldığı görülen sayfa daha çok tek yönlü iletişim amacıyla kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Sosyal Medya, İçerik Analizi, Van Edremit Belediyesi

Abstract

Municipalities are among the important actors in the spatial context of local administration activities. As elected administrators, mayors of local governments have to give priority to issues such as transparency, accountability, efficiency, justice and participation. These priorities increase the consent of the citizens and the legitimacy of the administration and make the areas where local governments operate more liveable. Communication and interaction come to the fore at this point. One of the most effective tools of communication and interaction is social media applications and platforms that deeply affect today's media world. The effective use of social media makes it easier to reach followers and to direct and influence them. In this context, the main purpose of our work is to analyse the social media activities of the Van Edremit Municipality through the municipality's twitter page. In accordance with that aim an analysis has been made using the MAXQDA program and those results have been achieved; statements on issues such as pandemic restrictions, weather notifications and visits come to the fore, in general. The page, where governance practices are also observed to be used to some extent, has been used mostly for one-way communication.

Keywords: Local Governments, Social Media, Content Analysis, Van Edremit Municipality

Giriş

Merkezden ve yerinden yönetimin ilkesel farklılıkları ve birbirine göre avantaj ve dezavantajları bulunabilmektedir. Merkezi yönetim fikrinin arkasında yatan genellik ve ortak faydanın aksine yereldeki ortak ihtiyaç ve taleplerin karşılanması ilkesine göre hareket eden yerel yönetimler, mekânsal yakınlığın avantajlarına sahiptir. Merkezi idareye bildirilmesi ve merkezi idarenin müdahalesinin güç olduğu konularda yerel yönetimler haber alma ve sorun çözüme oldukça etkilidirler. Hizmet yerinden yerel yönetimlerden farklı olarak coğrafi yerel yönetimlerin seçimle işbaşına gelme gibi demokratik bir yönü de öne çıkmaktadır. Bu bakımdan belediyeler, seçimle işbaşına gelen yöneticilerin idaresinde mekân bakımından aynı ortamı paylaştığı paydaşlara ve vatandaşlara hizmet veren kuruluşlardır. Dolayısıyla belediyelerin bahsedilen paydaşlar ve vatandaşlarla ilişkisini aktif ve etkin bir iletişim kanalı üzerinden geliştirmesi gerekmektedir.

Sosyal medya bu yöndeki ihtiyacı karşılayabilecek bir araç olarak öne çıkmaktadır. Nitekim günümüz medya sistemlerinin operasyonel ve kurumsal güç dengesini sarsan (Van Dijck ve Poell, 2013: 3) sosyal medya, tüm dünyada milyonlarca insanın günlük yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsanların birbirleriyle iletişim kurma, alışveriş yapma, eğlendirme ve günlük olarak çalışma şekillerini derinden etkileyen sosyal medyaya katılım her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla başta belediyeler olmak üzere yerel

yönetimler, pek çok vatandaşın aktif olarak kullandığı bu platformları onlarla etkileşimde bulunmak üzere kullanabilecektir.

Bu çalışmanın temel amacı da bir yerel yönetim örneği olarak Van şehrinde bulunan Edremit Belediyesi'nin bu konudaki etkinliğinin tespit edilmesidir. Bahsedilen amaç çerçevesinde söz konusu belediyenin twitter sayfasında paylaşılan mesajların içeriği MAXQDA programı vasıtasıyla analiz edilip incelenerek sınıflandırılmıştır. Elde edilen sonuçlar ışığında paylaşılan mesajların yoğunlaştığı alanlar ve konular belirlenerek, belediyenin twitter hesabının daha çok hangi amaçla kullanıldığı değerlendirilecektir.

1. Bir Yerel Yönetim/Yönetişim Modeli Olarak Belediyeler

Merkezden ve yerinden olmak üzere ikili bir tasnif temelinde örgütlenen kamu yönetimi (Özkartal ve Yaşar, 2019: 1933; Övgün ve Taşcier, 2019: 23; Özkartal ve Çalışkan, 2020: 36) içerisinde yerel yönetimler, buldukları alandaki halkın mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere yetkilendirilmiş kamu tüzel kişisidir. Kuruluş, karar alma ve seçilme mekanizmaları Anayasa çerçevesinde belirlenmiştir (Bölükbaşı ve Yıldız, 2010: 227; Taşpınar, Alptürker ve Şahin, 2015; Özkartal, Afşaoğlu ve Yıldız, 2018: 57).

Merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasındaki hizmet bölüşümü yerindelik/yerindenlik, hizmetin fayda ve maliyet alanı, ekonomik verimlilik, siyasi sorumluluk, idari etkinlik ve ölçek ekonomileri gibi kıstaslara göre belirlenmektedir (Eryılmaz, 2014: 176-178). Yerel yönetimlerin özelliklerini ise Anayasa'da belirtilen çerçevede aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Eryılmaz, 2014: 179):

- ✓ İl veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarının karşılanması amaçlı kamu tüzel kişisidirler,
- ✓ Karar organları seçilme ile belirlenmektedir,
- ✓ Kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir.
- ✓ Seçilmiş organlarının, bu sıfatı kazanmalarına ilişkin itirazların çözümü ve kaybetmeleri konusundaki denetim yargı yolu ile olur.
- ✓ Görevleri ile ilgili bir suç sebebi ile hakkında soruşturma veya kovuşturma açılmış organları veya bunların üyelerini, İçişleri Bakanı geçici bir tedbir olarak, kesin hükme kadar görevinden uzaklaştırabilir.
- ✓ Seçimleri istisnai durumlar dışında beş yılda bir yapılmaktadır.

- ✓ Yerel yönetimler üzerinde merkezi yönetimin idari vesayet yetkisi bulunmakta olup bu yetki kanunla düzenlenir.
- ✓ Yerel yönetimler Cumhurbaşkanının izni ile kendi aralarında birlik kurabilirler (5355 SK, md. 4).
- ✓ Yerel yönetimler ve merkezi yönetim arasındaki karşılıklı bağ ve ilgiler kanunla düzenlenmektedir.
- ✓ Yerel yönetimlere görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlar.
- ✓ Büyük yerleşim merkezleri için kanunla özel yönetim biçimleri oluşturulması mümkündür.
- ✓ Mali işlemleri, Sayıştay tarafından denetlenmektedir.

Yerinden yönetim ilkesi çerçevesinde merkezi idare teşkilatı hiyerarşisine tabi olmayan (Parlak ve Sobacı, 2010: 13) ve mekânsal bir yönetim modeli olan belediyeler kentsel yerleşimler temelinde kurulmuş ve örgütlenmişlerdir. Bu kentsel yerleşim alanlarında tarımsal üretim yapılmamakta; sanayi ticaret ve hizmet sektörlerinde yoğunlaşan iktisadi faaliyetler gerçekleştirilmekte olup, belediyelerin görev ve gelirleri üzerinde etkili olan da bu faaliyet alanlarıdır (Güler, 2011: 289). Söz konusu faaliyet alanının merkez ve yerel arasındaki paylaşımı ise merkeziyetçilikten adem-i merkeziyetçiliğe değişebilen bir niteliğe sahiptir.

Türkiye’de Osmanlı’dan devralınan bir merkeziyetçilik / ademi-i merkeziyetçilik konusunda bir ikilem mevcuttur ve belediyelerin de dahil olduğu yerel yönetimler özerkleşme ile yan yana getirildiğinde çok uçlarda çığırsımlara neden olabilmektedir (Güler, 2005: 225-242; Reyhan, 2007). Dolayısıyla uzunca bir dönem toplumla ilişkiler merkezi idarenin uhdesinde bir görünüme sahip olmuştur. Türkiye’de belediyeler noktasında toplumcu anlayışın ortaya çıkışı 1970’li yıllara tekabül etmekle birlikte, liberal anlayış 1980’lerden itibaren baskın gelerek, bu dönemde belediye hizmetleri daha çok merkezi yönetimin çekildiği alanlarda yoğunlaşmıştır. 1990’lı yıllarca tekrar hareketlenen sosyal belediyecilik uygulamaları, 2000’lerden itibaren hayatın içine çok daha fazla yerleşerek bu alandaki reformlar ve yasal düzenlemelerin dayanağını oluşturmuştur (Seçkiner ve Ömürgönülşen, 2018: 2-3). Demokratikleşme çabaları içerisinde sayılabilecek olan bu reform ve düzenlemeler, vatandaşlar nazarında rıza ve meşruiyeti hedefleyen çabalardır.

Demokrasi özü itibariye siyasal alana ait olması ve bir arada olunanlar adına karar vermeyi içermesi bakımından katılım ve

katılımda eşitlik bu noktada bir ön şart hüviyetindedir (Beetham, 1996: 30). Yerel düzeyde yürütülen siyaset, tipik bir yönetimi ele geçirme mücadelesinden öte, yerelin çevresindeki değişimlerden etkilenen tüm örgütlü ve bireysel aktörlerin de etkileşimde bulunduğu bir süreçtir. Bu bakımdan yerel yönetimler dışında alansal anlamda kır/kent/köy çevresini paylaşan yerel aktörler ve bireyler de bahse konu çevreye ilişkin konu ve sorunları yerel gündemler haline getirerek yerel politikalara dönüştürme çabası içindedirler (Köklü, Cansever ve Kiriş, 2017: 51). Katılım olarak adlandırılan bu süreç, yerel yönetimlerin vatandaşlarla olan ilişkilerini seçim dönemi ile sınırlamak yerine görev süresi boyunca gerçekleştirilen faaliyetlerde somutlaştırmasına imkân vermektedir.

Vatandaşların kamusal karar süreçlerine etkin katılımı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gündeminde konulardan biri olup, bu bağlamda pek çok çalışma ve uygulama geliştirilmiştir (Aydemir Uslu ve Yılmaz, 2018: 114). Nitekim vatandaşlara yakınlığı ve erişilebilirlik olanakları ile öne çıkan (Stoker, 1996: 23) yerel yönetimler ve demokrasi arasında kendi kendini yönetme ilkesi bakımından önemli bir bağ bulunmaktadır. Demokratik sistemin işlerliğinin artırılması da bu bakımdan yerel yönetimlere halk katılımının sağlanmasına bağlıdır (Kalkınma Bakanlığı, 2014: 81-82). Berlin örneğinde olduğu gibi sosyal şehir uygulamaları katılımcı süreçlerin desteklenmesi ve yerel düzeyde kapasite artırımını hedeflemektedir (Başaran Uysal, 2016: 32).

Bu çerçevede yerel yönetimler erişilebilirlik, bilgilendirme, şeffaflık (Alptürker ve Göküş, 2019: 8), mali etkinlik, demokratik yönetişim, zamandan tasarruf ve vatandaş memnuniyeti gibi hususları dikkate almak durumundadırlar (Şahin, Bayrakçı, Taşpınar ve Söylemez, 2013: 60). Söz konusu çabaların karşılanmasında yerel yönetimlerin elini güçlendirecek konuların başında yerel özerklik gelmektedir. Yerel özerklik yerel yönetimlerin faaliyetlerini daha etkin şekilde yerine getirebilmeleri için gerekli bir özellik olarak yoğun biçimde vurgulanmaktadır. Yerel özerklik; (1) yerel yönetimlere artan yerel hizmet taleplerini karşılamak üzere yetki ve esneklik sağlamak (2) yerel yönetimlerin kendi durum ve ihtiyaçları ile en uyumlu yönetsel yapı ve biçimini belirlemesine imkân vermek (3) yerel yönetimleri merkezin müdahalesinden, merkezi yönetimi de yerel yönetimlerin talep ve baskılarından kurtarmak olmak üzere üç temel amaca hizmet etmektedir (Koyuncu ve Coşkun, 2003: 284).

Yerelleşmenin başarısı ve etkin bir yerel yönetimler ağının oluşturulabilmesi özelden yerel yönetimlerin, genelde ise kamu yönetiminin pek çoğu Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı ile de (Karakılçık ve Küçük, 2019: 86-88) uyumlu olan birtakım özelliklere

sahip olması gerekmektedir. Bunları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Nibbering ve Swart, 2008: 260'dan aktaran Cumhur, 2017: 3-4):

✓ Yerel yönetimlere siyasi, idari ve mali açıdan daha fazla özerklik sağlanarak; sorumluluk, kapasite ve kaynakları dengelenmelidir.

✓ Merkezi otorite yoksulluğu azaltmak için stratejiler geliştirirken; sahip olunan kaynakların kısıtlılar lehine yeniden dağıtması ve bu bireylerin temel kamu hizmetlerine ulaşması noktasında yerel yönetimlerin gönüllü ve muktedir olması sağlanmalıdır.

✓ Sivil toplum örgütleri ve özel sektör ile iş birliği yapmaları için yerel yönetimler teşvik edilmeli ve bunu gerçekleştirebilecek idari serbestliğe sahip olmalıdır.

✓ Meşruiyetlerinin temeli olan serbest seçimler, adil ve demokratik yönetim uygulamaları yerel yönetimlerin görevlerini yapabilmeleri için elverişli hale getirilmelidir.

✓ Merkezi otorite ve yerel yönetimler başta olmak üzere idareler arası ilişkiler ile görev ve kaynak dağıtımı, sürdürülebilirliğe hizmet edecek şekilde oluşturulmalıdır.

✓ Dikey ve yatay hesap verebilirlik kamu yönetimi düzleminde yaygınlaştırılmalı; kalite, şeffaflık ve yolsuzlukla mücadele için uygun ortam oluşturulmalıdır.

✓ Aktif vatandaşlık bilinci güçlü topluluklar üzerinden geliştirilerek bilgiye erişimi artan vatandaşların merkez-yerel dengesinde fikir beyan etmesinin önü açılmalıdır.

Tüm bu gereklilikler dikkate alındığında görülmektedir ki; vatandaşların ihtiyaçlarının kendilerine en yakınındaki siyasal örgütlerce karşılanması fikrine dayanan yerel yönetim, demokratik olgunluğun gelişmesine de önemli katkılarda bulunmaktadır. Yöneten yönetilen arasındaki mesafenin en aza indiği bu modelde temsil, katılım ve demokratik tercih olanakları artarken, yerel düzeyde bahsedilen çerçevede alınan kararların isabet oranı da yükselmektedir (Adıgüzel, 2018: 2; Aydemir Uslu ve Yılmaz, 2018: 114). Dolayısıyla bu yakın konumun bir avantaja çevrilmesi, karşılıklı iletişim ve etkileşim olanaklarının üst düzeyde kullanılmasına bağlıdır. Günümüz etkin iletişim olanaklarından sosyal medya da yerel yönetimler ve özelde belediyelerin yoğunlukla faydalanması gereken bir araç olarak görünmektedir.

2. İletişimin Bir Aracı Olarak Sosyal Medya ve Önemi

Sosyal medya günümüzde giderek artan bir talep ve kullanıma konu olmaktadır. Dijital çağda tüm hizmetlerin ve etkinliklerin yavaş yavaş çevrimiçi olarak kullanılabilir hale gelmesiyle birlikte, Facebook, Twitter ve YouTube gibi popüler sosyal medya araçlarını kullanan kişi sayısı şaşırtıcı seviyelere ulaşmıştır. 2004 yılında kurulan ve dünyaya daha açık ve bağlantılı hale getirme misyonunu benimseyen Facebook, 2014 yılında aylık 1,35 milyar aktif kullanıcıya sahip iken (Sobaci, 2016: 3) 2020 yılının ikinci çeyreği itibarıyla 2,7 milyar aktif kullanıcıyı sahip olmuştur (Yurduneri, 2020). 2006 yılında kurulan ve herkesin fikir ve bilgilerini oluşturmasına ve özgürce paylaşmasına olanak tanıyan Twitter'ın 2014 yılında 284 milyon aktif aylık kullanıcısı bulunuyor iken (Sobaci, 2016: 3) 2020 yılının ikinci çeyreği itibarıyla 330 milyon aktif kullanıcıya sahip bulunmakta ve günde 500 milyon twit atılmaktadır (Kabacan, 2020). Twitter, kullanıcıların aramalarda metni bulabilmeleri için paylaşabilecekleri ve etiketleyebilecekleri 140 karaktere kadar paylaşımlara izin vermektedir. Bireyler başkalarını "takip edebilmekte", "twitler" ve "retwitleme" yoluyla bilgileri daha fazla yayabilmektedir. Kullanıcıların video yükleyebileceği, paylaşabileceği ve izleyebileceği en popüler video paylaşım platformu ise YouTube'dur. Artık Google'ın sahibi olduğu bu platforma 2010'da her dakika yaklaşık 35 saatlik video yükleniyordu (Ellison ve Hardey, 2014: 24). Günümüze geldiğimizde her ay 2 milyardan fazla kullanıcı YouTube'u ziyaret etmektedir (Kabacan, 2020).

Sosyal medyanın temel ilkesi, içeriği başkalarıyla paylaşma yeteneğidir. İçerik yüklemek için kullanıcılar genellikle kaydolmakta ve bir profil oluşturmaktadır. Platforma ve amaca bağlı olarak kullanıcılar, profillerinin tamamının veya seçilen içeriğin herkese açık olarak ya da yalnızca belirli kitleler tarafından görülebileceğini seçmekte özgürdür. İçerik türleri kısa durum güncellemeleri, daha uzun metin parçaları, bağlantılar, resimler, ses veya video dosyaları, yayınlar veya CV ile ilgili öğeler olabilmektedir. Diğer kullanıcılar daha sonra yeni içerik hakkında düzenli güncellemeler almak için bir profile abone olabilmektedirler. Bu bağlantı otomatik olarak karşılıklı olabilmekte veya platforma bağlı olarak seçiciliğe izin verebilmektedir. Örneğin, Facebook'ta arkadaş olmak veya LinkedIn'de bağlantı kurmak, her iki kullanıcının da birbirlerinin güncellemelerini göreceği anlamına gelirken, Twitter veya Google + kullanıcıları yeni bir kişiyi takip edip etmemeye karar verebilmektedir. İçerik, etiketler veya hashtag'ler (#) kullanılarak dizine eklenebilmektedir. "Etiketler", fotoğraflara, blog gönderilerine vb. atfedildiğinde, kullanıcıların belirli bir konuyla ilgili içeriği daha kolay bulmasını sağlayan anahtar kelimelerdir. "Hashtag"

terimi benzer bir kavramı tanımlamaktadır. Herhangi bir kelime, kelime öbeği veya kısaltmanın önüne # hash sembolünün eklenmesi, onu, tıklandığında belirli hashtag'i içeren tüm içeriği tek bir akışta görüntüleyen bir bağlantıya dönüştürmektedir. Belirli bir konu hakkında konuşmaları başlatmak ve harmanlamak için bir hashtag kavramı artık hem popüler (örneğin TV şovları veya radyo yayınları için) hem de akademik kültürde yaygın olarak kullanılmaktadır (Osterrieder, 2013: 3).

Sosyal medya terimi, iletişimi etkileşimli bir diyaloga dönüştürmek için web tabanlı ve mobil teknolojilerin kullanımını ifade etmektedir. Sosyal medya, dergiler, internet forumları, web blogları, sosyal bloglar, mikrobloglar, wikiler, podcast'ler, fotoğraflar veya resimler, videolar, derecelendirme ve sosyal yer imleri de dâhil olmak üzere birçok farklı şekilde yer almaktadır. Dünya bir sosyal medya devriminin ortasında olduğu için facebook, twitter, myspace, skype gibi sosyal medyanın iletişim amacıyla yoğun bir şekilde kullanıldığı çok açıktır. Bu iletişim şekli bir kişi veya bir grup insanla olabilir. Bugün insanların çoğu, özellikle gençler, akranlarıyla iletişim halinde olmak için çeşitli sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Sosyal medya kullanımının avantajları olduğu gibi birtakım dezavantajları da vardır. Sosyal medyanın en önemli avantajlardan biri, farklı insan grupları arasında bilgi ve haberin çevrimiçi paylaşılmasıdır. Bu çevrimiçi bilgi paylaşımı, özellikle eğitim kurumlarının öğrencileri arasında insanlar arasındaki iletişim becerilerindeki artışı da teşvik etmektedir. Ayrıca sosyal medya, birbirinden uzakta olanları bedenen olmasa da algısal olarak birbirine yakınlaştırmaktadır. Sosyal medya araçlarının kullanımının bir dezavantajı ise, kötüye kullanım neticesinde insanların mahremiyetine müdahale edilmesidir. Bu tür durumlar, bu tür medyanın kullanımının etik yönünü göz önünde bulundurarak tehlikeli olaylara yol açabilmektedir (Baruah, 2012: 1).

O'Reilly, (2005)'ye göre sosyal medya, genellikle Web 2.0 veya ortak web ile eşanlamli olarak kabul edilen, belirli cihazlara veya araçlara dayalı olarak tekno-merkezli olarak kavramsallaştırılmıştır. Web 2.0, sürekli gelişen ve yayılan kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe dayanan web tabanlı, iş birliğine dayalı araçları ifade etmektedir (Carr ve Hayes, 2015: 49).

Sosyal medyayla ilgili farklı disiplinlerden farklı araştırmacılar tarafından birçok tanımı olmasına rağmen sosyal medyanın özellikle disiplinler arasında resmi, özlü ve karşılıklı olarak mutabık kalınan bir tanımının eksikliği devam etmektedir. Sosyal medyanın ortak bir tanımının olmaması, bu kavramın birden fazla çağrışımına neden

olabilmekte ve bu da teori ve araştırmaya rehberlik edecek ortak bir anlayış oluşturmayı zorlaştırmaktadır (Carr ve Hayes, 2015: 48).

Russo, Watkins, Kelly ve Chan (2008:22) sosyal medyayı “çevrimiçi iletişimi, ağ kurmayı ve / veya iş birliğini kolaylaştıranlar” olarak tanımlamaktadır. Kaplan ve Haenlein (2010: 61) sosyal medyayı “Web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temellerini temel alan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasına ve paylaşılmasına izin veren bir grup internet tabanlı uygulama” olarak tanımlamaktadır. Lewis (2010:2) sosyal medyayı “insanların bağlantı kurmasına, etkileşime girmesine, içerik üretmesine ve paylaşmasına izin veren dijital teknolojiler” olarak tanımlamaktadır. Fuchs, (2014: 36) ise sosyal medyayı “geleneksel kurumsal kurum ve kuruluşların çerçevesi dışında paylaşma, birbirimizle iş birliği yapma ve toplu eylem yapma becerimizi artıran araçlar” olarak tanımlamaktadır.

Bu bağlamda sosyal medyanın temel özelliklerini ise “katılım, açıklık, sohbet, topluluk ve bağlantı” şeklinde ifade edebiliriz. Katılım; sosyal medya ile ilgili tüm tarafların katkılarını ve geri bildirimlerini teşvik etmektedir. Açıklık; çoğu sosyal medya türü oylamaya, geri bildirim, yorumlara ve bilgi paylaşımına açıktır. İçeriğin erişimi ve kullanımı konusunda nadiren engeller vardır. Sohbet; sosyal medya, sohbet için bir temel oluştururken ve iki yönlü iletişim araçları olarak görülürken, geleneksel medya, içeriğin bir izleyiciye iletildiği veya dağıtıldığı yayınlara ilgilidir. Topluluk; sosyal medya, toplulukların siyasi konular veya favori TV şovları gibi ortak çıkarlar hakkında hızlı bir şekilde oluşmasına ve etkili bir şekilde iletişim kurmasına izin verir. Bağlantı; çoğu sosyal medya, bağlantılar aracılığıyla ve farklı medya türlerini tek bir yerde birleştirerek bağlantılarını geliştirir (Sobaci, 2016: 5)

Sosyal medyayla ilgili teknolojiler ilk olarak özel sektör tarafından keşfedilmiş olsa da sosyal medya, açık ve şeffaf yönetimin ön koşulu olarak vatandaşları bilgilendiren, kamu hizmetleri sunan ve paydaşlarla iletişim kuran siyasi aktörlerin ve idari kurumların da dikkatini çekmiştir. Sosyal medya, interaktif yapısı ile web 2.0’dan farklı olarak, kamu kurumlarına bilginin hızla yayılması, kamu yönetiminde şeffaflık, kamuoyundaki imajını iyileştirmek için kendini tanıtmaya, vatandaşlarla kamu hizmetlerini tasarlama ve sunma yöntemleri için yeni kanallar sunmakta ve paydaşlarını karar alma sürecine dâhil etmektedir (Sobaci, 2016: 4).

Gerçek kişi kullanımlarından ziyade kurumsal kullanımlar twitter’da belirli kategorilere ayrılacak şekilde geleneksel iletişim kanallarındaki amaçlarını sürdürmektedirler. Birer mal/hizmet alıcısı olarak takipçilerine ulaşan kurumsal yapıların kullanım kategorileri

şöyledir (Vandijck, 2011: 337; Tarhan, 2012: 85; Şahin, Söylemez ve Taşpınar, 2015: 197-198):

✓ Konuşma ve diyalog (telefonda gerçekleşen kısa bir konuşmaya benzemekle birlikte yazılıdır ve tek bir kişiyle sınırlı olmayan bir bilgisayar ya da web arayüzüne de ihtiyaç duymayan bir sohbetir).

✓ İşbirliği ve değişim (e-posta veya kısa mesajlara (SMS) benzese de doğrudan belirli kullanıcılara yöneliktir).

✓ Kendini ifade etme ve kendi kendine iletişim (blog yazmaya benzer, ancak twitlerin uzunluğu sınırlıdır).

✓ Durum güncelleme ve kontrol (Basit Bilgilendirme Servisine (SNS) benzerlik göstermekle birlikte güncellenin ulaştığı kitle kişinin telefon belleğinde kayıtlı adreslerle sınırlı değildir).

✓ Bilgi ve haber paylaşımı (Web siteleri gibidir. Diğer yandan güncelleme uyarıları telefon veya cep bilgisayarları (PDA) gibi mobil cihazlar aracılığıyla gönderilebilir).

✓ Pazarlama ve reklamcılık (Spam (e-)postalara benzese de konum, belirtilen ilgi alanları ve/veya bağlantılar bakımından hedefe yöneliktir).

3. Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya, öncelikle konuşma ve etkileşim yoluyla açık bilgi alışverişini sağlayan araçlar olması nedeniyle yerel yönetimler için önemli bir teknoloji kaynağıdır. İletişim yetenekleri ve çağdaş yaygınlığı göz önüne alındığında, sosyal medya artık yerel yönetimlerin yalnızca örgütsel mesajları iletmek için kullanabileceği isteğe bağlı bir kanal değildir. Kullanıcı tarafından oluşturulan medya olarak sosyal medya, yerel yönetimlere halkla ilişkiler uygulayıcılarına gerçek zamanlı olarak bilgi verme ve ilgili halklardan girdi ve fikir alma yeteneği vermektedir (Graham vd., 2015: 386-387).

Sosyal medya teknolojileri şeffaflığı ve vatandaşlarla etkileşimi artırarak yönetişimi dönüştürme yeteneklerinde büyük umutlar sunmaktadır (Sobaci, 2016: 4) Konuyla ilgili olarak şeffaflık ve yeni hesap verebilirlik biçimleri, iyi yönetişimin temel unsurları olarak vurgulanmaktadır. İnternetin kamu sektörü kuruluşlarının etkileşimini, şeffaflığını ve açıklığını artırmaya ve vatandaşların yerel yönetimlere olan güvenini artırmak için pozitif değerler olarak kabul edilen yeni hesap verebilirlik biçimlerini teşvik etmeye yönelik potansiyel katkısı göz ardı edilmemelidir (Bonsón vd., 2012: 123).

Sosyal medya, yerel yönetimlerin önemli hükümet bilgilerini iletmesine, hükümet hizmetlerini genişletmesine ve vatandaşlarla hükümet operasyonları hakkında geri bildirim ve fikir toplamasına olanak tanımaktadır. Sosyal medyanın açık, diyalojik doğası, hükümetlerin tarihsel olarak deneyimlediği ve oluşturulan tarama ile iletişimin daha sık, açık ve hedefli olduğu vatandaş iletişimindeki birçok engeli ortadan kaldırmaktadır. Bu faydalar, hükümetlerin kriz zamanlarında vatandaşlarla iletişim kurmaları için özel potansiyel ve fırsatlar sunmaktadır (Graham vd., 2015: 386).

Bilgiye erişim büyük ölçüde temel bir demokratik ilke olarak, açık hükümetler için istikrarlı bir temel ve erişilebilirlik, şeffaflık, kamu denetimi, katılım ve hesap verebilirlik için bir ön koşul olarak anlaşılmaktadır. Pek çok yazar, sosyal medyanın hükümetin şeffaflığına katkıda bulunmanın ve kamu kurumlarına güveni artırmanın yanı sıra yolsuzluğu azaltmak ve kamu görevlilerinin hesap verebilirliğini teşvik etmek için araç olarak hizmet etmenin vatandaşlarla etkileşimi iyileştirmenin alternatif bir yolu olduğunu vurgulamaktadır. Wukich ve Mergel (2016) tarafından yapılan bir araştırma, devlet kurumları tarafından sosyal medya kullanımının öncelikle bilgilendirici ve eğitici hedeflere odaklandığını ve içerik yaymanın öncelikle diğer kurumsal kaynaklara dayandığını göstermektedir (Lameiras, Silva, ve Tavares, 2018: 258).

Literatür, yerel yönetimlerin sosyal medyayı işe alma faaliyetleri (Dorris, 2008) vatandaşlara ve diğer kamuoyuna ulaşmak, kamuya bilgi yaymak ve devlet kurumları arasında bilgi paylaşmak (Chang & Kanan, 2008; Dorris, 2008); toplum katılımını artırmak ve teşvik etmek (Dorris, 2008) ve şeffaflığın sağlanması (Bertot & Jarger, 2010) gibi birçok farklı amaç için benimsediğini ortaya koymaktadır (Graham vd., 2015: 387).

Tablo 1: Sosyal Medya ve Belediyeler Tarafından Kullanımı

Platform	Özellikleri	Faydaları
Bloglar	Yeni girişlerin eski girişlerin üzerinde görüldüğü ve kullanıcıların yazılarının etkisini kontrol etmesine izin veren günlük. Çoğu blog etkileşimlidir ve ziyaretçilerin farklı girişler hakkında yorum bırakmasına olanak tanır.	Yerel yönetimler, blogları kullanarak vatandaşlar, ziyaretçiler, çalışanlar ve sosyal ve çevresel faaliyetlerinden yararlananlar dâhil olmak üzere farklı paydaşlarından değerli görüşler toplayabilir. Bloglar ayrıca sosyal sorunları önceden tespit etmek ve yeni hizmetler ve girişimler için fikir edinmek için değerli bir araç olabilir.
Wiki'ler	Kullanıcıların genel veya belirli bir konu	Wikiler bilgiye adanmıştır ve nüfusun işbirliği ile

	hakkındaki bilgileri paylaşmasına ve sınıflandırmasına ve içeriği gerçek zamanlı olarak düzenlemesine olanak tanıyan ağ.	şehrin mirasını yaymak gibi çeşitli amaçlar için kullanılabilirler. Yerel yönetim, wiki'yi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri veya diğer ilgili projeler hakkında bir diyalog başlatmak için yararlı bulabilir. Belirli koşullar altında, wikiler ayrıca çalışanları ile ilişkileri geliştirmek için de yararlı olarak kabul edilmiştir (Trkman & Trkman, 2009).
Sosyal ağlar	Kullanıcıların belirli sayıda arkadaşıyla iletişim kurmasına, kendi çevrimiçi topluluklarını yönetmesine ve dosya, fotoğraf, metin ve haber paylaşmasına olanak tanıyan ve sağlanan farklı içerik ve dosyalara izin veren platformlar.	Bu platformlar, tüm bu bilgilerin dağıtımı ve analizi için aynı sitede topluluğu, görüşlerini, içeriğini ve en gelişmiş araçları içeren yeni nesil resmî web sitesi olarak kabul edilebilir.

Kaynak: Bonsón vd., 2012: 125.

Yukarıda belirtilen teknolojiler hemen hemen her sosyal medyanın düzenli işleyişinde mevcuttur. Bazı durumlarda, bu teknolojiler web içeriğinin sosyal medya platformlarına yakalanmasına izin verir, ancak diğer araçlar kullanıcılara yeni hizmetler ve etkileşimli olanaklar sunmaktadırlar (Bonsón vd., 2012: 125):

Sosyal medyayı sosyal ağ siteleri, “içerik oluşturma ve paylaşım siteleri”, “kullanıcı değerlendirme siteleri” ve “bloglar” olmak üzere dört sınıfa ayırmıştır (Baruah, 2012: 4):

Sosyal Ağ Siteleri: Bir sosyal ağ sitesi, ortak ilgi alanları veya etkinlikler gibi insanlar arasında sosyal ağlar veya sosyal ilişkiler oluşturmak için web tabanlı bir platform sağlamaktadır. İnternet, e-posta ve hatta cep telefonları üzerinden etkileşim kurmak için bir araçtır. Şu anda sosyal ağ sunan en popüler web siteleri MySpace (2003'te başladı), LinkedIn (2003'te başladı), Facebook (2004'te başladı) ve Twitter'dır (2006'da başladı). Bir sosyal ağ sitesi, bir kullanıcının çevrimiçi olarak profiller veya kişisel ana sayfalar oluşturmaya ve bir sosyal ağ oluşturmaya izin vermektedir. Bu şekilde oluşturulan profil sayfası, kullanıcının kişiselleştirilmiş web sayfası gibidir ve kullanıcının cinsiyet, din, yönelim, ilgi alanları, doğum yeri, şu anki konumu, medeni durumu, beğendiği kitaplar vb. profil bilgilerini içermektedir. Sayfa, kullanıcının istediği gibi özelleştirilebilir ve sayfalarına video klipler, müzik dosyaları veya fotoğraflar eklenebilir. Sayfada ayrıca kullanıcının ağını oluşturan arkadaşların bir listesi de bulunur. Tipik olarak, bu arkadaşlar gerçek

arkadaşlar, tanıdıklar ve hatta bir arkadaşlık isteği göndermiş olabilecek yabancılarıdır ve kullanıcı bunları listesine dâhil etmiştir.

Bloglar: Bir blog (weblog kelimesinden türetilmiştir), bir bireyin, grubun veya şirketin faaliyetlerin, düşüncelerin veya inançların bir kaydını sunduğu çevrimiçi bir dergidir. Wordpress.com, Blogspot.com ve blogger.com gibi kullanıcıların herhangi bir ücret ödemedi blog oluşturmaya izin veren birçok web sitesi vardır. Bu web sitelerinde herkes bir blog oluşturabilir ve bu bloglara, web adresini veya URL'yi yazarak herkes tarafından erişilebilir. Blogların diğer bir popüler alt kategorisi mikroblogdur. Bir mikroblog sitesi, bir mesajda yayınlanabilecek kelime sayısını sınırlaması dışında herhangi bir blog gibidir. Twitter.com bir mikroblog örneğidir.

İçerik Oluşturma ve Paylaşım Siteleri: bu siteler çeşitli konular için bilgi kaynağı olarak hizmet vermektedir. Flickr.com, picasaweb.google.com gibi fotoğraf paylaşım siteleri, youtube.com gibi video paylaşım siteleri, slideshare.com gibi slayt paylaşım siteleri, docstoc.com gibi belge paylaşım sitelerinin tümü bu kategoriye girmektedir. Bu siteler tüm internet kullanıcıları için ücretsiz içerik olarak hizmet vermektedir. Kullanıcılar herhangi bir ücret ödemedi bu sitelerde bulunan içeriği arayabilir, indirebilir ve kullanabilir. İçerik ayrıca kullanıcılar tarafından oluşturulur. Bu tür kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, kitle kaynak olarak da bilinir. Video ve powerpoint sunumu, youtube ve slideshare'e paylaşılabilir ve yüklenebilir. Bu, eğitim kaynaklarına erişemeyen çoğu insan için büyük bir avantajdır.

Kullanıcı Değerlendirme Siteleri: Kullanıcı değerlendirme siteleri, çeşitli ürün ve hizmetlerin değerlendirilmesi için bir platform görevi görür. Tüketicilerin görüşlerini herhangi bir ortamda ifade etmeleri mümkün olsa da kullanıcı değerlendirme siteleri çoğunlukla bu tür incelemelerle ilgilenir. Wwww.mouthshut.com, www.pagalgu.com gibi siteler bu tür web sitelerinin başlıca örnekleridir. Bu web siteleri, tüketicinin satın almayı düşündükleri ürünler veya hizmetler hakkında bilgi toplamak için karar alma modelinin başlangıç noktası olarak hizmet eder. Bu nedenle, bu siteler tüketiciler için önemli bir ağızdan ağıza ve satın alma sonrası geri bildirimlerini ifade etme kaynağı olarak hizmet eder.

4. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışma, Edremit Belediyesi'nin @edremitbldvan kullanıcı adlı resmi twitter adresinden yaptığı paylaşımları sınıflandırmak ve temalarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Örneklem olarak Edremit Belediyesi'nin twitter adresinin seçilmesinde, hesabın aktif olarak kullanılması ve düzenli olarak twit atılıyor olması belirleyici olmuştur.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, araştırmacının bir kitap, makale, film gibi iletişim kaynağındaki içerikleri (mesajları, anlamları vb.) açığa çıkarmasına olanak sağlayan bir araştırma yöntemidir (Neuman, 2014: 466). Bu yöntemin temelinde birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamak yer alır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227).

Araştırma verilerinin toplanabilmesi için @edremitbldvan twitter hesabının aktif olarak kullanılmaya başlandığı 3 Temmuz 2019 ile 25 Ocak 2021 tarihleri arasındaki paylaşımlar incelenmiştir. İlgili tarihler arasında paylaşılmış olan 1730 twitten mükerrer paylaşımlar çıkarıldıktan sonra geriye kalan 1654 twit değerlendirilmiştir.

5. Van Edremit Belediyesi Twitter Sayfası İçerik Analizine İlişkin Bulgular

Van Edremit Belediyesi resmi hesabındaki twitler, MAXQDA nitel analiz programı içeriklerine göre konulara ayrılmıştır. İlgili twitlerin konularına göre dağılımından başlamak üzere bulgular aşağıda verilmiştir.

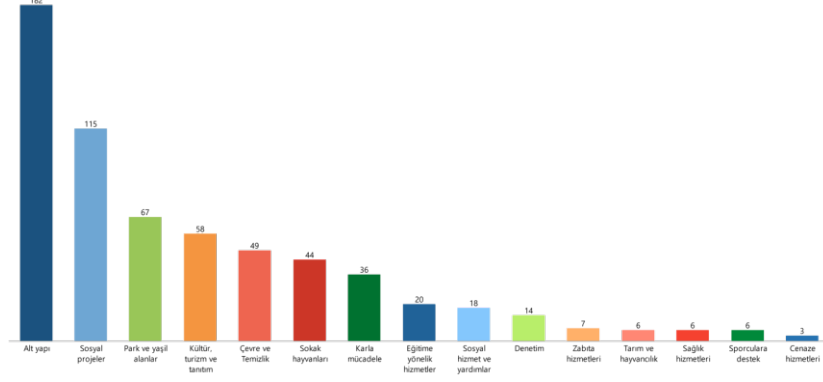
Tablo 2: Edremit Belediyesi'nin Paylaşımlarının Konulara Göre Dağılımı

Konular	%	n
Belediye hizmetleri	631	38,14
Duyurular	492	29,74
Covid19 hizmetleri	272	16,44
Ziyaretler	177	10,70
Yönetişim	69	4,17
Kurum içi konular	13	0,78
TOPLAM	1654	100

Edremit Belediyesi'nin aktif olarak kullandığı @edremitbldvan twitter adresinden yapılmış olan 1654 paylaşım konularına göre dağıtıldığında, çeşitli belediye hizmetlerinin paylaşıldığı görülmüştür. Atılan twitler arasında ikinci sırada belediyenin çeşitli konularda takipçilere duyuruları yer almaktadır. Üçüncü sırada Covid19 tedbirleri kapsamında hizmet ve denetimlere ilişkin paylaşımlar yer almaktadır. Dördüncü sırada şahıs ve kurumların karşılıklı ziyaretlerine ilişkin paylaşımlar yapılmıştır. Beşinci sırada vatandaşla karşılıklı etkileşim yaşandığı, vatandaşın istek, talep, şikâyet, soru ve cevapların yer aldığı

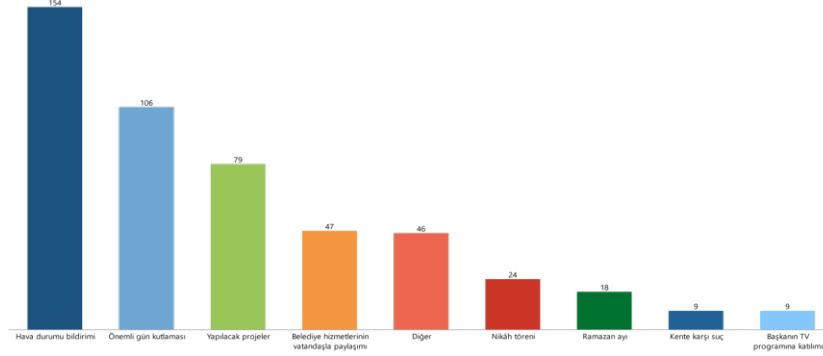
twitler yer almaktadır. Altıncı sırada ise, kurumsal konular ve belediye personeline yönelik paylaşımlar yer almıştır.

Şekil 1: Belediye Hizmetleri



Şekil 1’de Edremit Belediyesi’nin, belediye hizmetleri konulu 631 paylaşımın 182’si altyapı çalışmalarına yönelikken; 115’i sosyal projeler; 67’si park, bahçe, yeşil alan ve ağaçlandırma; 58’i kültür, turizm ve tanıtım; 49’u çevre ve temizlik; 44’ü sokak hayvanlarının beslenme ve barınması; 36’sı karla mücadele çalışmaları; 20’si eğitim; 18’i sosyal hizmet ve yardım; 14’ü belediye başkanın hizmet alanlarını denetimi; 7’si zabita denetimi; 6’sı tarım ve hayvancılık; 6’sı sağlık; 6’sı spor ve sporcularla ilgili; 3’ü cenaze hizmetleri içerikli olduğu görülmektedir.

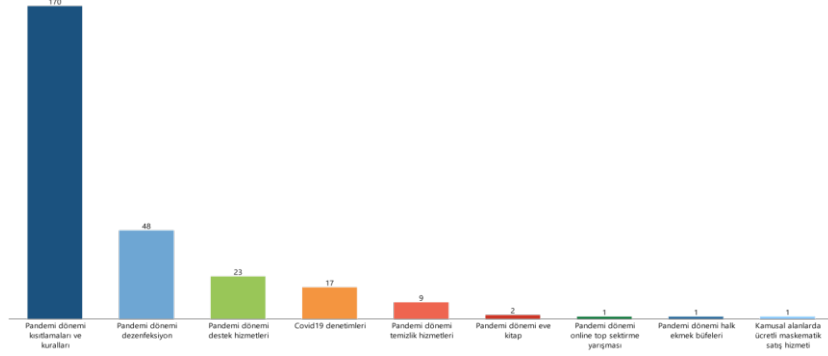
Şekil 2: Duyurular



Şekil 2’de Edremit Belediyesi’nin, duyurular konulu 492 paylaşımın, 154’ü ilçedeki hava durumunun bildirim içeriği iken; 106’sı önemli günlerin kutlanması; 79’u gelecekte yapılacak projeler; 47’si devam eden hizmetlerin vatandaşla duyurulması; 24’ü nikâh törenleri; 18’i Ramazan ayına yönelik; 9’u kamusal mallara zarar veren,

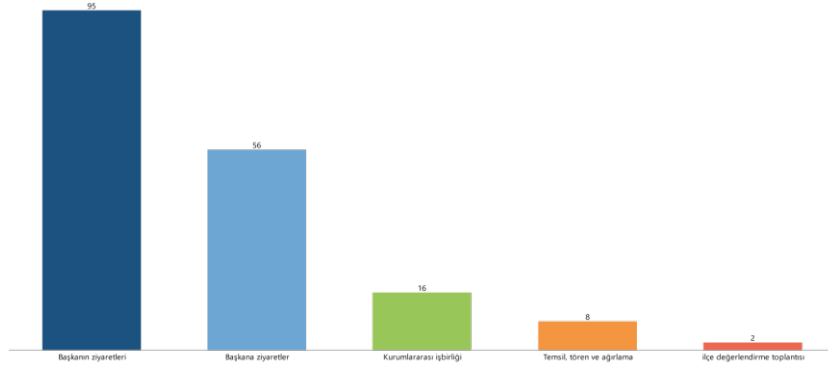
kente karşı suç işleyen kişilerin ifşa edilmesi; 9'u belediye başkanın ulusal medyada katıldığı programları içerikli olduğu görülmektedir.

Şekil 3: Covid-19 Hizmetleri



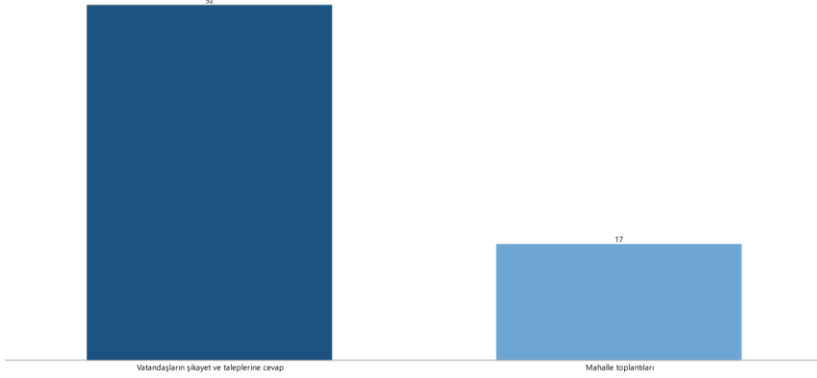
Edremit Belediyesi'nin Covid19 virüsü nedeniyle yaşanan pandemi süresi boyunca hükümet tarafından alınan tedbir ve kısıtlamalara yönelik 272 paylaşımda bulunduğu Şekil 3'te görülmektedir. Paylaşımların 170'i kısıtlama ve kuralların hatırlatılmasına yönelikken; 48'i dezenfeksiyon; 23'ü destek hizmetleri; 17'si kısıtlamalara yönelik denetimler iken diğerlerinde pandemiye yönelik maske satışı, ekmek büfesi, eve kitap gönderimi ve top sektirme yarışması gibi projelerin yer aldığı görülmektedir.

Şekil 4: Ziyaretler



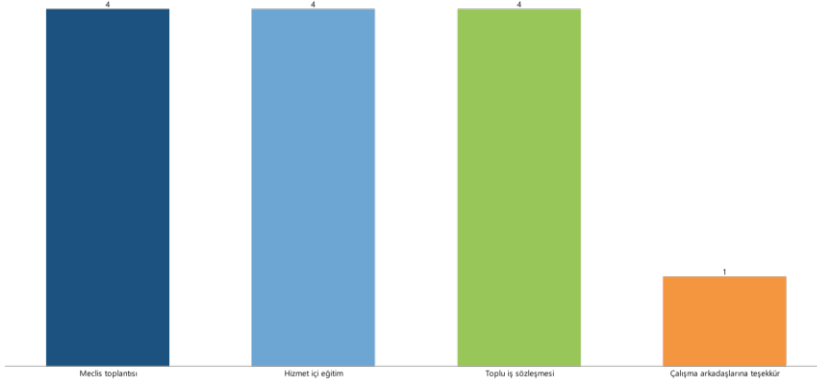
Şekil 4'te Edremit Belediyesi'nin ziyaretler konulu 177 paylaşımının 95'i belediye başkanın yaptığı ziyaretlere yönelikken; 56'sı belediye başkanına yapılan ziyaretleri; 16'sı kurumlar arası işbirliğine yönelik ziyaretleri; 8'i temsil, tören ve ağırlama; 2'si de ilçe değerlendirme toplantıları için yapılan ziyaretleri konu aldığı görülmektedir.

Şekil 5: Yönetişim



Şekil 5'te Edremit Belediyesi'nin, yönetim konulu 69 paylaşımın 52'sinin kentle ilgili konularda vatandaşların twitter üzerinden şikâyet, talep veya soru sormak amacıyla attığı twitlere verilen yanıtlardan oluştuğu; 17'sinin ise belediye başkanının mahalle sakinleriyle bulunduğu, mahallenin sorunlarını dinlendiği halk toplantılarından oluştuğu görülmektedir.

Şekil 6: Kurum İçi Konular



Edremit Belediyesi'nin, kurum içi konuların paylaşıldığı 13 twitin, 4'ü meclis toplantısı; 4'ü hizmet içi eğitim; 4'ü toplu iş sözleşmesi; 1'i de personele teşekkür mahiyetinde olduğu şekill 6'da görülmektedir.

Sonuç

Belediyeler seçikle işbaşına gelen yöneticilerin idaresinde mekân bakımından aynı ortamı paylaştığı paydaşlara ve vatandaşlara hizmet veren kuruluşlardır. Bu bakımdan belediyelerin bahsedilen paydaşlar ve vatandaşlarla ilişkisini aktif ve etkin bir iletişim kanalı

üzerinden geliştirmesi gerekmektedir. Sosyal medya bu yöndeki ihtiyacı karşılayabilecek bir araç olarak öne çıkmaktadır. Nitekim günümüz medya sistemlerinin operasyonel ve kurumsal güç dengesini sarsan sosyal medya, tüm dünyada milyonlarca insanın günlük yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. Belediyeler de bu gelişmelerin dışında kalamamaktadır. Dolayısıyla belediyelerin bu alandaki etkinlikleri incelenmeye değer bir konudur.

Bu amaçla Edremit Belediyesi'nin @edremitbldvan kullanıcı adlı resmi twitter adresinden yaptığı paylaşımları sınıflandırmak ve temalarını belirlemek amacıyla twitter hesabının aktif olarak kullanılmaya başlandığı 3 Temmuz 2019 ile 25 Ocak 2021 tarihleri arasındaki paylaşımlar incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizinin kullanıldığı bu çalışmada, ilgili tarihler arasında paylaşılmış olan 1730 twitten mükerrer paylaşımlar çıkarıldıktan sonra geriye kalan 1654 twit değerlendirilmiştir. Twitler, MAXQDA nitel analiz programı içeriklerine göre konulara ayrılmıştır.

Paylaşım konularına göre dağıtıldığında twitlerin çeşitli belediye hizmetleri, belediyenin çeşitli konularda takipçilere duyuruları, Covid19 tedbirleri, şahıs ve kurumların karşılıklı ziyaretleri, vatandaşla karşılıklı etkileşimler ve kurumsal konuları içerdiği görülmüştür. Bahsedilen twitlerin genel dağılım haritası aşağıdaki gibidir:

Şekil 7: Twit Dağılım Haritası



Verilen Twit dağılım haritasından da görüldüğü üzere pandemi kısıtlamaları, hava durumu bildirimleri ve ziyaretler ön plandadır. Yönetişim uygulamalarının da mümkün olduğu ölçüde kullanıldığı görülen sayfada, daha çok tek yönlü iletişim gerçekleşmiş olduğu görülmektedir.

Sosyal medyanın salt duyuru aracı olarak kullanılmasının ötesinde, vatandaşla karşılıklı etkileşimin de olduğu, iki yönlü iletişimin olduğu bir kanal olarak kullanılmasının daha etkin ve amaçsal olacağı düşünülmektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımların genellikle aynı türde olması, hesabı takip eden takipçilerin belli bir süre sonra içeriği önemsiz kabul etmesine ve paylaşımlara karşı zamanla ilgisiz hale gelmesine sebep olabileceği düşünülmektedir. Çok sayıda paylaşım yapılması, sosyal medyanın etkin kullanıldığı anlamına gelmeyecektir. Bunun için Edremit Belediyesi'nin sosyal medya yönetimi yaparak, twit içeriklerine yönelik stratejiler geliştirmesi bu çalışmanın önerilerinden birisidir.

Ayrıca sosyal medya yapılan paylaşımların, hizmetler henüz düşünce ya da proje aşamasındayken, takipçilerin düşüncelerinin öğrenilmesi ve bu doğrultuda yapılacak projelerin iptali, geliştirilmesi ya da değiştirilmesine yönelik kararların alınması hem katılım kültürünün gelişmesine katkı sağlayabileceği hem de hizmetlerden duyulan memnuniyetin artmasına etki edebileceği düşünülmektedir. Bunun için sadece yapılmış hizmetler değil yapılacak olanların da sosyal medya platformlarında paylaşımının yapılması tavsiye edilmektedir.

Nihayetinde belediyelerin kurumsal sosyal medya hesaplarını stratejik ve etkin olarak kullanılması, bu platformlar aracılığıyla halkın yapılan ya da yapılacak olan hizmetler hakkında bilgilendirilmesi, yine onların düşüncelerinin alınması, kısaca iki yönlü iletişimin kurulması ile birlikte halkla olan etkileşimin artacağı ve vatandaş odaklı bir yönetim anlayışının kurulacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- 5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu, Kabul Tarihi: 26.05.2006, Yayımlandığı Resmi Gazete 11.06.2005 tarih ve 25842 sayılı R.G.
- Adıgüzel, Ş. (2018). Avrupa Konseyi Yerel Yönetimler Özerklik Şartı Çerçevesinde Büyükşehir-Bütünşehir Düzenlemeleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 27 (4), 1-28.
- Alptürker, H. ve Göküş, M. (2019). Farklılıkların Yönetiminin Belediye Hizmet Memnuniyetine Etkisi: Mersin Büyükşehir

- Belediyesi Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 28 (4), 1-22.
- Aydemir Uslu, İ. ve Yılmaz, H. H. (2018). Yerel Yönetimlerde Katılımcılık: Kent Konseylerinin Rolü ve Bir Yapılandırma Önerisi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 27 (1), 113-145.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as A Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2 (5), 1-10.
- Başaran Uysal, A. (2016). Sosyal Şehir Programı ve Yerel Katılım: Berlin Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 25 (4), 27-47.
- Beetham, D. (1996). Theorising Democracy and Local Government, Desmond King ve Gerry Stoker (Ed.) *Rethinking Local Democracy* içinde (s. 28-49). Londra: Macmillan Press Ltd.
- Bertot, J. C. ve Jarger, P. (2010). Designing, Implementing, And Evaluating User-Centered And Citizen-Centered E-Government. *International Journal of Electronic Government Research*, 6 (2), 1-17.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. ve Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government information quarterly*, 29 (2), 123-132.
- Carr, C. T. ve Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23 (1), 46-65.
- Chang, A. M. ve Kanan, P. K. (2008). *Leveraging Web 2.0 in Government*.
<http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/LeveragingWeb.pdf>.
- Cumhur, Y. (2017). Türkiye'deki İl Belediyelerinin Etkinliklerinin 2009 Yerel Seçimleri Özelinde Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 26 (4), 1-41.
- Dorris, M. (2008). Service Transformation in Government. *The Public Manager*, 36(4), 25-28.
- Ellison, N. ve Hardey, M. (2014). Social Media and Local Government: Citizenship, Consumption and Democracy. *Local Government Studies*, 40 (1), 21-40.
- Eryılmaz, B. (2014). *Kamu Yönetimi: Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media- A Critical Introduction*. London: SAGE Publications Ltd.

- Graham, M. W., Avery, E. J. ve Park, S. (2015). The Role of Social Media in Local Government Crisis Communications. *Public Relations Review*, 41(3), 386-394.
- Güler, B. A. (2005). *Devlette Reform Yazıları: Dünya'da ve Türkiye'de Ekonomik Liberalizasyondan Siyasi-İdari Liberalizasyona*, Ankara: Paragraf Yayınevi.
- Güler, B. A. (2011). *Türkiye'nin Yönetimi: Yapı* (4. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi.
- Kabacan, D. (2020). 2020 Sosyal Medya İstatistikleri. <https://www.socialbusinessstr.com/2020/11/13/2020-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Kalkınma Bakanlığı (2014). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Yerel Yönetimler İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı (Yayın No: KB: 2688).
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Karakılçık, Y. ve Küçük, Ü. (2019). Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı Çerçevesinde Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlıklarının Değerlendirilmesi. *Marmara Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 27 (1), 81-96.
- Koyuncu, B. ve Coşkun, B. (2003). Yerel Yönetimler ve Yerel Özerklik: Modeller ve Uygulamalar. Asım Balcı, Ahmet Nohutçu, Namık Kemal Öztürk ve Bayram Coşkun (Ed.) *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar* içinde (s. 281-302). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Köklü, T. E., Cansever, N. ve Kiriş, H. M. (2017). Yerel Siyaset Alanı ve Araştırmaları: Isparta'dan Bir Bakış. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 26 (2), 49-73.
- Lameiras, M., Silva, T. ve Tavares, A. (2018). An Empirical Analysis of Social Media Usage by Local Governments in Portugal. *Proceedings of the 11th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance - ICEGOV '18*. doi:10.1145/3209415.3209503.
- Lewis, B. K. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students. *Public Relations Journal*, 4(3), 1-23.
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri-Nitel ve Nicel Yaklaşımlar 2. Cilt*. Ankara: Yayınodası Toplum Bilim Dizisi.
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for The Next Generation of Software*.

<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

- Osterrieder, A. (2013). The Value and Use of Social Media as Communication Tool in The Plant Sciences. *Plant Methods*, 9(1), 1-6.
- Övgün, B. ve Taşcier, A. M. (2019). Devletin Sınırlandırılmasına Yerelleşme Üzerinden Bakmak. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 28 (3), 21-42.
- Özkaral M. ve Çalışkan, İ. (2020). İl Özel İdarelerinde Sosyal Hizmet: Karabük İl Özel İdaresi Üzerine Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5 (6), 56-70.
- Özkaral M., Afşar, Ş. ve Yıldız, Y. (2018). Türkiye'nin Devlet Örgütlenmesi Bağlamında Köy İdareleri İşlevsel Mi?: Covid-19 Pandemi Sürecine İlişkin Bir Araştırma. *Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 1 (1), 34-52.
- Özkaral, M. ve Yaşar, B. (2019). Büyükşehir Belediyeleri ve Sosyal Hizmet: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (3), 1931-1948.
- Parlak, B. ve Sobacı, Z. (2010). *Kuram ve Uygulamada Kamu Yönetimi: Ulusal ve Küresel Perspektifler*. Bursa: Alfa Akademi Yayıncılık.
- Reyhan, C. (2007). *Osmanlı'da İki Tarz-ı İdare: Merkeziyetçilik – Adem-i Merkeziyetçilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L. ve Chan, S. (2008). Participatory Communication with Social Media. *Curator: The Museum Journal*, 51, 21–31. doi:10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x
- Seçkiner Bingöl, E. ve Ömürgönülşen, U. (2018). Sosyal Belediyecilik Bağlamında Türkiye'de Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Hizmet ve Sosyal Yardım Faaliyetleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 27 (3), 1-26.
- Sobacı, M. Z. (2016). *Social Media and Local Governments: Theory and Practice (Vol. 15)*. Springer.
- Stoker, G. (1996). Introduction: Nonnative Theories of Local Government and Democracy, Desmond King ve Gerry Stoker (Ed.) *Rethinking Local Democracy* içinde (s. 1-27). Londra: Macmillan Press Ltd.
- Şahin, A., Bayrakçı E., Taşpınar, Y. ve Söylemez, A. (2013), Yerel Yönetimlerin E-Hizmet Sunum Platformu, Belediye Web Siteleri: Büyükşehir Belediye Web Sitelerinin Web Olgunluğu Açısından Değerlendirilmesi. 8. *Kamu Yönetimi Sempozyumu (KAYSEM 8)*, 11-12 Mayıs 2013, Hatay, 59-74.

- Şahin, A., Söylemez, A. ve Taşpınar, Y. (2015), Kent Konseylerinin Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme (Küçükçekmece ve Yenimahalle Belediyeleri). *II. Kent Konseyleri Sempozyumu* Tam Metini içinde (s. 193-205).
- Tarhan, A. (2012) Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35, 79-101.
- Taşpınar, Y., Alptürker, H. ve Şahin, A. (2015), “Merkezileşme ve Yerelleşme Bağlamında Vatandaşların Kamusal Hizmet Tercihleri: Nevşehir İlinde Bir Alan Araştırması”, 9. *Kamu Yönetimi Sempozyumu (KAYSEM 9)* Tam Metini.
- Van Dijck, J. (2011). Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7 (3), 333-348.
- Van Dijck, J. ve Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1 (1), 2-14.
- Wukich, C. ve I. Mergel (2016). Reusing Social Media Information in Government, *Gov. Inf. Q.*, 33(2).
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurduneri, D. (2020). *Dünya Genelinde Aktif Facebook Kullanıcı Sayısı, 2.7 Milyara Ulaştı*. <https://teknosafari.net/dunya-genelinde-aktif-facebook-kullanici-sayisi-2-7-milyara-ulasti/>

Ek Beyan

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

