

BELEDİYELERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI: UNESCO DÜNYA MİRASI TÜRK KENTLERİ ÖRNEĞİ

Begüm AYDIN*

ÖZET

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri birey ve kurumlara iletişim bağlamında yenilikler sunmuştur. Sosyal medya platformları kurum ve birey arasındaki iletişimin sağlıklı düzeyde devam edebilmesi bağlamında önem arz etmektedir. Amaç; UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kent belediyelerinin sosyal medya kullanım şekilleri incelenerek ilgili belediyelerin kurumsal iletişim bağlamında sosyal medyayı nasıl, ne sıklıkla ve hangi amaçla kullandıklarını belirlemektir. Bu doğrultuda UNESCO Dünya Mirası listelerindeki Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya belediyelerinin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube platformlarında bulunan 1 Ocak 2023 – 31 Ekim 2023 tarih aralığındaki paylaşımları içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan kentlerin sosyal medya platformlarını çoğunlukla etkinlik ile hizmetlerin tanıtımı amacıyla kullandıkları, sosyal medya platformlarını tıpkı geleneksel medya araçları gibi tek yönlü bir iletişim aracı gibi kullandıkları ve sosyal medyanın etkileşimci ve katılımcı özelliklerinden faydalanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ilgili belediyelerin sosyal medya kullanım durumları doğrultusunda en aktif kullandıkları platformların Instagram ve Facebook olduğu, en az kullandıkları platformun ise Youtube olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Belediye, Unesco, Kurumsal İletişim

MUNICIPALITIES' USAGE OF SOCIAL MEDIA: SAMPLE OF UNESCO WORLD HERITAGE TURKISH CITIES

ABSTRACT

This study discussed the use of social media in Turkish cities on the UNESCO World Heritage list. The aim of the research is to examine the social media usage patterns of the municipalities of the Turkish cities on the UNESCO World Heritage list and how, how often and for what purpose these cities use social media. In this regard, the posts of Pamukkale, Safranbolu and Göreme municipalities, which are on the Unesco World Heritage permanent list, and Mardin-Midyat, Eskişehir-Odunpazarı and Alanya municipalities, which are on the Unesco World Heritage temporary list, on Facebook, Instagram, Twitter and Youtube platforms within 10 months period were analyzed by content analysis method. As a result, it has been observed that the cities on the UNESCO World Heritage lists mostly use social media platforms for the purpose of promoting events and services. Municipalities use social media platforms as a one-way communication tool, just like traditional media tools, and do not benefit from the interactive and participatory features of social media. In addition, in line with the social media usage status of the relevant municipalities, the most actively used platforms are Instagram and Facebook; The platform they use least is YouTube.

Keywords: Social Media, Municipality, Unesco, Corporate Communication

* Doktora Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, 2238282003@ogrenci.karabuk.edu.tr, 0000-0001-6539-3034

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmeyle birlikte yeni bir devrim olarak nitelendirilen dijital çağ kapsamında bilginin ve bilgi ediniminin önemi oldukça büyüktür. Bilginin bu denli önemli hale gelmesi toplum içinde köklü değişim ve dönüşümlere vesile olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte medya ve iletişim ağları gelişmekte; bireylerin yaşantısı da bu gelişme doğrultusunda şekillenmektedir. Analog verilerin aktarılıp işlenerek elektronik sinyallere dönüştürülmesi dijitalleşme olarak tanımlanır (Ormanlı, 2012, s.32). Dijitalleşmenin bir sonucu olan ve “yeni medya, sosyal medya, dijital dünya” gibi kavramlarla da ifade edilebilen yeni bir medya modelinin oluşması; sosyal medya platformlarının da ortaya çıkmasıyla birlikte pek çok işin artık bu platformlar üzerinden yapılmasına imkan sağlamıştır. Gelişen teknolojilerle birlikte ortaya çıkan bu yeni dünya düzeninde yeni medyanın özellikleri etkileşim, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme şeklinde sıralanır (Rogers, 1986, s.4-5). Bu bağlamda halkla ilişkilerden pazarlama ve tanıtım alanlarına, reklam sektöründen kurumsal ilişkilere kadar pek çok sektör yeni medya platformları içerisinde kendine bir yer edinme çabasına girmiştir. Zira yeni medya; birey ve kurumlara etkileşimlilik, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme gibi imkanlar sunmaktadır. Böylece yeni medyayı halkla ilişkiler aracı olarak gören kurumlar yeni medyanın etkileşimlilik özelliği sayesinde müşterilerinden anında ve hızlı geri bildirim alma imkanına sahip olabilmekte ve bireyleri iletişim süreçlerine katabilmekte, eşzamansızlık özelliği sayesinde müşterilerinin karşısına her an ve her durumda çıkabilmekte ve kitlesizleştirme özelliğiyle de sosyal medya aracılığıyla bireye özel ileti gönderimi de yapabilmektedir.

Marshall McLuhan teknoloji henüz bu kadar gelişmemişken dahi dünyanın teknolojik gelişmelerle değişip dönüşeceğini ve bu bağlamda bir küresel köyün meydana geleceğini ifade ederek günümüz dünyasına ışık tutmuştur. McLuhan’a göre iletişim teknolojileri o denli gelişecektir ki dünya küresel bir köye dönüşerek her an, herkesle ve her yerde iletişim kurmak mümkün hale gelecektir. Günümüz teknolojik imkanlarına bakıldığında McLuhan’ın küresel köy kavramının doğru bir yaklaşıma sahip olduğu anlaşılabilir. Lev Manovich (2001, s.27-45) ise “Yeni Medya’nın Dili” isimli kitabında yeni medyanın özelliklerini “sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi” olarak beş maddede toplar. Ona göre sayısal temsil özelliği bağlamında yeni medya sayısal verilerden oluşmaktadır ve defalarca programlanma şansı vardır. Aynı zamanda modelülülük özelliği kapsamında yeni medyada birçok program aynı anda ve birbirinden bağımsız şekilde çalışabilmektedir. Otomasyon özelliği çerçevesinde yeni medyada kullanıcıya ihtiyaç olmaksızın bazı uygulamalar otomatik biçimde uygulanabilmektedir. Değişkenlik özelliği ile yeni medyada kişiye özel içerikler üretilebilmektedir. Kod çevrimi özelliği bağlamında ise yeni medyada bilgisayar teknolojisi sayesinde bir şey herhangi başka bir şeye çevrilebilmektedir.

Dijitalleşmenin kurumsal iletişim alanına katkısı farklı iletişim içerik ve hizmetlerinin farklı iletişim araçları kullanılarak tüketilebilmesi ve böylece bir taraftan küçük bir grubun kendi içerisinde paylaşım yaparken diğer taraftan grup içindeki her bireyin başka bir paylaşım grubuna da dahil olması ve mesajları geniş kitlelere iletebilmesidir (Geray, 2019, s.14-15). Bu kapsamda sosyal medyanın başta gelenleri Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ve LinkedIn gibi platformlardır. Sosyal medyanın sınırları kaldıran ve yeni bir düzen inşa eden yapısı sayesinde günümüz kurumları sosyal medya platformlarının hemen hemen hepsinde var olma ve varlığını sürdürme gayretindedir. Dolayısıyla belediyelerin sosyal medya kullanımlarının da pek çok bağlamda önem arz ettiği söylenebilir. Hem yerel belediyeler hem de büyükşehir belediyelerinin günümüz yeni medya toplumunda sosyal medya platformlarını aktif şekilde kullandıkları bilinmektedir. Belediyelerin sosyal medya platformlarındaki varlıklarının pek çok çeşitli sebebi olabilir. Yöneten ve yönetilenler arasındaki iletişimin kesintisiz ve sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi gerekir. Günümüz

teknolojilerinde bu kesintisiz ve sağlıklı iletişim sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleştirilir. Belediyelerin kurumları, hizmetleri ve dahi bölgelerindeki olumlu olumsuz gelişmelerle ilgili bölge sakinlerini haberdar edebilmek, olumsuz durumların önüne hızlı ve etkileyici bir Şekilde geçebilmek, olumlu/olumsuz her türlü geri bildirimini sosyal medya aracılığıyla alabilmek ve bunları değerlendirerek sorunlara hızla zm sunabilmek sosyal medyadaki varlıklarını açıklayabilecek sebeplerden yalnızca birkaçıdır. Bu doğrultuda belediyelerin teknolojinin bu denli geliştiği bir çağda sosyal medya yönetimini özenli ve profesyonel bir Şekilde yürütmesi gerekmektedir. Günümüzde pek çok belediyenin kendi bünyesinde kendi personeli olarak görev yapan sosyal medya ekiplerinin mevcut olduğu bilinmektedir.

Araştırmanın asıl ilgi alanı ise UNESCO Dünya Mirası Listesinde bulunan Türk kentlerinin belediyeleridir. Araştırmanın konusu UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kentlerinin sosyal medyayı kullanım Şekilleridir. Araştırma erevesinde UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kentlerinin belediyelerinin sosyal medya kullanım Şekilleri incelenerek ilgili belediyelerin kurumsal iletişim bağlamında yeni medyanın sunduğu etkileşimlilik, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık gibi imkanlardan ne derece faydalandıklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda UNESCO Dünya Mirası kalıcı listesinde bulunan Pamukkale, Safranbolu ve Göreme belediyeleriyle UNESCO Dünya Mirası geçici listesinde yer alan Midyat, Odunpazarı ve Alanya belediyelerinin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube platformlarındaki paylaşımları içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan ilgili belediyelerin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube hesapları incelenerek sosyal medya kullanım durumları ve amaçlarına yönelik bir çıkarım yapılması amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde sosyal medya kapsamında yapılan pek çok akademik çalışma olmakla birlikte yeni medya teknolojilerinin kamu kurum ve kuruluşlarındaki kullanımları teknoloji geliştikçe ve ilerledikçe bir araştırma konusu haline gelmeye başlamıştır. Dolayısıyla konuyla ilgili akademik çalışmalar yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. Çalışma kapsamında ilgili yerli ve yabancı literatür taranarak bu araştırmayla aynı ve benzer amaca yönelik çalışmalar incelenmiştir.

Sayılganoğlu (2018) “Kurumsal İletişim Bağlamında Belediyelerde Kurumsal Twitter Hesabı Kullanımı” isimli çalışmasında Esenyurt, Kkekmece ve Bağcılar Belediyelerinin kurumsal Twitter hesaplarını 01.02.2018 – 28.02.2018 tarihleri arasında içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Araştırmanın genel sonuçlarına göre, kurumsal Twitter hesaplarında sorunları ileten ve bilgi talep eden bir iletişim modelinin benimsenmiş olduğu ve takipçi sayısının düşük olması dolayısıyla sınırlı bir iletişimin söz konusu olduğu belirlenmiştir.

Yaman (2018) “Belediyelerin Sosyal Medyadan Faydalanma Biçimleri: Kütahya İli ve İlçe Belediyeleri İçerik Analizi” isimli çalışmasında belediyelerin sosyal medya kullanımları kapsamında Kütahya il ve ilçe belediyelerinin Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram hesaplarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Araştırmanın kapsamı 01.01.2017 – 31.12.2017 tarih aralığındaki paylaşımlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, belediyelerin genel olarak sosyal medya kullanımlarının zayıf olduğu belirlenmiştir. En yaygın kullanılan platform Facebook iken bu platform genel olarak “etkinlik, konser, davet ve toplantılar” için duyuru amacıyla kullanılmaktadır. Belediyelerin Twitter kullanımları da Facebook kullanımındaki aynı amaç doğrultusunda kullanılmaktadır. Youtube platformuna yüklenen videoların genel olarak etkinlik, konser, davet ve toplantı konularından oluştuğu ve yine kullanım amacının duyuru olduğu grlmştr. Instagram platformunun da yine aynı Şekilde duyuru amaçlı kullanıldığı belirlenmiştir. Bu kapsamda Kütahya il ve ilçe belediyelerinin sosyal medya platformlarını aynı amaç doğrultusunda yararlandıkları ve

sosyal medyanın etkileşim ve katılımcı özelliklerinden faydalanılmadan tek taraflı iletişim aracı olarak kullandıkları tespit edilmiştir.

Demirdöven ve Kaya (2019) “Büyükşehir Belediyelerinde Sosyal Medya Kullanımı: Sorunlar ve Öneriler” isimli çalışmalarında Türkiye’deki 30 büyükşehir belediyesinin sosyal medya kullanımlarını analiz etmiştir. Çalışmada amaç, büyükşehir belediyelerinin web sitelerinde ikonları bulunan sosyal medya platformlarını incelemek, sosyal medya platformlarının hangilerinden yararlandıklarını ve sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarını belirlemektir. Araştırmanın sonuçlarına göre, büyükşehir belediyelerinin sosyal medya kullanımının fayda getireceğinin bilincinde oldukları fakat yine de sosyal medyayı sınırlı kullandıkları görülmüştür. Belediyelerin sosyal medyayı kullanım amaçlarının hizmet sağlama, projelerini duyurma, altyapı hizmetleri gibi çeşitli belediye işleriyle ilgili bilgilendirme olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda belediyelerin sosyal medya kullanımı kapsamında çift yönlü ve katılımcı bir iletişim politikası yerine tek yönlü bir iletişim modelini benimsedikleri görülmüştür. Bu da ilgili araştırmada araştırmanın konusu çerçevesinde büyük bir eksiklik olarak nitelendirilmiştir.

Yavuz ve Duvan (2019) “Belediyelerin Kurumsal İletişiminde Sosyal Medya: Karadeniz Bölgesi Örneği” isimli çalışmalarında Karadeniz Bölgesindeki 32 belediyenin kurumsal iletişim kapsamında sosyal medya kullanımlarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. İlgili analiz Karadeniz bölgesindeki belediyelerin sosyal medya hesaplarındaki 17 Eylül – 16 Ekim 2018 tarihli içerikleri kapsamaktadır. Araştırmanın sonucuna göre, belediyelerin sosyal medya kullanımına yönelik bir ilgi ve yöneliminin olduğu fakat kurumsal iletişim bağlamında sosyal medya platformlarını tıpkı geleneksel iletişim araçları gibi tek taraflı kullandığı, sosyal medya platformlarının yalnızca kurumsal dış iletişim bağlamında kullanıldığı ve kurumsal iç iletişimde kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Kılıç ve Dikmen (2021) Türkiye’deki belediyelerin web sitesi ve sosyal medya kullanımlarını belirlemeyi amaçladıkları “Sayısal Belediyecilik: Türkiye’deki Belediyelerin Yeni Medya Kullanımları” isimli çalışmalarında 81 il ve 919 ilçe belediyesinin web siteleri, Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube hesaplarını incelemiştir. 10-27 Mart 2020 tarihleri aralığındaki veriler web hasatçılığı yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bin belediyeden 932 tanesinin web sitesinin işler olduğu fakat web sayfalarının sosyal medya ile ilişkilendirilmesinde sorunlar bulunduğu belirlenmiştir. Belediyelerin sosyal medya kullanımları kapsamında 944 belediyenin Facebook, 804 belediyenin Twitter, 729 belediyenin Instagram hesabı, 665 belediyenin ise Youtube kanalı olduğu tespit edilmiştir. Bazı belediyelerde yalnızca hesap açıldığı fakat hesabın aktif şekilde kullanılmadığı, paylaşım ve takipçi sayılarının az olduğu görülmüştür. En etkin kullanılan sosyal medya hesaplarının ilçe belediyelerine ait olduğu belirlenmiştir.

Matisaeva ve Maksüdünov (2023) “Kırgızistan’da Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Genel Bir Değerlendirme” isimli çalışmalarında Kırgızistan’daki 32 belediyenin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube platformlarını kullanıp kullanmadıklarına yönelik bir içerik analizi gerçekleştirmiştir. Araştırmanın kapsamı bu hesaplardan 1 Eylül – 30 Kasım 2022 tarihleri arasında yapılan paylaşımlardır. Araştırma sonuçlarına göre Bişkek, Oş ve Calal-Abad gibi büyük şehir belediyelerinin dışındaki belediyeler sosyal medyayı oldukça az kullanmaktadır. Facebook ve Instagram platformunun belediyeler tarafından en çok tercih edilen platformlar olduğu görülmüştür.

Bonsón, Torres, Royo ve Flores (2012) “Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities” başlıklı çalışmalarında yerel yönetimlerin kurumsal şeffaflık ve katılımcı bir yaklaşımı benimseme kapsamında iletişim teknolojilerinden Web 2.0 teknolojilerini ve sosyal medya araçlarını kullanımlarına yönelik genel bir bakış sunmayı amaçlamışlardır.

Araştırmanın sonuçlarına göre çoğu yerel yönetimin Őeffaflıėı artırmak için Web 2.0 teknolojilerini ve sosyal medya araçlarını kullandıkları grlmştr. Fakat genel olarak kurumsal iletişim bağlamında ve katılımcı bir yaklaşım sergilemek adına yerel belediyelerin Web 2.0 teknolojilerini sınırlı kullandıkları tespit edilmiştir.

Svidroňov, Kařakov ve Vrbianov (2018-2019) “Can Social Media be a Tool for Participatory Governance in Slovak Municipalities?” isimli çalışmalarında Slovak bölgesel kasabalarının sosyal medya kullanımlarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma kapsamında seçilmiş belediyelerin sosyal medya araçlarından olan Facebook platformunu kullanım Őekilleri 2018 yılının Őubat ve Mart aylarında Quınty adı verilen bir araç aracılığıyla analiz edilmiştir. Aynı zamanda belediye çalışanlarına yönelik bir anket çalışması da yapılmıştır. Belediyelerin Facebook sayfalarının analiz edilmesi ve yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre belediyeler Facebook platformunu esas olarak vatandaşları bilgilendirmek ve vatandaşlardan bazı kamusal hizmetler için finansman elde edilmesine yönelik belirli etkinliklerde oy vermelerini istemek amacıyla kullanılmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre belediyelerin sosyal medya araçlarından biri olan Facebook platformunu vatandaşların katılımını sağlama bağlamındaki kullanımları olduğa sınırlıdır.

Faber, Budding ve Gradus (2020) “Assessing social media use in Dutch municipalities: Political, institutional, and socio-economic determinants” isimli çalışmalarında Hollanda yerel belediyelerinin sosyal medya araçlarını etkileşim amaçlı ne lde kullandıklarını ve bu kullanımı hangi faktörlerin etkilediğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında Hollanda yerel belediyelerinin Twitter platformunu etkileşim için ne lde kullandıklarını ve bunun siyasi, kurumsal ve sosyo-ekonomik faktörlerle ilişkisini incelemişlerdir. Buna göre siyasi bağlamda parçalanmalar yaşayan belediyelerin Twitter platformunu daha fazla kullandığı tespit edilirken; bunun da siyasi çeşitliliğin daha fazla çevrim içi etkileşim için bir teşvik niteliği taşıdığı düşünülmüştür. Uzun bir süredir Twitter hesabına sahip olan belediyelerin ise Twitter platformunun imkanlarını daha gelişmiş Şekilde kullandıkları görülmüş; bu da daha uzun deneyim doğrultusunda belediyelerin bir platformun güçlü ve zayıf yönlerini daha iyi bildiklerini gösterdiği düşünülmüştür. Aynı zamanda belediyelerde 20-65 yaş grubundaki kişilerin daha fazla olmasının ve yüksek eğitimli kişilerin belediye bünyesinde çalışmasının, belediyelerin sosyal medyayı etkileşim bağlamında daha çok kullandıkları tespit edilmiştir.

Bhatia ve Mabillard (2022) “How do cities use their communication channels? A study of social media adoption in two European federal states” isimli çalışmalarında İşvire ve Avusturya Őehirlerinin halkla iletişim kurmak için tercih ettiği iletişim kanalları araştırılmıştır. Araştırma kapsamında, Őehirlerin kullandığı başlıca iletişim kanallarının neler olduğu belirlenmeye çalışılırken diğer yandan da birden fazla kanal üzerinden iletişim kuran Őehirlerin sosyal medyayı benimseme olasılıklarının daha yüksek olup olmadığı tartışılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre araştırmanın örneklemine oluşturan Őehirlerin sosyal medya platformlarını geleneksel araçlara kıyasla daha az aktif Şekilde kullandıkları tespit edilmiştir. Ancak sosyal medya platformlarını geleneksel araçlara göre daha az kullanan Őehirlerin sosyal medya bağlamındaki varlıklarını zamanla genişletme olanaklarının yüksek olduğu belirtilmiştir.

3. KURUMSAL İLETİŞİM VE SOSYAL MEDYA

İletişim bir bilgi yaratımı ve edinimi bağlamında anlam yaratma süreci olarak tanımlanabilir. İletişim kavramı çok boyutlu bir kavram olmakla birlikte birey iletişimi bağlamında simgeler yoluyla iletilerin, bilgilerin ve enformasyonun hedefe iletilmesi ve hedeften geri bildirim sağlanmasıdır (Aşkun, 1990: 11; Murphy, 1991: 830-831; Luhmann, 1992: 251-252; Zillioğlu, 1993: 2; Mutlu, 1998: 168; Williams, 2018: 88; Fiske, 2019: 71). Kurumsal iletişim ise çok daha kapsamlı bir iletişim

sürecini ifade eder. Kurumsal iletişim kurumun amaç ve hedefleri doğrultusunda, işleyişi doğru ve sağlıklı şekilde yürütebilmek için kurum içi ve kurum dışı bilgi akışı, kurum içindeki motivasyon, değerlendirme, eğitim, karar alma, karar uygulama ve denetimi sağlama gibi belli başlı kuralların olduğu ve sürecin bu kurallar çerçevesinde yürütüldüğü bir iletişim çeşididir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1995: 20). Bu kapsamda kurumsal iletişimde temel amaç; iç ve dış çevreyle uyumlu ve sağlıklı bir biçimde iletişim kurarak görevlerin yerine getirilmesini sağlayarak dış çevreden alınan girdileri çıktılarına dönüştürmek ve kurumun hem iç iletişimini sağlamak hem de dış çevreyle sürekli iletişim halinde olmasına imkan yaratmaktır (Kılıçaslan, 2013: 215).

Teknolojik gelişmeler kapsamında internetin keşfi ve dijitalleşmeyle birlikte yeni medya ortamları ortaya çıkmış ve bireylerin geleneksel medya araçları karşısındaki pasif konumları aktif hale gelmiştir. Yeni medya, sosyal medya ya da dijital medya olarak ifade edilen bu dijital çağ çerçevesinde birey artık sınırsız bir alan içerisinde deneyim yaşamaktadır. Sosyal medya, bireylerin kendi profillerini oluşturabildikleri, diğer kullanıcılarla bu profiller aracılığıyla iletişim kurabildikleri, onların gönderilerini görebildikleri (Boyd ve Ellison, 2008: 211), web 2.0 teknolojisinin temelinde profildeki içerikleri düzenleyip değiştirebildikleri ve yeniden içerik oluşturabildikleri dijital ortamlardır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı ise kullanıcının deneyimi bağlamındadır. Kullanıcılar geleneksel medyada yeni medyaya kıyasla oldukça pasif konumdadırlar. Medyadan gelen iletiler geleneksel medyada bireye iletilir ve bu noktada geri bildirim sınırlıdır. Teknolojinin gelişimi, internetin keşfi ve dijitalleşmeyle birlikte günümüz sosyal medyasında aktif kullanıcı söz konusudur. Buna göre Rogers yeni medyanın temel niteliklerini etkileşim, eşzamansızlık ve kitlesizleştirme olarak belirtir (Yanık, 2016: 902). Etkileşim; yeni medya sayesinde bireyin anında geri bildirim verebilmesini kapsarken eşzamansızlık zaman ve mekan sınırının ortadan kalkmasını ifade eder. Kitlesizleştirme ise kitleden ziyade bireyin kendisine odaklanması durumunu belirtir.

İnternetin keşfiyle birlikte dijitalleşmenin sosyal medyayı hayatın tüm evrelerine dahil etmesi kapsamında bir iletişim alanı olarak kurumsal iletişim de ilgili teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir. Bu doğrultuda kurumlar halkla ilişkiler, pazarlama, müşteri ilişkileri gibi pek çok alan için dijital mecralarda var olabilmeyi çağın gerekliliği olarak görmektedir. Günümüz teknolojisini takip eden ve dijital çağ gereği her yeni güne yeni bir güncellemeyle uyanan yeni nesil tüketiciler/kullanıcılar/müşteriler de kurumları dijitalleşmeye iten en önemli sebeplerden biri olarak görülebilir. Dolayısıyla kurumlar müşterileriyle ya da kullanıcılarıyla sağlıklı bir iletişim kurabilmek bağlamında çağın gerektirdiği şekilde hareket etmek ihtiyacı hissetmektedir. Bunu da yeni medya platformlarında var olarak ve o platformları verimli şekillerde kullanarak yapmaktadırlar. Bu kapsamda kurumlar sosyal medya platformlarında var olarak proje ve hizmetleri hakkında kamuya hızlı şekilde detaylı bilgi verebilmekte, başarılarını duyurabilmekte, basınla ilişkilerin sürekliliğini asgari çabayla devam ettirebilmekte, reklam çalışmalarlarıyla kurum veya marka tanıtımı yapabilmekte ve doğrudan hızlı ve pratik şekilde halkla ilişkiler geliştirebilmektedir (Uzunoğlu, Onat, Aşman Alikılıç, ve Yeygel Çakır, 2009, s.83) Dolayısıyla sosyal medyanın kurumsal iletişim açısından öneminin genel itibarıyla sosyal medyanın bir reklam ortamı, sponsorlu bir içerik ortamı, bir gazetecilik ve halkla ilişkiler ortamı olmasından ve gençler bağlamında videolu önem taşımasından kaynaklandığı söylenebilir (Geray, 2019, s.104)

Çalışmanın konusu itibarıyla kent belediyelerinin de neredeyse tüm sosyal medya platformlarında var olmaları, kurumların dijitalleşen kurumsal iletişimi kapsamında önem arz eder. Belediyeler sosyal medya platformları aracılığıyla verdikleri veya verecekleri hizmetleri, bölge sakinlerinin problemleri ve çözümlerini, etkinlikler, projeler ve bölgeden haberleri sürekli olarak takipçileriyle paylaşmakta ve çağın gerekliliğini yerine getirmeye çalışmaktadırlar.

3.1. BELEDİYELERİN KURUMSAL İLETİŞİM KAPSAMINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI

Belediyeler başarılı sayılabilmeleri bağlamında hizmetleriyle ve hayata geçirdikleri projeleriyle bölge vatandaşlarının memnuniyetini kazanmak ve takdirini toplamak zorundadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen ve gerçekleştirilecek hizmetlerin tanıtımının yapılması bir yana, aynı zamanda vatandaşların istek, ihtiyaç, Őikayet, önerilerinin dikkate alınması ve hatta vatandaşların karar alma süreçlerine katılımlarının sağlanması gerekir (Tarhan, 2012: 80). Bunlar belediyelerin iletişim süreçlerini sağlıklı ve başarılı şekilde yürütebilmeleri bağlamında oldukça önemlidir.

Teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmeyle birlikte yeni medya teknolojilerinin de ortaya çıkması, iletişimi pek çok yönden ve alandan etkilediği bilinen bir gerçektir. Bu doğrultuda dijitalleşen iletişim belediyelerin de iletişim süreçlerini dijitalleştirmiştir. Günümüzde tıpkı her birey, kurum ve kuruluşun sosyal medya mecralarını yoğun ve çok amaçlı şekillerde kullanması gibi belediyeler de hizmetleri, projelerini, misyon ve vizyonlarını aktarabilmek bağlamında dijital mecraları kullanmaktadır. Sosyal medya, yeni medya ve dijital mecra olarak da adlandırılan bu yeni dijital düzen, geleneksel medyanın temsil ettiği tek taraflı iletişim modelinin aksine, etkileşim ve geribildirim olanağına sahip, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın, katılımcılı bir iletişim modelini destekler. Bu doğrultuda çalışmanın konusu itibariyle belediyelerin teknolojinin de gelişmesiyle birlikte hizmetlerini, projelerini, misyon ve vizyonlarını hedef kitlelerine sosyal medya araçları aracılığıyla aktarırken sosyal medyanın çift taraflı iletişim modelini kullanıp kullanmadıkları, bölge vatandaşlarıyla etkileşim sağlayıp sağlayamadıkları, karar alma ve uygulama süreçlerinde katılımcılı bir modeli tercih edip etmedikleri incelenmesi ve analiz edilmesi gereken bir durum niteliği taşımaktadır.

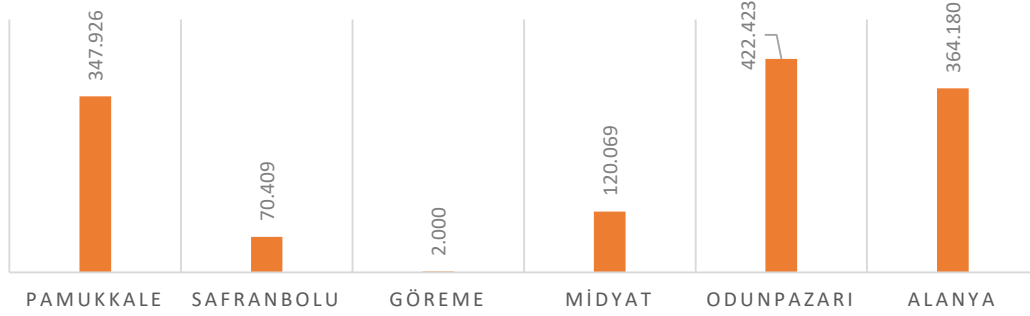
4. YÖNTEM

Araştırmanın konusu UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kent belediyelerinin sosyal medyayı kullanım şekilleridir. Araştırmanın amacı UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kentlerinin belediyelerinin sosyal medya kullanım şekilleri incelenerek ilgili belediyelerin kurumsal iletişim bağlamında yeni medyanın sunduğu etkileşimlilik, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık gibi imkanlardan ne derece faydalandıklarının belirlenmesidir. Bu doğrultuda araştırmadaki esas amaç UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk kentlerinin sosyal medyayı nasıl, ne sıklıkla ve hangi amaçla kullandıklarıdır. Araştırma nicel bir çalışma olup araştırmada kullanılan yöntem içerik analizidir. İçerik analizi yazılı ya da görüntülü materyalin dizgeli bir analizinin yapılarak sayılamayanların nicelleştirilmesi şeklinde tanımlanabilir (Aziz, 2022: 121). Araştırmanın evreni UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya kent belediyeleridir. Araştırmanın örneklemini ise amaçlı örnekleme yöntemi aracılığıyla belirlenmiş olup ilgili belediyelerin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube hesaplarıdır. Araştırmanın kapsamı UNESCO Dünya Miras listelerindeki kentlerin sosyal medya hesaplarından oluşmaktayken ilgili araştırma 1 Ocak 2023- 31 Ekim 2023 tarihleri aralığındaki paylaşımlarla sınırlandırılmıştır.

5. BULGULAR VE ANALİZ

Araştırmanın konusu çerçevesinde UNESCO Dünya Mirası listesinde olan Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya kentlerinin belediyelerinin sosyal medya kullanım durumlarının belirlenebilmesi amacıyla gerçekleştirilen içerik analizinden önce ilgili kentlerin nüfus dağılımları tespit edilmiştir. Zira belediyelerin gerçekleştirdikleri ve sosyal medyada tanıtımını yaptıkları hizmet ve projeleri, etkinlikleri, sosyal yardım ve sorumlulukları gibi durumların belediyelerin nüfus dağılımına göre değişen ödenekleriyle de ilgili olabildiği düşünülmektedir. Bu

kapsamda güncel nüfus dağılımı bağlamında 422.423 nüfusıyla en yüksek nüfusa sahip kentin Odunpazarı olduğu tespit edilmiştir. Alanya'nın nüfusu 364.180 iken Pamukkale'nin nüfusunun 347.926 olduğu belirlenmiştir. Midyat'ın nüfusunun 120.069 olduğu görülmüş ve Safranbolu'nun nüfusunun ise 70.049 olduğu tespit edilmiştir. En düşük nüfusun ise 2000 nüfusa sahip Göreme olduğu belirlenmiştir. UNESCO Dünya Mirası listesindeki Türk Kentlerinin nüfus dağılımları aşağıdaki gibidir;



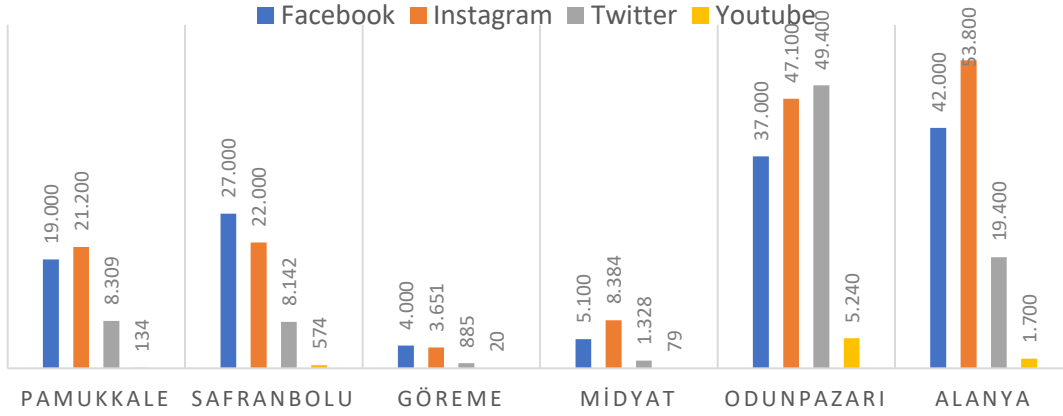
Şekil 1. UNESCO Dünya Mirası Türk Kentleri Nüfus Dağılımı

UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin sosyal medya hesap durumlarına yönelik yapılan analiz kapsamında Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya kent belediyelerinin hepsinin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube hesaplarının bulunduğu tespit edilmiştir. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin sosyal medya hesap durumlarıyla ilgili tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 1. UNESCO Dünya Mirası Türk Kent Belediyeleri Sosyal Medya Hesap Durumları

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Facebook	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Instagram	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Twitter	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Youtube	Var	Var	Var	Var	Var	Var

Araştırmanın konusu itibariyle belirlenen UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan 6 kent belediyesinin sosyal medya hesaplarının abone sayıları tespit edilmiştir. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin sosyal medya hesaplarının abone sayıları kapsamında hazırlanan grafik aşağıdaki gibidir;



Şekil 2. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Abone Sayıları

Bu kapsamda Pamukkale Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 19.000, Instagram hesabının abone sayısının 21.200, Twitter hesabının abone sayısının 8309 ve Youtube hesabının abone sayısının 134 olduğu görülmüştür. Bu kapsamda Pamukkale Belediyesinin sosyal medya kullanıcıları tarafından en çok Instagram hesaplarının takip edildiğini söylemek mümkündür. Safranbolu Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 27.000, Instagram hesabının abone sayısının 22.000, Twitter hesabının abone sayısının 8142 ve Youtube hesabının abone sayısının 574 olduğu belirlenmiştir. Buna göre Safranbolu Belediyesi kapsamında kullanıcıların en çok Facebook hesaplarını takip ettiği anlaşılmaktadır. Göreme Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 4.000, Instagram hesabının abone sayısının 3651, Twitter hesabının abone sayısının 885 ve Youtube hesabının abone sayısının 20 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Göreme Belediyesinin diğer belediyelerin sosyal medya hesaplarının abone sayılarına göre en az abone sayısına sahip olan belediye olduğu belirlenmiştir. Göreme Belediyesi Facebook hesabının kullanıcılar tarafından en çok takip edilen hesap olduğu görülmüştür. Midyat Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 5100, Instagram hesabının abone sayısının 8384, Twitter hesabının abone sayısının 1328 ve Youtube hesabının abone sayısının 79 olduğu tespit edilmiştir. Midyat Belediyesinin de Göreme Belediyesinin ardından en az takipçi sayısına sahip belediye olduğu görülmüştür. Midyat Belediyesi kapsamında en fazla takipçili hesabın ise Instagram hesabı olduğu belirlenmiştir. Odunpazarı Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 37.000, Instagram hesabının abone sayısının 47.100, Twitter hesabının abone sayısının 49.400 ve Youtube hesabının abone sayısının 5.240 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Odunpazarı Belediyesinin ilgili 6 belediye kapsamında en fazla takipçili 2 belediyeden biri olduğu görülmüştür. Odunpazarı Belediyesinin en fazla abone sayısına sahip olduğu hesabı ise Twitter hesabıdır. Son olarak Alanya Belediyesinin Facebook hesabının abone sayısının 42.000, Instagram hesabının abone sayısının 53.800, Twitter hesabının abone sayısının 19.400 ve Youtube hesabının abone sayısının 1700 olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda Alanya Belediyesinin ilgili 6 belediye arasında en fazla abone sayısına sahip iki belediyeden biri olduğu görülmüştür.

5.1. UNESCO DÜNYA MİRASI KENT BELEDİYELERİNİN FACEBOOK HESAPLARI

UNESCO Dünya Mirası listesindeki 6 kent belediyesinin Facebook hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize göre Pamukkale Belediyesi'nin 2015 yılında, Safranbolu Belediyesi'nin 2012 yılında, Göreme Belediyesi'nin 2011 yılında, Midyat Belediyesi'nin 2019 yılında, Odunpazarı Belediyesi'nin 2012 yılında, Alanya Belediyesi'nin 2011 yılında Facebook hesaplarını açtıkları belirlenmiştir. Tüm belediyelerin Facebook hesapları tipinin sayfa olduğu görülmüştür. Belediyelerin Facebook hesaplarının kullanıcılar tarafından 3.0 ila 4.0 arasında puanlandığı tespit

edilmiştir. Belediyelerin Facebook hesaplarının hepsinde kurumsal logo ve resmi site bağlantısı bulunmaktadır. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin Facebook hesaplarının analizi bağlamında oluşturulan tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 2. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook Hesaplarının Analizi

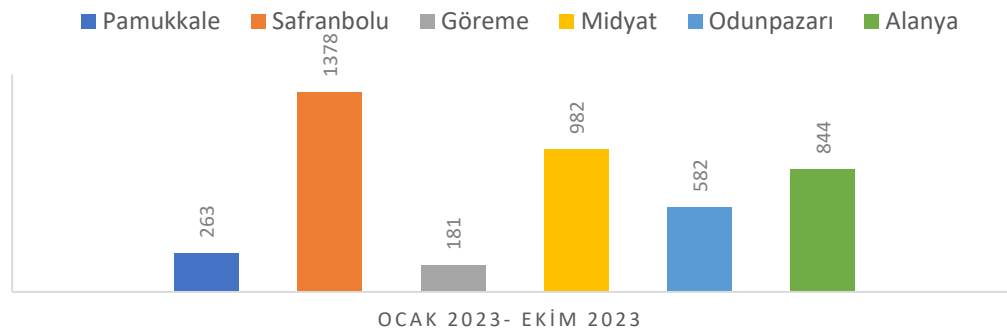
	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Açılış Tarihi	2015	2012	2011	2019	2012	2011
Hesap Tipi	Sayfa	Sayfa	Sayfa	Sayfa	Sayfa	Sayfa
Puan	3.1/5.0	3.0/5.0	4.0/5.0	3.0/5.0	3.7/5.0	3.6/5.0
Kurumsal Logo	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Resmi Site Bağlantısı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Doğrudan İletişim Kanalı Bağlantısı	E posta – Telefon – Web	E posta – Telefon – Web	E posta – Telefon- Web	Telefon – Web	E posta – Telefon- Web	E posta – Telefon- Web- WhatsApp
Hesap Linki	Bpamukkale	safranbolubl	goreme.belediy	midyatbl	odunpazaribelediyes	Alanyabelediyes

Araştırmanın kapsamı doğrultusunda UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook gönderilerinin aylık dağılımı Ocak 2023-Ekim 2023 arasındaki zaman dilimiyle sınırlandırılmıştır. Buna göre Pamukkale Belediyesi en çok Eylül ayında gönderi paylaşımında bulunurken, Safranbolu Belediyesi en çok Ekim ayında, Göreme Belediyesi en çok ağustos ayında, Midyat Belediyesi en çok Nisan ayında, Odunpazarı Belediyesi en çok Ekim ayında, Alanya Belediyesi en çok yine Ekim ayında gönderi paylaşmıştır. Belediyelerin Facebook gönderilerinin aylık dağılımıyla ilgili bilgi veren tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 3. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook Gönderilerinin Aylık Dağılımı

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Ocak 2023	28	129	10	48	60	56
şubat 2023	23	110	22	104	50	64
Mart 2023	20	146	23	102	50	99
Nisan 2023	23	149	31	149	55	109
Mayıs 2023	23	95	16	103	49	85
Haziran 2023	34	166	14	90	57	109
Temmuz 2023	15	95	10	87	52	46
Ağustos 2023	31	123	37	81	46	48
Eylül 2023	40	155	4	110	61	82
Ekim 2023	26	210	14	108	102	146
Toplam	263	1378	181	982	582	844

UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan belediyelerin Facebook gönderilerinin toplam sayısal değerleri incelendiğinde Facebook platformunda Ocak 2023-Ekim 2023 tarihleri aralığında en fazla paylaşım yapan belediyenin 1378 gnderiyle Safranbolu Belediyesi olduğu belirlenmiştir. Aynı tarih aralığında en az paylaşım yapan belediyenin ise 181 gnderiyle Göreme Belediyesi olduğu tespit edilmiştir. Belediyelerin Facebook gönderilerinin toplam sayısal değerleri aşağdaki gibidir;

**şekil 3.** UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook Gönderileri Toplamı

UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyelerinin sosyal medya platformlarında paylaştıkları gönderilerine yönelik yapılacak olan içerik analizi kapsamında 10 ayrı kategori belirlenmiştir. Buna göre içerik analizi kapsamında Facebook gönderilerinin sınıflandırıldığı kategoriler aşağdaki gibidir;

Tablo 4. Gönderilerin Sınıflandırıldığı Kategoriler

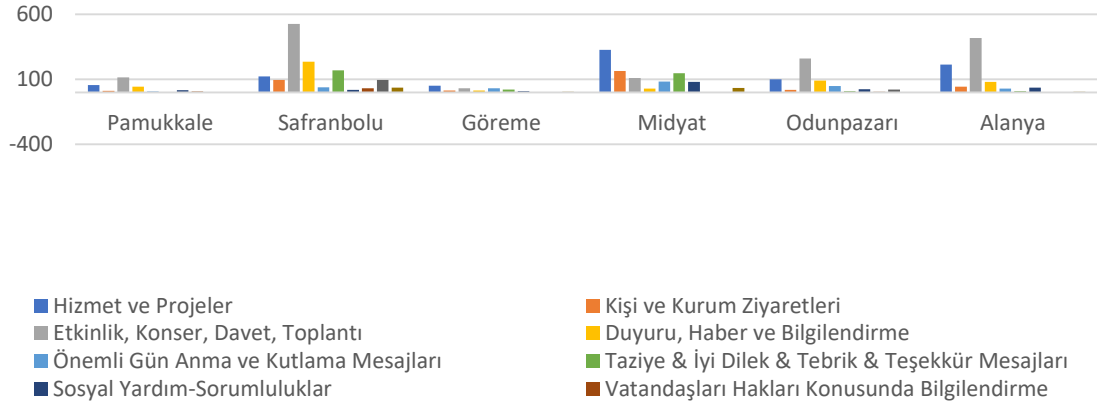
Hizmet ve Projeler
Kişi ve Kurum Ziyaretleri
Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı
Duyuru & Haber & Bilgilendirme
Önemli Gün Anma ve Kutlama Mesajları
Taziye & İyi Dilek & Tebrik & Teşekkür Mesajları
Sosyal Yardım ve Sorumluluklar
Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme
Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Vatandaşlardan Fikir Alma
Diğer

Belirlenen kategoriler kapsamında UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Facebook gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre Pamukkale Belediyesi sosyal medya platformlarından biri olan Facebook platformunu en çok “Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı” ile ilgili gönderilerin paylaşılması noktasında kullanmaktadır. “Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Vatandaşlardan Fikir Alma” kategorisi bağlamında ise ilgili belediyenin hiçbir gönderi paylaşmadığı belirlenmiştir. Bu kapsamda Pamukkale Belediyesinin sosyal medya platformlarından biri olan Facebook platformunu vatandaşlarla bir araya gelmek ve onlardan fikir almak için bir aracı olarak kullanmadığı anlaşılmıştır. Safranbolu Belediyesi de yine sosyal medya platformlarından biri olan Facebook platformunu en çok “Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı” ile ilgili gönderiler bağlamında kullanmaktadır. Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı kategorisi kapsamında 527 gönderi paylaşımında bulunan Safranbolu Belediyesinin belediyeler tarafından düzenlenen etkinlik ve aktivitelerin sosyal medyada paylaşılması bağlamında en aktif belediye olduğu görülmektedir. Safranbolu Belediyesi aynı zamanda hizmet ve projelerin tanıtımı, kişi ve kurum ziyaretleri, duyuru ve bilgilendirme, vatandaşlarla bir araya gelip onlardan fikir alma gibi kategorilerde de oldukça aktif şekilde paylaşımlar yapmaktadır. Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya Belediyeleri de Facebook platformunu en çok “Etkinlik” kategorisi kapsamında kullanırken; ilgili belediyeler kapsamında en az paylaşım yapılan kategorinin “Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme” kategorisi olduğu görülmüştür. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook gönderilerinin içerik analiziyle ilgili hazırlanan tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 5. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook Gönderilerinin İçerik Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hizmet ve Projeler	56	123	51	327	102	215
Kişi ve Kurum Ziyaretleri	12	96	14	166	20	45
Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı	115	527	33	110	261	419
Duyuru & Haber & Bilgilendirme	45	237	15	30	90	82
nemli Gün Anma ve Kutlama Mesajları	8	40	31	83	48	30
Taziye & İyi Dilek & Tebrik & Teşekkür Mesajları	2	170	23	148	9	11
Sosyal Yardım-Sorumluluklar	17	20	10	80	24	36
Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme	7	32	0	0	4	2
Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Fikir Alma	0	97	0	3	22	0
Diğer	1	36	4	35	2	4
Toplam	263	1378	181	982	582	844

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan ve araştırmanın kapsamını oluşturan Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya Belediyeleri Facebook platformunu genel olarak sırasıyla en çok etkinlik, hizmet ve projelerin tanıtımı, duyuru ve bilgilendirme, kişi ve kurum ziyaretleri, taziye ve iyi dilekler, önemli günleri anma ve kutlama, sosyal yardım ve sorumluluklar, vatandaşlarla bir araya gelme ve vatandaşları hakları konusunda bilgilendirme gibi durumlar için kullanmaktadır. Bu doğrultuda ilgili belediyelerin sosyal medya platformlarından biri olan Facebook platformunu kullanıcılara yönelik katılımcı bir iletişim modelini uygulamaktan ziyade yapılan veya yapılacak olan işlerin ve eylemlerin tanıtımına yönelik kullandıkları düşünmektedir. Gerçekleştirilen içerik analiziyle ilgili oluşturulan şema aşağıdaki gibidir;



Şekil 4. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Facebook Gönderilerinin İçerik Analizi

5.2. UNESCO DÜNYA MİRASI KENT BELEDİYELERİNİN INSTAGRAM HESAPLARI

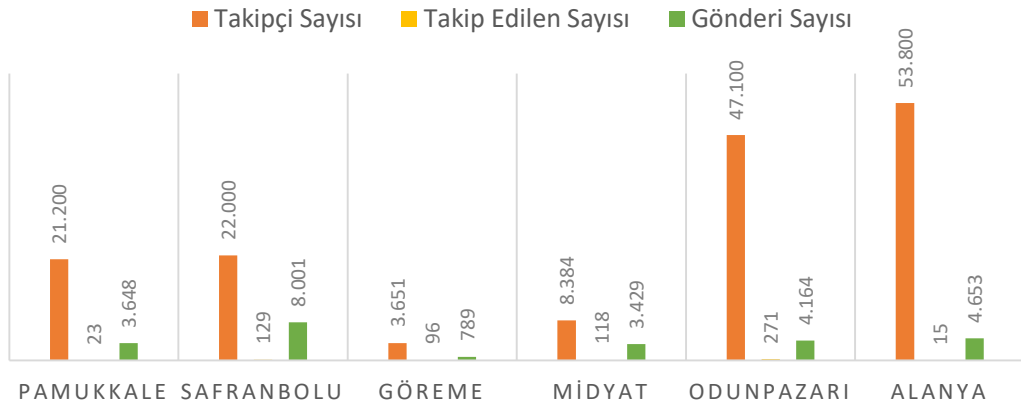
Araştırma çerçevesinde içerik analizi yapılan sosyal medya platformlarından biri de Instagram'dır. Araştırmanın kapsamını oluşturan ilgili 6 belediyenin Instagram hesaplarının analizi bağlamında belediyelerin platformda kullandıkları hesap ismi, takipçi sayısı, takip edilen sayısı, gönderi sayısı, kurumsal logo, resmi site bağlantısı ve diğer sosyal medya hesaplarına erişim linkinin olup olmadığı incelenmiştir. UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Instagram hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize ait tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 6. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Hesaplarının Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hesap İsmi	pamukkalebelediyesi	safranbolubl	goremebelediyesi	midyatbld	odunpazarı	alanyabl
Takipçi	21200	22000	3651	8384	47100	53800
Takip Edilen	23	129	96	118	271	15
Gönderi	3648	8001	789	3429	4164	4653
Kurumsal Logo	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Resmi Site Bağlantısı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Diğer Hesaplara Erişim Linki	Yok	Var Youtube	Yok	Yok	Yok	Yok

Bu doğrultuda Pamukkale Belediyesi'nin Instagram hesabının ismi "pamukkalebelediyesi" şeklindedir. Hesabın takipçi sayısı 21.200 iken takip edilen sayısı 23'tür. Gönderi sayısı toplamda 3648 olarak tespit edilmiştir. Kurumsal logo Instagram hesabının profil fotoğrafı kısmında bulunmaktadır. Resmi site bağlantısı Instagram biyografi kısmında yer almakta ve diğer sosyal medya hesaplarına yönelik herhangi bir erişim linki bulunmamaktadır. Safranbolu Belediyesi'nin ismi "safranbolubl" şeklindedir. Takipçi sayısı 22.000 iken takip edilen sayısı 129'dur. Toplam

gönderi sayısının 8001 olduğu belirlenmiş ve Instagram profil fotoğrafında kurumsal logonun mevcut olduğu görülmüştür. Resmi site bağlantısının da bulunduğu tespit edilerek diğer sosyal medya hesaplarına yönelik erişim linki kapsamında Youtube hesabının linkinin bulunduğu belirlenmiştir. Göreme Belediyesi'nin ismi "goremebelediyesi" şeklinde olup takipçi sayısı 3651 iken takip edilen sayısı 96'dır. Gönderi sayısı toplamda 789 olarak belirlenmiş ve kurumsal logonun mevcut olduğu görülmüştür. Aynı zamanda resmi site bağlantısının da olduğu ve diğer sosyal medya hesaplarına ilişkin bir link bulunmadığı tespit edilmiştir. Midyat Belediyesi'nin ismi "midyatblld" şeklindedir. İlgili belediyenin Instagram hesabında takipçi sayısı 8384 iken takip edilen sayısı 118'dir. Toplam gönderi sayısı 3429 olarak görülmüş ve kurumsal logonun mevcut olduğu belirlenmiştir. Resmi site bağlantısının da bulunduğu tespit edilmiş fakat diğer sosyal medya hesaplarına yönelik bir erişim linki görülemediği tespit edilmiştir. Odunpazarı Belediyesinin ismi "odunpazarı" şeklindedir. İlgili belediyenin Instagram hesabı takip sayısı 47.100 iken takip edilen sayısı 271'dir. Toplam gönderi sayısı 4.164 olarak belirlenmiş ve kurumsal logonun bulunduğu tespit edilmiştir. Resmi site bağlantısının da olduğu görülmüş fakat diğer sosyal medya hesaplarına yönelik bir erişim linki bulunmamıştır. Alanya Belediyesi'nin ismi ise "alanyabl" şeklindedir. İlgili belediyenin Instagram hesabı çerçevesinde takipçi sayısı 53.800 iken takip edilen sayısı 15'tir. Toplam gönderi sayısı 4.653 olarak tespit edilmiş ve kurumsal logonun olduğu görülmüştür. Resmi site bağlantısının da mevcut olduğu ilgili belediyenin Instagram hesabında diğer sosyal medya hesaplarına yönelik bir erişim linki bulunmamıştır. İlgili belediyelerin takipçi, takip edilen ve gönderi sayılarının belirtildiği şema aşağıdaki gibidir;



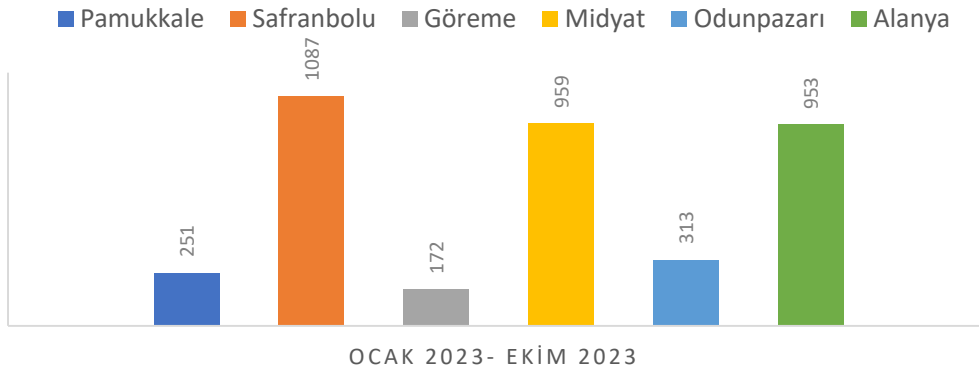
Şekil 5. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Hesaplarının Analizi

Araştırmanın kapsamı doğrultusunda UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram gönderilerinin aylık dağılımı Ocak 2023-Ekim 2023 arasındaki zaman dilimiyle sınırlandırılmıştır. Buna göre Pamukkale Belediyesi en çok eylül ayında gönderi paylaşırken Safranbolu Belediyesi en çok ekim ayında, Göreme Belediyesi ağustos ayında, Midyat Belediyesi nisan ayında, Odunpazarı Belediyesi ekim ayında ve Alanya Belediyesi yine ekim ayında gönderi paylaşmıştır. UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Instagram gönderilerinin aylık dağılımını gösteren tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 7. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Gönderilerinin Aylık Dağılımı

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Ocak 2023	28	105	10	47	25	61
Şubat 2023	22	94	19	104	28	71
Mart 2023	20	132	18	97	25	110
Nisan 2023	24	132	33	142	25	110
Mayıs 2023	23	83	14	99	22	88
Haziran 2023	33	129	11	89	36	123
Temmuz 2023	15	81	11	85	30	60
Ağustos 2023	30	82	37	80	21	59
Eylül 2023	37	107	4	108	37	91
Ekim 2023	19	142	15	108	64	180
Toplam	251	1087	172	959	313	953

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere ilgili belediyelerin Instagram kullanımlarına yönelik toplam gönderi sayıları incelendiğinde en çok gönderi paylaşımının tıpkı Facebook platformunda olduğu gibi Safranbolu Belediyesi'ne ait olduğu görülmüştür. En az gönderi paylaşımı ise yine tıpkı Facebook platformunda olduğu gibi Göreme Belediyesi'ne aittir. Bu kapsamda ilgili belediyelerin Instagram gönderilerinin toplam sayısal değerleri aşağıdaki gibidir;

**Şekil 6.** UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Gönderileri Toplamı

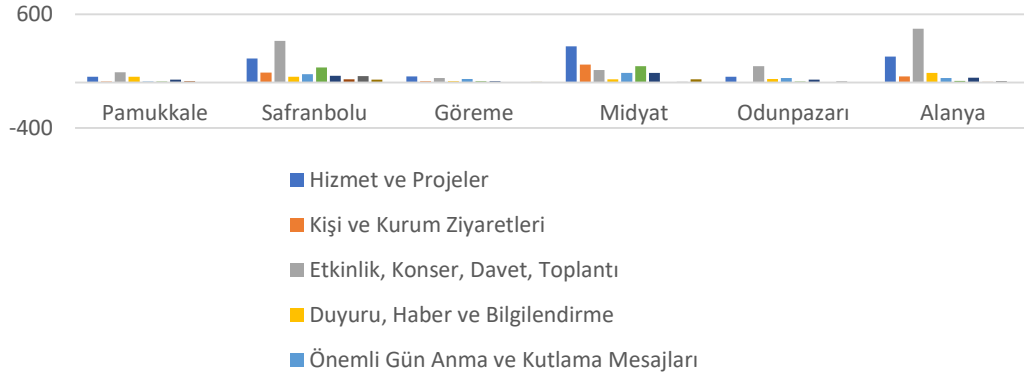
Belirlenen kategoriler kapsamında UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Instagram gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre Pamukkale Belediyesi en çok etkinlik bağlamında paylaşım gerçekleştirirken vatandaşlarla bir araya gelme ve fikir alma bağlamında herhangi bir paylaşımında bulunmamıştır. Safranbolu Belediyesi en çok etkinlik bağlamında paylaşımında bulunurken; Göreme Belediyesi en çok hizmet ve projeler bağlamında gönderi

paylaşmıştır. Midyat Belediyesi de en çok hizmet ve projeler kapsamında gönderi paylaşırken Odunpazarı Belediyesi ve Alanya Belediyesi de en çok etkinlik bağlamında paylaşım gerçekleştirmiştir. Buna göre UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan ilgili kentlerin belediyelerinin Instagram gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analiziyle ilgili tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 8. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Gönderilerinin İçerik Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hizmet ve Projeler	50	211	54	320	51	227
Kişi ve Kurum Ziyaretleri	7	88	10	159	2	53
Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı	90	366	40	110	144	474
Duyuru & Haber & Bilgilendirme	50	49	11	27	32	85
nemli Gün Anma ve Kutlama Mesajları	7	72	30	85	39	38
Taziye & İyi Dilek & Tebrik & Teşekkür Mesajları	9	131	11	143	9	14
Sosyal Yardım ve Sorumluluklar	24	59	10	83	24	42
Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme	11	29	0	0	2	5
Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Fikir Alma	0	57	2	4	7	12
Diğer	3	25	4	28	3	3
Toplam	251	1087	172	959	313	953

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere, araştırma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizine göre belediyelerin hepsinin Instagram sosyal medya platformunda genel itibariyle gerçekleştirdikleri hizmet ve projeler ile düzenledikleri etkinlik, konser ve toplantılar bağlamında paylaşım gerçekleştirdikleri, buna ek olarak belediyelerden hiçbirinin sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'ı katılımcı iletişim modeli bağlamında bir araç olarak kullanmadıkları tespit edilmiştir. Belediyelerin Instagram platformunu kullanımlarına yönelik gerçekleştirilen içerik analiziyle ilgili Şema aşağıdaki gibidir;



Şekil 7. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Instagram Gönderilerinin İçerik Analizi

5.3. UNESCO DÜNYA MİRASI KENT BELEDİYELERİNİN TWITTER HESAPLARI

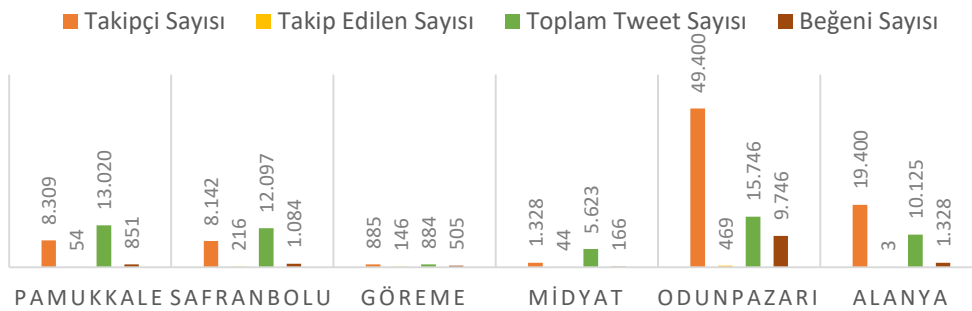
Araştırma çerçevesinde içerik analizi yapılan sosyal medya platformlarından biri de Twitter'dır. Araştırmanın kapsamını oluşturan ilgili 6 belediyenin Twitter hesaplarının analizi bağlamında belediyelerin platformda kullandıkları hesap ismi, hesabın açılma tarihi, takipçi sayısı, takip edilen sayısı, toplam tweet sayısı, beğeni sayısı, kurumsal logo, resmi site bağlantısı ve diğer sosyal medya hesaplarına erişim linkinin olup olmadığı incelenmiştir. UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Twitter hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize ait tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 9. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Hesaplarının Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hesap İsmi	PamukkaleB	SafranboluBld	Belediyegoreme	MidyatBld	Odunpazarı	ALANYABLD
Açılma Tarihi	2014	2012	2012	2019	2010	2012
Takipçi	8.309	8.142	885	1.328	49.400	19.400
Takip Edilen	54	216	146	44	469	3
Toplam Tweet	13.020	12.097	884	5.623	15.746	10.125
Beğeni	851	1.084	505	166	9.746	1.328
Kurumsal Logo	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Resmi Site Bağlantısı	Var	Var	Var	Yok	Var	Var

Diğer Hesaplara Erişim Linki	Yok	Yok	Yok	Yok	Var (Instagram & Facebook)	Var (Facebook)
------------------------------	-----	-----	-----	-----	-------------------------------	----------------

UNESCO Dünya Mirası listesindeki 6 kent belediyesinin Twitter hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize göre Pamukkale Belediyesi Twitter hesabının 2014 yılında açıldığı, 8.309 takipçiye sahip olduğu 54 takip edilenin bulunduğu, toplam tweet sayısının 13.020 olduğu ve beğeni sayısının 851 olduğu görülmüştür. Pamukkale Belediyesi'nin Twitter profilinde kurumsal logonun bulunduğu, resmi site bağlantısına yönelik bir linkin mevcut olduğu ve diğer sosyal medya hesaplarına yönelik herhangi bir erişim linkinin bulunmadığı belirlenmiştir. Safranbolu Belediyesi Twitter hesabının 2012 yılında açıldığı, takipçi sayısının 8.142 ve takip edilen sayısının 216 olduğu, toplam tweet sayısının 12.097 olduğu, beğeni sayısının ise 1.084 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Safranbolu Belediyesi'nin Twitter profilinde kurumsal logonun bulunduğu, resmi site bağlantısının mevcut olduğu ve diğer sosyal medya hesaplarına ilişkin herhangi bir erişim linkinin bulunmadığı görülmüştür. Göreme Belediyesi Twitter hesabının açılış tarihi de tıpkı Safranbolu Belediyesi Twitter hesabı gibi 2012'dir. İlgili belediyenin Twitter hesabının takipçi sayısı 885 iken takip edilen sayısının 146 olduğu görülmüştür. Toplam tweet sayısının 884 olduğu Göreme Belediyesi Twitter hesabında kurumsal logo ve resmi site bağlantısı bulunmakta iken diğer sosyal medya hesaplarına erişim linki bulunmamaktadır. Midyat Belediyesi Twitter hesabı ise 2019 yılında açılmıştır. İlgili belediyenin takipçi sayısı 1.328, takip edilen sayısı ise 44'tür. Toplam tweet sayısı 5.623 iken beğeni sayısı 166'dır. Belediyenin Twitter profilinde kurumsal logo bulunmakta fakat resmi site bağlantısı bulunmamaktadır. Aynı zamanda profilde diğer sosyal medya hesaplarına ilişkin bir erişim linki de mevcut değildir. 2010 yılında açılan Odunpazarı Belediyesi Twitter hesabının ise ilgili 6 belediye arasında en önce açılan Twitter hesabı olduğu görülmüştür. Odunpazarı Belediyesi Twitter hesabının 49.400 takipçisi vardır ve bu kapsamda ilgili belediyenin söz konusu 6 belediye arasında en fazla takipçiye sahip hesap olduğu söylenebilir. Takip edilen sayısı 469 iken toplam tweet sayısı da 15.746'dır ve bu da yine en çok tweet paylaşımı gerçekleştiren hesap olduğunu gösterir. Beğeni sayısı 9.746 iken profilde kurumsal logo mevcuttur. Aynı zamanda resmi site bağlantısı da bulunmakta ve diğer sosyal medya hesaplarına yönelik olarak Instagram ve Facebook linkleri mevcuttur. İlgili linklerden Instagram linki güncel olmakla birlikte Facebook linkinin güncel olmadığı ve hata verdiği tespit edilmiştir. Son olarak Alanya Belediyesi Twitter hesabının açılış tarihi ise 2012'dir. Takipçi sayısı 19.400 iken takip edilen sayısı 3'tür. Toplam tweet sayısının 10.125 ve beğeni sayısının 1.328 olduğu görülmüş; kurumsal logo, resmi site bağlantısı ve diğer sosyal medya hesaplarına yönelik olarak Facebook linkinin bulunduğu tespit edilmiştir. İlgili belediyelerin takipçi, takip edilen, toplam tweet ve beğeni sayılarının belirtildiği şema aşağıdaki gibidir;



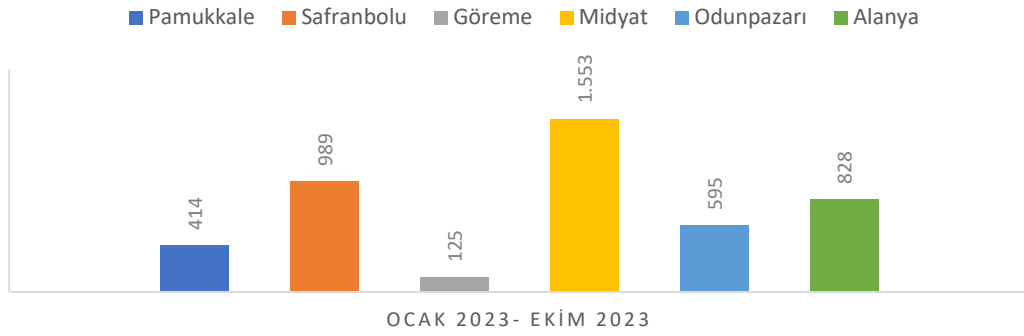
Şekil 8. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Hesaplarının Analizi

Araştırmanın kapsamı doğrultusunda UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter gönderilerinin aylık dağılımı Ocak 2023-Ekim 2023 arasındaki zaman dilimiyle sınırlandırılmıştır. Buna göre Pamukkale Belediyesi'nin Twitter platformunda en çok eylül ayında, en az ise temmuz ayında paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Safranbolu Belediyesi'nin ise en çok haziran ayında, en az ocak ayında paylaşım yaptığı belirlenmiştir. Göreme Belediyesi en az eylül ayında, en çok nisan ayında paylaşım yapmıştır. Midyat Belediyesi en çok şubat ayında en az ocak ayında paylaşım yapmıştır. Odunpazarı Belediyesi'nin en çok ekim ayında ve en az ağustos ayında paylaşım yaptığı tespit edilirken; son olarak Alanya Belediyesi'nin ise en çok ekim ayında en az temmuz ayında paylaşım yaptığı belirlenmiştir. UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Twitter gönderilerinin aylık dağılımını gösteren tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 10. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Gönderilerinin Aylık Dağılımı

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Ocak 2023	40	67	8	56	43	50
Şubat 2023	40	92	17	277	87	76
Mart 2023	34	86	18	147	56	128
Nisan 2023	40	121	32	145	47	94
Mayıs 2023	35	95	11	142	39	81
Haziran 2023	54	147	3	147	88	103
Temmuz 2023	30	83	3	146	57	44
Ağustos 2023	49	89	21	126	35	45
Eylül 2023	57	114	1	188	64	71
Ekim 2023	35	78	11	179	79	136
Toplam	414	989	125	1.553	595	828

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere ilgili belediyelerin Twitter kullanımlarına yönelik toplam gönderi sayıları incelendiğinde en çok gönderi paylaşımının Midyat Belediyesi'ne ait olduğu görülmüştür. Midyat Belediyesi'ni Safranbolu Belediyesi ve Alanya Belediyesi'nin takip ettiği belirlenmiştir. En az gönderi paylaşımı ise yine tıpkı Facebook ve Instagram platformunda olduğu gibi Göreme Belediyesi'ne aittir. Bu kapsamda ilgili belediyelerin Twitter gönderilerinin toplam sayısal değerleri aşağıdaki gibidir;



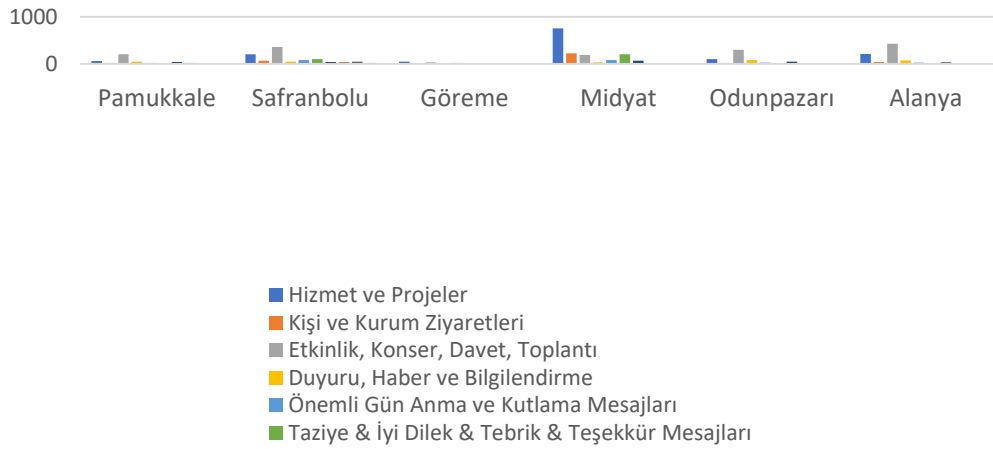
Şekil 9. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Gönderileri Toplamı

Belirlenen kategoriler kapsamında UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Twitter gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre Pamukkale, Safranbolu, Odunpazarı ve Alanya Belediyelerinin en çok etkinlik kategorisi bağlamında paylaşım gerçekleştirdikleri; Göreme ve Midyat Belediyelerinin ise en çok hizmet kategorisi bağlamında paylaşımda buldukları görülmüştür. Buna göre UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan ilgili kentlerin belediyelerinin Twitter gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analiziyle ilgili tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 11. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Gönderilerinin İçerik Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hizmet ve Projeler	62	202	45	753	101	211
Kişi ve Kurum Ziyaretleri	19	67	9	221	17	38
Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı	202	358	30	192	295	430
Duyuru & Haber & Bilgilendirme	42	47	11	30	80	75
Önemli Gün Anma ve Kutlama Mesajları	20	82	15	78	27	27
Taziye & İyi Dilek & Tebrik & Teşekkür Mesajları	11	103	10	201	5	9
Sosyal Yardım ve Sorumluluklar	36	39	3	63	45	31
Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme	17	29	0	0	8	5
Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Fikir Alma	0	47	1	2	12	0
Diğer	5	15	1	13	5	2
Toplam	414	989	125	1.553	595	828

Bu kapsamda UNESCO Dünya Mirası listesinde bulunan kentlerin belediyelerinin Twitter platformunda gerçekleştirdikleri paylaşımların, kategori bağlamında Facebook ve Instagram platformundaki paylaşımlara göre farklılaşmadığı, genel itibariyle birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu belediyelerin Twitter platformunu hangi bağlamlarda kullandıklarının belirlenmesine yönelik yapılan içerik analizi sonucuna göre, genel itibariyle belediyelerin gerçekleştirdikleri etkinlikler, projeler, ziyaretler ve sosyal yardımların tanıtım amaçlı vatandaş bilgilendirmek için paylaşıldığı görülmüştür. Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya Belediyeleri tarafından diğer sosyal medya platformlarında da olduğu gibi Twitter platformunun da sosyal medyanın özelliklerinden biri olan katılımcı iletişim modeline uygun olarak kullanılmadığı, vatandaş veya kullanıcıların etkileşimli bir şekilde sürece dahil edilmediği tespit edilmiştir. Belediyelerin Twitter platformunu kullanımlarına yönelik gerçekleştirilen içerik analiziyle ilgili şema aşağıdaki gibidir;



Şekil 10. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Twitter Gönderilerinin İçerik Analizi

5.4. UNESCO DÜNYA MİRASI KENT BELEDİYELERİNİN YOUTUBE HESAPLARI

Araştırma çerçevesinde içerik analizi yapılan sosyal medya platformlarından biri de Youtube'dur. Araştırmanın kapsamını oluşturan ilgili 6 belediyenin Youtube hesaplarının analizi bağlamında belediyelerin platformda kullandıkları hesap ismi, hesabın açılma tarihi, kanal bağlantısı, abone sayısı, yüklü video sayısı, toplam görüntülenme sayısı, kurumsal logonun varlığı gibi durumlar incelenmiştir. UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Youtube hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize ait tablo aşağıdaki gibidir;

Tablo 12. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube Hesaplarının Analizi

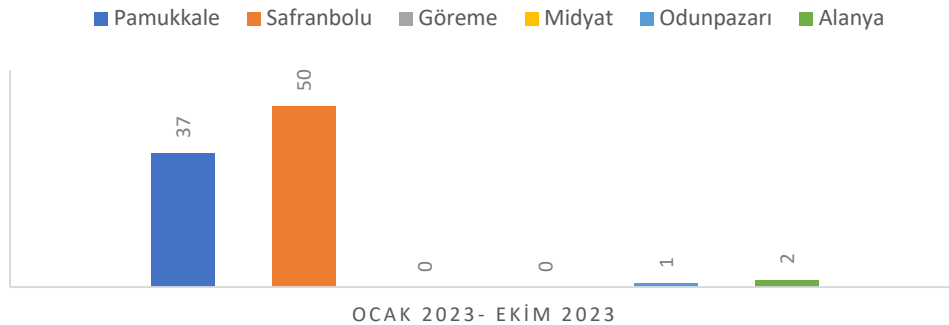
	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Açılma Tarihi	2014	2016	2011	2021	2014	2013
Kanal İsmi	pamukkalebelediyesi3995	t.safranbolubelediyesi6200	goremebelediyesi	midyatbelediyesi247	odunpazarıTV	AlanyaBelediyesiResmi
Abone	134	574	20	79	5.240	1.700
Toplam Yüklü Video	108	324	4	26	362	270
Toplam Görüntülenme	13.409	38.221	8.386	5.636	2.431.984	242.984
Kurumsal Logo	Var	Var	Var (Eski)	Var	Var	Var

UNESCO Dünya Mirası listesindeki 6 kent belediyesinin Youtube hesaplarına yönelik gerçekleştirilen analize göre Pamukkale Belediyesi'nin Youtube hesabının 2014, Safranbolu Belediyesi'nin Youtube hesabının 2016, Göreme Belediyesi'nin Youtube hesabının 2011, Midyat Belediyesi'nin Youtube hesabının 2021, Odunpazarı Belediyesi'nin Youtube hesabının 2014 ve Alanya Belediyesi'nin Youtube hesabının ise 2013 yılında açıldığı tespit edilmiştir. Buna göre Youtube platformuna en erken katılan Göreme Belediyesi iken; Youtube platformuna en geç katılan belediye Midyat Belediyesi olmuştur. Belediyelerin Youtube hesaplarına yönelik kanal bağlantıları yukarıdaki tabloda verilmiştir. Abone sayısı bağlamında Pamukkale Belediyesi'nin 134, Safranbolu Belediyesi'nin 574, Göreme Belediyesi'nin 20, Midyat Belediyesi'nin 79, Odunpazarı Belediyesi'nin 5.240 ve Alanya Belediyesi'nin ise 1.700 abonesi mevcuttur. Buna göre en az aboneye sahip belediye Göreme Belediyesi iken; en fazla aboneye sahip belediye Odunpazarı Belediyesi'dir. Platformu aktif kullanma bağlamında yüklü videolar incelendiğinde Pamukkale Belediyesi'nin toplam video sayısı 108, Safranbolu Belediyesi'nin 324, Göreme Belediyesi'nin 4, Midyat Belediyesi'nin 26, Odunpazarı Belediyesi'nin 362 ve Alanya Belediyesi'nin ise toplam video sayısı 270'tir. Buna göre Göreme Belediyesi Youtube platformunda neredeyse hiç aktif olmamakla birlikte ilgili belediyeler arasında Youtube platformunu en aktif kullanan belediye Odunpazarı ve Safranbolu Belediyeleridir. Toplam görüntülenme bağlamında en fazla görüntülenmeye sahip hesap Odunpazarı Belediyesi'ne aittir. Odunpazarı Belediyesi'nin Youtube hesabı toplam görüntülenme sayısı 2.431.984'tür. Daha sonra 242.984 görüntülenmeyle Alanya Belediyesi ve 38.221 görüntülenmeyle Safranbolu Belediyesi gelmektedir. En az toplam görüntülenmeye sahip belediye ise 5.636 görüntülenme sayısı ile Midyat Belediyesi olmuştur. İlgili belediyelerin hepsinde Youtube hesaplarında kurumsal logonun mevcut olduğu görülmüştür; fakat Göreme Belediyesi'nin Youtube hesabındaki kurumsal logonun güncel olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın kapsamı doğrultusunda UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube gönderilerinin aylık dağılımı Ocak 2023-Ekim 2023 arasındaki zaman dilimiyle sınırlandırılmıştır. UNESCO Dünya Mirası kent belediyeleri YouTube gönderilerinin aylık dağılımı aşağıdaki gibidir;

Tablo 13. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube Gönderilerinin Aylık Dağılımı

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Ocak 2023	-	-	-	-	-	-
Şubat 2023	-	-	-	-	-	-
Mart 2023	36	-	-	-	-	-
Nisan 2023	-	-	-	-	-	1
Mayıs 2023	-	-	-	-	-	1
Haziran 2023	-	2	-	-	1	-
Temmuz 2023	1	2	-	-	-	-
Ağustos 2023	-	12	-	-	-	-
Eylül 2023	-	16	-	-	-	-
Ekim 2023	-	18	-	-	-	-
Toplam	37	50	0	0	1	2

Buna göre Pamukkale Belediyesi'nin Youtube platformunda Ocak 2023 ve Ekim 2023 tarihleri arasında toplam 37 video paylaştığı, bu videoların 36'sının mart ayında paylaşıldığı ve geri kalan 1 videonun ise temmuz ayında paylaşıldığı belirlenmiştir. Safranbolu Belediyesi'nin ilgili tarih kapsamında toplam paylaşımı 50'dir. Ocak ve mayıs ayları içerisinde herhangi bir paylaşımda bulunmadığı tespit edilen Safranbolu Belediyesi'nin haziran ve temmuz aylarında 2'şer video paylaştığı, ağustos ayında 12, eylül ayında 16 ve ekim ayında ise 18 video paylaştığı görülmüştür. Göreme ve Midyat Belediyelerinin ise Ocak 2023-Ekim 2023 sınırları içerisinde herhangi bir paylaşımda bulunmadıkları belirlenmiştir. Odunpazarı Belediyesi ilgili tarih sınırlaması içinde yalnızca haziran ayında 1 video paylaşmıştır. Alanya Belediyesi ise nisan ve mayıs aylarında olmak üzere toplam 2 video paylaşmıştır. İlgili belediyelerin Ocak 2023-Ekim 2023 aralığındaki toplam paylaşımları aşağıda verilmiştir;

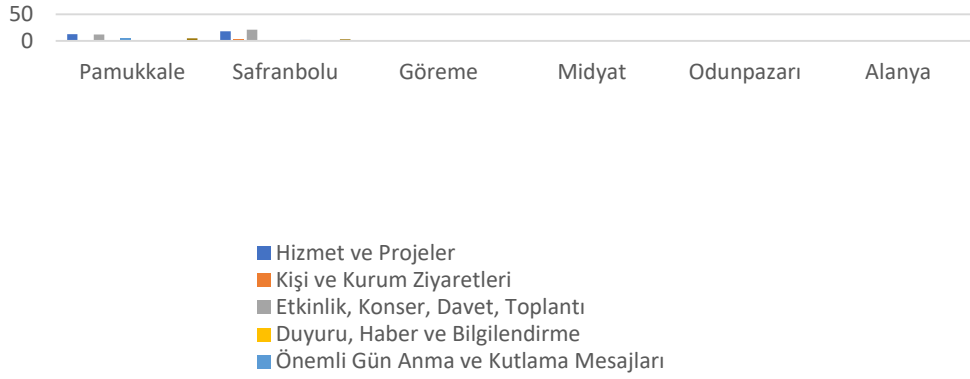
**Şekil 11.** UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube Gönderileri Toplamı

Belirlenen kategoriler kapsamında UNESCO Dünya Mirası kent belediyelerinin Youtube gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre Pamukkale ve Safranbolu Belediyelerinin en çok hizmet ve projeler ile etkinlik kategorisi bağlamında paylaşım yaptıkları görülürken; Odunpazarı Belediyesi'nin ilgili tarih sınırlandırması içerisindeki 1 paylaşımının sosyal yardım ve sorumluluklar kategorisinde yapılmış olduğu, Alanya Belediyesi'nin 2 paylaşımından birinin etkinlik kategorisi, diğerinin ise yine sosyal yardım ve sorumluluklar kategorisinde yapıldığı belirlenmiştir.

Tablo 14. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube Gönderilerinin İçerik Analizi

	Pamukkale	Safranbolu	Göreme	Midyat	Odunpazarı	Alanya
Hizmet ve Projeler	13	18	0	0	0	0
Kişi ve Kurum Ziyaretleri	0	4	0	0	0	0
Etkinlik & Konser & Davet & Toplantı	12	21	0	0	0	1
Duyuru & Haber & Bilgilendirme	0	0	0	0	0	0
Önemli Gün Anma ve Kutlama Mesajları	5	0	0	0	0	0
Taziye & İyi Dilek & Tebrik & Teşekkür Mesajları	1	0	0	0	0	0
Sosyal Yardım ve Sorumluluklar	1	2	0	0	1	1
Vatandaşları Hakları Konusunda Bilgilendirme	0	0	0	0	0	0
Vatandaşlarla Bir Araya Gelme & Fikir Alma	0	2	0	0	0	0
Diğer	5	3	0	0	0	0
Toplam	37	50	0	0	1	2

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan ilgili Türk kent belediyelerinin Youtube platformunu Ocak 2023-Ekim 2023 tarihi aralığında çok aktif şekilde kullanmadıkları, söz konusu belediyeler arasında bu tarih aralığında Youtube platformunu en aktif şekilde kullanan belediyenin ise Safranbolu Belediyesi olduğu görülmüştür. Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya Belediyelerinin Youtube gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine ait grafik aşağıdaki gibidir;



Şekil 12. UNESCO Dünya Mirası Kent Belediyeleri Youtube Gönderilerinin İçerik Analizi

6. SONUÇ

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya platformlarının belediyeler tarafından kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler kapsamında kullanımı oldukça yaygındır. Araştırma kapsamında UNESCO Dünya Mirası kalıcı ve geçici listelerinde yer alan Türk kentlerinin belediyelerinin sosyal medya kullanımları çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı UNESCO tarafından dünya mirası olarak ilan edilmiş ve koruma altına alınmış Türk kentlerinin belediyelerinin sosyal medya platformlarını belirlenmiş kategoriler bağlamında ne kadar aktif kullandıklarını ve sosyal medyanın sağladığı katılımcı iletişim modelinden ne derece faydalandıklarını belirlemektir. Bu doğrultuda UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Pamukkale, Safranbolu, Göreme, Midyat, Odunpazarı ve Alanya belediyelerinin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube platformlarına araştırma kapsamında belirlenen kategorilerde içerik analizi uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında ilk olarak söz konusu kentlerin nüfus dağılımları incelenmiştir. 2023 verilerine göre nüfus dağılımı bağlamında en fazla nüfusa sahip kent Odunpazarı iken en az nüfusa sahip kent Göreme olmuştur. Buna göre Göreme'nin nüfusu 2000, Safranbolu'nun nüfusu 70.409, Midyat'ın nüfusu 120.069, Pamukkale'nin nüfusu 347.926, Alanya'nın nüfusu 364.180 ve Odunpazarı'nın nüfusu 422.423 olarak tespit edilmiştir.

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin sosyal medya hesap durumları incelendiğinde araştırma kapsamında incelenen 6 belediyenin hepsinin Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube hesaplarının mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Belediyelerin sosyal medya hesaplarının abone sayıları incelendiğinde en fazla abone sayısına sahip sosyal medya platformunun Pamukkale Belediyesi, Midyat Belediyesi ve Alanya Belediyesi kapsamında Instagram olduğu, Safranbolu Belediyesi ve Göreme Belediyesi kapsamında Facebook olduğu, Odunpazarı Belediyesi kapsamında ise Twitter olduğu görülmüştür.

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin Facebook hesapları incelendiğinde açılış tarihi bağlamında en erken açılan hesabın Göreme ve Alanya Belediyelerine ait olduğu, en geç açılan sayfanın ise Midyat Belediyesine ait olduğu görülmüştür. Belediyelerin Ocak 2023 – Ekim 2023 tarihleri aralığında yaptıkları paylaşımlara göre Facebook platformunda en fazla gönderi paylaşımında bulunan belediyenin Safranbolu Belediyesi olduğu, en az paylaşım yapan belediyenin ise Göreme Belediyesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Belediyelerin Facebook hesaplarına yönelik gerçekleştirilen içerik analizinden elde edilen verilere göre Pamukkale, Safranbolu, Odunpazarı ve Alanya Belediyelerinin en çok “etkinlik & konser & davet & toplantı”

kategorisinde paylaşım yaptıkları, Göreme ve Midyat Belediyelerinin ise en çok “hizmet ve projeler” kategorisinde gönderi paylaştıkları görölmüştür. Pamukkale Belediyesi’nin etkinlik kategorisine yönelik paylaşımlarının haricinde hizmet ve projeler ile duyuru & haber & bilgilendirme kategorisinde gönderi paylaşımı gerçekleştirdiği anlaşılmıştır. Safranbolu Belediyesi etkinlik kategorisinden sonra en çok “duyuru & haber & bilgilendirme”, “taziye & iyi dilek & tebrik & teşekkür mesajları”, “vatandaşlarla bir araya gelme & fikir alma” ile “hizmet ve projeler” kategorilerinde paylaşım yaptığı görölmüştür. Göreme Belediyesi’nin “hizmet ve projeler” kategorisi dışında en çok “etkinlik & konser & davet & toplantı” ile “önemli gün anma ve kutlama mesajları” kategorilerinde gönderi paylaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Midyat Belediyesi’nin “hizmet ve projeler” kategorisinin ardından en çok “kişi ve kurum ziyaretleri” ile “taziye & iyi dilek & tebrik & teşekkür mesajları” kategorisinde paylaşım yaptığını belirlenmiştir. Odunpazarı ve Alanya Belediyeleri’nin ise “etkinlik & konser & davet & toplantı” kategorisinden sonra en çok “hizmet ve projeler” ile “duyuru & haber & bilgilendirme” kategorilerinde gönderi paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre söz konusu belediyelerin Facebook platformunu en çok etkinlik & konser & davet & toplantı gibi konularda gerçekleştirdikleri etkinliklerin tanıtımını yapmak, hizmet ve projeleriyle ilgili insanları bilgilendirmek ve duyurular yapmak için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak belediyelerin Facebook platformunu genel itibariyle tek yönlü bir iletişim aracı olarak kullandıkları, etkileşim ve katılımcı iletişim modeli odaklı kullanmadıkları görölmüştür. Kurumsal iletişim bağlamında belediyelerin gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirecekleri hizmetler doğrultusunda halka bilgi verdikleri ve konuyla ilgili tüm belediyelerin bu konuda paylaşım gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Halkın yönetime katılması bağlamında katılımcı iletişim modelini uygulayan bir belediye olmamakla birlikte halkla bir araya gelme ve halkla ilişkiler kurma noktasında en çok paylaşıma sahip belediyenin Safranbolu Belediye’si olduğu görölmüştür.

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin Instagram hesapları incelendiğinde en fazla takipçi sayısına sahip hesapların sırasıyla Alanya, Odunpazarı, Safranbolu, Pamukkale, Midyat ve Göreme Belediyeleri olduğu görölmüştür. Toplam gönderi sayısı bağlamında en fazla gönderi paylaşımına sahip belediyelerin Safranbolu, Alanya, Odunpazarı, Pamukkale ve Midyat Belediyeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Göreme Belediyesi ise ilgili belediyeler arasında en az gönderiye sahip belediye olmuştur. Tüm belediyelerin Instagram hesaplarında kurumsal logo ve resmi site bağlantısının bulunduğu görölmüştür. Diğer hesaplara erişim linki bağlamında ise yalnızca Safranbolu Belediyesi’nin Instagram hesabında Youtube hesabına ilişkin bir erişim linkinin mevcut olduğu belirlenmiştir. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan ilgili belediyelerin Ocak 2023 – Ekim 2023 tarihleri aralığındaki paylaşımları incelendiğinde en fazla paylaşıma sahip belediyenin Safranbolu Belediyesi olduğu görölmüştür. Daha sonra Midyat, Alanya, Odunpazarı, Pamukkale ve Midyat Belediyesi gelmektedir. Bu doğrultuda Instagram hesaplarında ilgili tarih aralığında en az paylaşıma sahip belediyenin Göreme Belediyesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan söz konusu belediyelerin Instagram gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre “etkinlik & konser & davet & toplantı” kategorisinde en çok paylaşım yapan belediyeler Alanya Belediyesi, Safranbolu Belediyesi, Odunpazarı Belediyesi ve Pamukkale Belediyesi olmuştur. Bu belediyelerin etkinlik kategorisi dışında en çok “hizmet ve projeler” kategorisinde paylaşım yaptıkları görölmüştür. Midyat ve Göreme Belediyelerinin diğer belediyelerden farklı olarak en çok “hizmet ve projeler” kategorisinde paylaşım gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda belediyelerin Instagram platformu çerçevesinde en çok gerçekleştirdikleri etkinliklerin tanıtımını ve hizmetleriyle ilgili bilgilendirme konularında paylaşım gerçekleştirdikleri, ilgili platformu tek yönlü bir iletişim aracı olarak kullandıkları ve yine katılımcı iletişim modeline yönelik bir modelden ziyade sosyal medya platformunu daha kısıtlı kullandıkları görölmüştür. İlgili platformun aktif kullanımı bağlamında Safranbolu, Midyat ve Alanya

Belediyelerinin Instagram platformunu diğer belediyelere kıyasla oldukça aktif şekilde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin Twitter hesapları incelendiğinde en erken hesap açan belediyenin Odunpazarı Belediyesi olduğu, en geç hesap açan belediyenin ise Midyat Belediyesi olduğu görülmüştür. Sahip olunan takipçi sayısı bağlamında en fazla takipçiye sahip belediye Odunpazarı Belediyesi iken en az takipçiye sahip belediye Göreme Belediyesi olmuştur. Toplam tweet sayıları incelendiğinde en fazla tweet sayısına sahip belediyeler sırasıyla Odunpazarı, Pamukkale, Safranbolu, Alanya ve Midyat Belediyeleridir. Diğer belediyelere kıyasla en az tweet sayısına sahip belediye Göreme Belediyesi olmuştur. Kurumsal logo kapsamında tüm belediyelerin Twitter hesaplarında kurumsal logolarının bulunduğu, resmi site bağlantısı kapsamında ise Midyat Belediyesi hariç bütün belediyelerin resmi site bağlantısının Twitter platformunda yer aldığı görülmüştür. Diğer sosyal medya hesaplarına erişim linki bağlamında ise yalnızca Odunpazarı ve Alanya Belediyelerinde diğer sosyal medya hesaplarına yönelik bir erişim linkinin mevcut olduğu görülmüştür. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan söz konusu kent belediyelerinin Ocak 2023 – Ekim 2023 tarihleri aralığındaki paylaşımları incelendiğinde en çok gönderiye sahip belediyenin Midyat Belediyesi, ardından Safranbolu, Alanya, Odunpazarı ve Pamukkale Belediyeleri olduğu belirlenmiştir. Göreme Belediyesi'nin ise söz konusu tarih aralığında 125 gibi az bir gönderi paylaşımında bulunduğu görülmüştür. Dolayısıyla ilgili tarih aralığında Twitter'da en fazla gönderi paylaşımında bulunan belediye Midyat Belediyesi olurken; en az gönderi paylaşımında bulunan belediye Göreme Belediyesi olmuştur. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan bu kent belediyelerinin Twitter gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre “etkinlik & konser & davet & toplantı” kategorisinde en çok Alanya, Safranbolu, Odunpazarı, Pamukkale ve Midyat Belediyelerinin paylaşım yaptığı görülmüştür. “Hizmet ve projeler” kategorisinde ise açık ara en çok Midyat Belediyesinin paylaşım yaptığı belirlenmiştir. İlgili belediyelerin diğer sosyal medya platformlarında da olduğu gibi Twitter platformunu en çok etkinliklerin ve hizmetlerin tanıtımı ve duyurusu için kullandığı, tek taraflı bir iletişim modelini tercih ettiği, katılımcı iletişim rol modelini benimsememekle birlikte belediyelerin Twitter platformunu aktif fakat kısıtlı kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin Youtube hesapları incelendiğinde platforma katılma tarihi kapsamında en erken katılım 2011 yılıyla Göreme Belediyesine ait iken; en geç katılım 2021 yılıyla Midyat Belediyesine aittir. Hesapların abone sayısı incelendiğinde en fazla aboneye sahip belediye Odunpazarı Belediyesidir. Yüklü video sayısı bağlamında en fazla videoya sahip belediyeler Odunpazarı ve Safranbolu Belediyeleri olmuştur. Toplam görüntülenme incelendiğinde belediyeler arasında açık ara en fazla görüntülenmeye sahip belediyenin Odunpazarı Belediyesi olduğu görülmüştür. Kurumsal logo kapsamında tüm belediyelerin Youtube hesaplarında kurumsal logo mevcuttur fakat diğerlerinden farklı olarak Göreme Belediyesi'nin kurumsal logosunun güncel olmadığı belirlenmiştir. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan söz konusu belediyelerin Ocak 2023- Ekim 2023 tarihleri aralığındaki paylaşımlarına bakıldığında en fazla gönderi paylaşımı sırasıyla Safranbolu ve Pamukkale Belediyesine aittir. İlgili tarih aralığında hiçbir paylaşımı bulunmayan belediyeler ise Göreme ve Midyat Belediyeleridir. UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan söz konusu belediyelerin Youtube gönderilerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizine göre Pamukkale Belediyesi'nin sırasıyla en çok “hizmet ve projeler” ile “etkinlik & konser & davet & toplantı” kategorilerinde paylaşım yaptığı belirlenmiştir. Safranbolu Belediyesi'nin ise sırasıyla en çok “etkinlik & konser & davet & toplantı” ile “hizmet ve projeler” kategorisinde paylaşım gerçekleştirdiği görülmüştür. Odunpazarı Belediyesi'nin Youtube platformunda ilgili tarih aralığında gerçekleştirdiği 1 paylaşım ise sosyal yardım ve sorumluluklarla ilgilidir. Alanya Belediyesi'nin Youtube platformunda ilgili

tarih aralığındaki 2 paylaşımın “etkinlik & konser & davet & toplantı” ile “sosyal yardım ve sorumluluklar” kategorilerinde olduğu grlmştr. Bu kapsamda ilgili belediyelerin en az tercih ettiği sosyal medya platformunun Youtube olduğu grlmştr. Belediyeler arasında Youtube platformunda paylaşım gerçekleştiren belediyelerin ise söz konusu sosyal medya platformunu diğer platformların kullanım Őekilleriyle benzerlik gösteren bir biçimde etkinlik ve hizmetlerin tanıtımı doğrultusunda kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen veriler neticesinde UNESCO Dünya Mirası listelerinde yer alan Türk kent belediyelerinin sosyal medya platformları arasında en fazla Facebook platformunu, daha sonra Instagram ve Twitter platformunu, en az ise Youtube platformunu kullandıkları belirlenmiştir. Söz konusu belediyelerin sosyal medya platformlarını daha çok tek taraflı bir iletişim aracı olarak tanıtım ve duyuru amaçlı kullandıkları, sosyal medyanın etkileşimli ve katılımcı iletişim modelini kullanmadıkları, Facebook ve Instagram gibi platformları aktif fakat sınırlı kullandıkları anlaşılmıştır. Kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler bağlamında teknoloji ve dijitalleşmenin olanaklarından faydalanmanın belediyelerin halkla gerçekleştirdikleri iletişim ve halkın yönetime katılımının sağlanması bağlamında önem arz ettiği, söz konusu belediyelerin ise bu doğrultuda sosyal medyayı aktif Şekilde kullansalar da sosyal medyanın olanaklarından sınırlı Şekilde yararlandıkları düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aşkun, İ. C. (1990). Halkla İlişkiler ve İletişim. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1-2), 7-15.
- Aziz, A. (2022). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bhatia, I. ve Mabillard, V. (2022). How Do Cities Use Their Communication Channels? A Study of Social Media Adoption in Two European Federal States. *Electronic Government*, 18(2), 119-136.
- 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*, 123-132.
- boyd, D. m. ve Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Faber, B., Budding, T. ve Gradus, R. (2020). Assessing Social Media Use in Dutch Municipalities: Political, Institutional, and Socio-Economic Determinants. *Government Information Quarterly*.
- Fiske, J. (2019). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Geray, H. (2019). *Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim Gazeteler, Televizyonlar, Reklamcılık ve Halkla İlişkilerde Dijital Dönüşüm*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaya, B. ve Demirdöven, B. (2019). Büyükşehir Belediyelerinde Sosyal Medya Kullanımı: Sorunlar ve Öneriler. *VI. Yıldız Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (2407-2420)*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, N. P. ve Dikmen, E. Ş. (2021). Sayısal Belediyecilik: Türkiye'deki Belediyelerin Yeni Medya Kullanımları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 795-811.
- Kılıçaslan, E. (2013). Örgütsel İletişim. A. Yaşar, D. Aydoğan, A. Eğinli, K. Kılıç, E. Kılıçaslan, Ö. Özdem, S. Özsavaş, Y. Aktaş ve K. Kılıç (Dü.), *Bir Bakışta İletişim içinde* (211-242). Edirne: Paradigma Akademi Yayınları.
- Luhmann, N. (1992). What is Communication. *Communication Theory*, 2(3), 251-259.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Massachusetts Institute of Technology.
- Matisaeva, D. ve Maksüdünov, A. (2023). Kırgızistan'da Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 15-27.
- Murphy, M. A. (1991). No More "What Is Communication". *Communication Research*, 18(6), 825-833.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ormanlı, O. (2012). Dijitalleşme ve Türk Sineması. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(2), 32-38.
- Rogers, M. E. (1986). *Communication Technology 'The New Media in Society'*. New York: The Free Press.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (1995). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Sayılganoğlu, S. (2018). Kurumsal İletişim Bağlamında Belediyelerde Kurumsal Twitter Hesabı Kullanımı. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 389-406.

Svidroňová, M. M., Kařčáková, A. ve Vrbičanová, V. (2018-2019). Can Social Media be a Tool for Participatory Governance in Slovak Municipalities ? *The NISPAcee Journal of Public Administration and Policy*, 11(2), 81-101.

Tarhan, A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (35), 79-101.

Uzunoğlu, E., Onat, F., Aşman Alikılıç, Ö. ve Yeygel Çakır, S. (2009). *İnternet Çağında Kurumsal İletişim*. İstanbul: Say Yayınları.

Williams, R. (2018). *Anahtar Sözcükler*. (S. Kılıç, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Yaman, M. (2018). Belediyelerin Sosyal Medyadan faydalanma Biçimleri: Kütahya İli ve İlçe Belediyeleri İçerik Analizi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(20), 224-243.

Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir Ne Değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 898-910.

Yavuz, C. ve Duvan, Y. (2019). Belediyelerin Kurumsal İletişiminde Sosyal Medya: Karadeniz Bölgesi Örneği. *Kent Akademisi*, 12(4), 682-702.

Zıllıoğlu, M. (1993). İletişim Sorunları ve İlkeleri- Etkileşim ve Empati. M. Zıllıoğlu, A. Yüksel ve H. Gürgen (Dü.), *İletişim Bilgisi* içinde (99-108). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.