

**Atıf Bilgisi:** Karadağ, Y. ve Karaaslan, İ. A. (2022). Koronavirüs Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Kullanımı: Hashtag ve Kelime Analizleri. *İNİF E- Dergi*, 7(1), 339-365.

## KORONAVİRÜS PANDEMİ SÜRECİNDE BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLARININ SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK TWİTTER KULLANIMI: HASHTAG VE KELİME ANALİZLERİ\*

Yağmur KARADAĞ\*\*

Doç. Dr. İlkur AYDOĞDU KARAASLAN\*\*\*

DOI: 10.47107/inifedergi.1076746

**Araştırma Makalesi\*\*\*\***

Başvuru Tarihi: 21.02.2022

Kabul Tarihi: 20.04.2022

### Öz

Teknolojinin her geçen gün ilerlemesi ile birlikte önemli haber ve bilgi kaynakları içerisinde yer alan sosyal medya ve özellikle Twitter, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yaşandığı pandemi döneminde toplum ve büyükşehir belediye başkanları tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bu süreçte, toplumun söz konusu salgın hastalık hakkında doğru, güvenilir, hızlı bilgiye yönelik artan ihtiyacı, büyükşehir belediye başkanlarının geniş kitlelere ulaşmak, toplumu bilgilendirmek, onların sıkıntılarını, taleplerini öğrenmek ve siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmek istemeleri Twitter'ın öne çıkmasına neden olmuştur. Pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanlarının Twitter'ın en temel özelliklerinden biri olan hashtagleri kullanmaları, salgın hastalığa ve alınması gereken önlemlere yönelik kelimeleri vurgulamalarına, salgın hastalığa ilişkin tartışmaların yapılabilmesine, vurgulanmak istenen detayların ifade edilebilmesine imkân sağlamıştır. Bu çalışmada, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ilk kez konuşulmaya başlandığı 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün'ün paylaştıkları 2.189 tweet "Workbenchdata" ile elde edilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi içerisinde yer alan Frekans ve Kategorisel analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın temel amacı, büyükşehir belediye başkanlarının hashtag kullanım durumlarını, hashtag kullanım oranlarını, incelenen dönemdeki gündemin ne olduğunu, en sık hangi hashtagleri kullandıklarını, hangi konuları vurgulamak istediklerini, hangi kelimeleri sıklıkla kullandıklarını, hangi kelimeleri ön plana çıkardıklarını ortaya koymak oluşturmaktadır. Araştırmada kelime analizleri "Wordle" programı aracılığıyla görselleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanları içerisinde en fazla hashtag kullanan kişinin Alınur Aktaş olduğu, onu sırasıyla Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş ve Cengiz Ergün takip ettiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca büyükşehir belediye başkanlarının söz konusu pandemi dönemi içerisinde en çok salgın hastalığa yönelik yapılan uyarılara, topluma destek olmak amacıyla başlatılan yardım kampanyalarına yönelik hashtagler paylaştıkları görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Koronavirüs (Covid-19), Pandemi Süreci, Twitter, Hashtag, Kelime Analizi

\* Bu çalışma, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD'de Doç.Dr. İlkur Aydoğdu Karaaslan danışmanlığında hazırlanan "Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Kullanım Analizi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Doktora Programı, yagmurkaradaag@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4462-3109>

\*\*\* Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ilk2002tr@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

\*\*\*Yazar / yazarlar, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğuna ve kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edildiğine yönelik beyanda bulunmuştur.

## THE USE OF TWITTER AS A POLITICAL COMMUNICATION TOOL OF METROPOLITAN MAYORS DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC PROCESS: HASHTAG AND WORD ANALYSIS

### Abstract

With the advancement of technology day by day, social media, which is among the important news and information sources, and especially Twitter, are frequently used by the society and metropolitan mayors during the pandemic period as the Coronavirus (Covid-19) epidemic disease is experienced. In this process, the increasing need of the society for accurate, reliable and fast information about the epidemic in question, and the desire of metropolitan mayors to reach large masses, to inform the society, to learn about their problems and demands, and to carry out political communication activities have led Twitter to come to the fore. During the pandemic period, the use of hashtags, which is one of the most basic features of Twitter by the metropolitan mayors and emphasizing the words for the epidemic and the precautions to be taken, provided the opportunity to initiate discussions about the epidemic and to express the details to be emphasized. In this study, 2.189 posts of Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alinur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün who serve as Istanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep and Manisa Metropolitan Mayors between March 1, 2020 and April 30, 2020 on their official Twitter accounts when the coronavirus (Covid-19) pandemic process was the most talked about matter and took effect throughout Turkey were obtained through the “Workbenchdata”. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the research. Frequency and Categorical analysis techniques were used included in content analysis. The main purpose of the research is Metropolitan Mayors the use of hashtags, the rates of hashtag usage, the agenda in the examined period, which hashtags they use most often, which topics they want to emphasize, which words they use frequently, which words they highlight were examined. In the research, word analyzes were visualized through the “Wordle” program. As a result of the research, it was revealed that the person who used hashtags the most among the Metropolitan Mayors during the pandemic period was respectively Alinur Aktaş, followed by Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş and Cengiz Ergün. In addition, it is seen that the mayors of the Metropolitan Mayors mostly shared hashtags for the warnings about the pandemic disease and the aid campaigns launched to support the society.

**Keywords:** *Coronavirus (Covid-19), Pandemic Process, Twitter, Hashtag, Word Analysis*

### Giriş

İnsanların doğdukları andan itibaren yaşamlarının kaçınılmaz bir parçası olan iletişim ve siyaset her zaman önemini koruyan temel iki disiplini ifade etmektedir. Siyaset ve iletişim disiplinlerinin sentezinden oluşan, siyasetin iletişime duyduğu ihtiyaç ile birlikte gelişen siyasal iletişim disiplini günümüzde büyükşehir belediye başkanları için vazgeçilmez bir araçtır. Tarihsel süreç içerisinde iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşümler beraberinde siyasal iletişimin işleyiş biçimini de doğrudan etkilemiş ve yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur.

Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte internetin ortaya çıkması, gelişmesi ve özellikle Web 2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla insanlar yaşamlarını dijital bir dünya içerisinde sürdürmeye başlamıştır. İnsan sağlığı açısından 100 yılda bir karşılaşılabilecek en tehlikeli salgın hastalık olma özelliğine sahip Koronavirüs (Covid-19), insanların varolan dijital dünya içerisinde daha da fazla zaman geçirmelerini sağlamıştır. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin yaşandığı dijitalleşen dünyada, siyaset konusunda söz sahibi olmak isteyen büyükşehir belediye başkanları zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, anlık ve hızlı bir şekilde toplumla iletişim ve etkileşim kurabildikleri sosyal medya platformlarını söz konusu salgın hastalığın etkisiyle daha da aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde söz konusu salgın hastalık nedeniyle işleyiş değişen siyasal iletişim, sosyal medya platformlarının ve özellikle Twitter’ın gücünün bilincinde olan büyükşehir belediye başkanları için oldukça önemli hale gelmiştir. Pandemi dönemi içerisinde büyükşehir

belediye başkanlarının kullandıkları hashtagler ve kelimeler söz konusu salgın hastalığa yönelik küresel ve yerel ölçekte bilgilerin öğrenilmesi, organize olunabilmesi ve farkındalığın artırılması noktasında çok önem taşımaktadır.

Bu bağlamda araştırmada, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye’de ilk kez konuşulmaya başlandığı 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün’ün gerçekleştirdikleri ve “Workbenchdata” ile elde edilen 2.189 tweet içerisinde hashtag kullanıp kullanmadıkları, hashtag kullanım oranlarının nasıl olduğu, incelenen dönemdeki gündemin ne olduğu, en sık hangi hashtagleri kullandıkları, hangi konuları vurgulamak istedikleri, hangi kelimeleri sıklıkla kullandıkları, hangi kelimeleri ön plana çıkardıkları ele alınmıştır. Araştırmada kelime analizleri “Wordle” programı aracılığıyla görselleştirilmiştir.

### **1. Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Süreci ve Büyükşehir Belediye Başkanlarının Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Kullanımı**

Tarihsel süreç içerisinde insanlar hayatları için tehlike ve tehdit oluşturan birçok salgın hastalık ile karşı karşıya kalmışlardır. Söz konusu salgın hastalıklar pek çok pandeminin ortaya çıkmasına da neden olmuş ve pandemiler beraberinden insan yaşamını geri döndürülemez bir şekilde değiştirmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) (2020a), bir hastalık haline dönüşen enfeksiyonun “pandemi” olarak ilan edilebilmesi için gerekli olan üç temel kriterin; daha önceden maruz kalınmamış, yeni bir virüsten kaynaklanan bir salgın hastalığın ortaya çıkması, salgın hastalığın insandan insana bulaşıyor olması ve tehlikeli hatta öldürücü bir hastalığa neden olması ve salgın hastalığın kolay, devamlı bir şekilde bulaşması ve hızla yayılabiliyor olması olduğunu belirtmektedir.

Sağlık, eğitim, ekonomi, siyaset, kültür-sanat gibi gündelik hayatta birçok alanın farklılaşmasına neden olan son pandemi, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığıdır. Koronavirüs (Covid-19), Aralık 2019’da ilk kez Çin’in Hubei bölgesinde bulunan Vuhan kentinde görülen, yeni keşfedilen bir koronavirüsün neden olduğu, insandan insana çok kolay, sürekli bir şekilde bulaşabilen ve dünya çapında birçok ölüme sebep olan bir salgın hastalıktır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020b; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Covid-19’un dünya ülkelerine yayılması oldukça hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, çok kısa bir sürede, dünya ülkelerine yayılmaya başlayan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı, toplumlar için büyük bir tehdit oluşturmuştur ve kısa zamanda dünya toplumlarını etkisi altına almıştır. Koronavirüs (Covid-19) salgını gelişen süreçte dünya genelinde eşi benzeri görülmemiş bir siyasal ve sosyal tepkiye de neden olmuştur. Aynı zamanda salgının dünya çapında hızlı bir şekilde yayılması küresel ekonomi üzerinde de büyük sonuçları beraberinde getirmektedir (Singh vd., 2020, s. 1). Birçok ülke Koronavirüs’ün neden olduğu küresel ekonomik zararı karşılamak için ekonomik destek paketleri, önlem programları yayınlamıştır. Böylece, dünya ülkelerinin Covid-19’u engellemek amacıyla aldıkları radikal kararlar nedeniyle durma noktasına gelen ekonomiler, desteklerle bir nebze de olsa düzenlenmeye çalışılmıştır. Koronavirüs salgın hastalığı ve pandemi süreci, sadece ülkelerin ekonomilerini değil, tüm dünyada insanların gündelik yaşam pratiklerini, çalışma hayatlarını, siyaseti ve siyasal iletişimin işleyiş şeklini, eğitim ve öğretim yöntemlerini doğrudan etkilemiştir. Ayrıca ulaşım ve turizm sektörleri başta olmak üzere birçok alanı, ülkelerin büyümesini, istihdam açısından ekonomiyi ciddi oranda olumsuz etkilemiştir. Bu bağlamda insanların ve devletlerin hem

yerel hem de küresel ölçekte değişim ve dönüşümleri kaçınılmaz hale gelmiştir. Salgını kontrol altına alabilmek için dünya genelinde insanların kalabalık ortamlarda bir arada bulunmaması ve salgının yayılma hızını azaltmak amacıyla birtakım önlemler alınarak yüz yüze faaliyetler kısıtlanarak online ortamlardaki etkinlikler ön plana çıkmıştır.

İnternetin etkin, hareketli ve aktif bir küresel ağ olarak var olması özellikle Web 2.0 teknolojisi ile birlikte internetin değişim sürecinin sosyal paylaşım ağlarına etkisi de büyük olmuştur. Web 2.0 dönemi ile internet daha bireysel bir hale gelmiş ve etkileşim ögesinin önemi dikkat çekmeye başlamıştır (Uzunoğlu vd., 2009, s. 131). Web 2.0 teknolojisi ve kullanıcılara sağladığı etkileşim özelliği sayesinde günümüzde sıklıkla kullanılan Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube gibi sosyal ağlar insan yaşamına girmiştir. Sosyal medya en genel anlamıyla; kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş, duygu ve düşünce, ilgi alanlarını paylaşarak iletişim ve etkileşim kurmalarına olanak sağlayan online araçlar ve internet tabanlı bir ortam olarak tanımlanmaktadır (Al ve Köseoğlu, 2013, s. 110). Sosyal medya, iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşümler etrafından sürekli olarak kendisini geliştirmekte ve yenilenmektedir. Bu bağlamda sosyal medya temel olarak, zaman ve mekân kısıtlamasını ortadan kaldırarak bireysel iletişimi tartışmalı bir zemine çekmekte ve bireyler gündelik yaşamlarında gerçekleştirdikleri birçok şeyi bu ortamda da gerçekleştirebilme imkanına sahip olmaktadır. Bireyler sosyal medya içerisinde aktif olmasalar bile en azından pasif olarak izleyici ve takipçi rolleriyle bakmadan geçememektedirler (Yurdigül ve Elitaş, 2017, s. 135-136). Böylece sosyal medya, günümüzde yaşamın her alanını kapsamakta ve her yaşta insanın her konu hakkında bilgi sahibi olabildiği, kültür-sanat, alışveriş, eğlence, spor gibi çeşitli amaçlarını karşılayabildiği, dünyanın bir başka noktasında yaşayanlarla yakınlaşabildiği ve mesafelerin yok olmasını sağlayan yeni bir iletişim biçimi haline gelmektedir.

Web 2.0 teknolojisi ile birlikte sosyal medyanın ortaya çıkması, gelişmesi ve birçok insan tarafından kullanılıyor olması siyasi liderlerin, büyükşehir belediye başkanlarının bu alandaki gücü fark etmelerine neden olmuştur. Birtakım kararların uygulanması ve etkinliklerin faaliyete geçirilmesi aşamasında büyükşehir belediye başkanlarına da önemli görevler düşmektedir. Bu bağlamda söz konusu platformlarda herhangi bir maliyet olmadan tüm faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi, kullanıcılarla iletişime geçilebilmesi, onların düşünce ve önerilerine kısa bir süre içerisinde ulaşılabilmesi sayesinde sosyal medya etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Siyasal iletişimi, “siyaset üzerinde kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç aktörün; politikacıların, gazetecilerin ve nabız yoklamacıların aracılığı ile kamuoyunun çelişkili söylemlerinin değiş tokuş edildiği alan” olarak tanımlamak mümkündür (Wolton, 1991, s. 51-58). Sosyal medya ve özellikle Twitter’ın etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaları siyasal katılımı sağlama konusunda da çok önemli rol oynamaktadır. Büyükşehir belediye başkanları her dönem toplumla etkili bir iletişim kurmak, geniş kitlelere çok kısa sürede doğrudan hitap edebilmek ve geri bildirimleri kısa sürede iletebilmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu bağlamda sosyal medya, çok önemli bir siyasal katılım aracı haline gelmiştir. Günümüzde, dünyadaki bütün siyasi liderler sosyal medyayı kendi iktidarını kurma adına aktif olarak kullanmaktadır. Çünkü sosyal medya sayesinde siyasi liderler, büyükşehir belediye başkanları daha çok seçmene ulaşabilmekte, onların görüşlerini etkin ve verimli bir şekilde değerlendirebilmektedir. Siyasi liderler, büyükşehir belediye başkanları adeta fiziksel olarak katılımın gerektiği miting meydanlarını, sanal mecralara taşımışlardır (Yağmur, 2015, s. 27). Bu bağlamda, sosyal medya tüm siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları tarafından her dönemde önemli bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Sosyal medyada faaliyet gösteren siyasi liderler ve büyükşehir

belediye başkanları söz konusu ortamların sahip olduğu önemli gücü kendi lehlerine çevirme amacı taşımaktadır. Sosyal medyada içerisinde her şeyin açık, net, şeffaf olması nedeniyle herkes tarafından anlaşılır biçimde sunulmasına ilişkin faaliyetlerin başarılı bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir.

Sosyal medyanın en çok kullanılan ağlarından biri olan Twitter, insanların günlük hayatlarında yaşadıkları, duydukları, düşündükleri, deneyimledikleri her konu hakkında bir web ortamı içerisinde başka kullanıcılarla, kısa cümleler yazarak iletişim kurabildikleri bir sosyal ağıdır. Bir başka ifadeyle, internete erişimi olan herkesin ücretsiz bir şekilde üye olabildiği, kamusal bir paylaşım ağı olarak da tanımlanmaktadır (Cemiloğlu Altunay, 2010, s. 36). Twitter, büyükşehir belediye başkanlarının ideolojilerini topluma, toplumsal gruplara, ülkelere sundukları ve propagandalarını yaptıkları en etkili platformdur. Twitter aracılığıyla bireyler büyükşehir belediye başkanlarına doğrudan ulaşabilmekte, zaman ve mekândan bağımsız olarak anlık, hızlı bir şekilde karşılıklı iletişim ve etkileşim kurabilmektedir. Böylece isteklerini, şikayetlerini bizzat iletme imkanına sahip olmaktadır. Büyükşehir belediye başkanları da en önemli açıklamalarını söz konusu platform üzerinden yolladığı tweetler ile gerçekleştirmekte ve paylaşımlarını sıklıkla Twitter'ın en temel özelliklerinden biri olan "hashtag"ler ile desteklemektedir. Büyükşehir belediye başkanları Twitter sayesinde attıkları tweetlerin altına yapılan olumlu, olumsuz birçok tweeti de okuyabilmekte ya da kendi isimlerini hashtagler üzerinden arattıklarında, insanların kendileri hakkındaki düşüncelerini kolaylıkla öğrenebilmektedir. Böylece toplumdan anlık geri bildirim alabilmektedir. Bu nedenle, Twitter siyasal iletişim açısından toplum ile bağ kurmada önemli rol oynamaktadır.

Twitter kültürünün olmazsa olmaz bir parçası olan hashtagler, Twitter kullanıcılarının belirli konular ve olaylar hakkında tartışmalar yapabilmelerini, bu tartışmalar çerçevesinde bir araya gelebilmelerini, organize olabilmelerini sağlamak ve böylece kullanıcıların çeşitli konulara, tartışmalara ulaşmaları, katılmaları noktasında önemli bir kolaylık imkânı yaratmaktadır (Fitton vd., 2009, s. 126). Özellikle Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde hem toplum tarafından hem de büyükşehir belediye başkanları tarafından söz konusu salgın hastalığa yönelik bilgilendirmeleri, alınması gereken önlemleri, riske karşı nasıl korunmak gerektiği, dünya genelinde yaşanan gelişmeleri vb. birçok amaç için hashtagler kullanılmıştır. Aynı zamanda büyükşehir belediye başkanları Covid-19 salgın hastalığına dikkat çekmek amacıyla paylaştıkları tweetlerde kullandıkları kelimelere de oldukça önem vermiş ve sıklıkla salgın hastalığa yönelik vurgu yapmışlardır.

Büyükşehir belediye başkanları geleneksel medyanın yanında Twitter'ı her dönem bir siyasal iletişim aracı olarak yoğun olarak kullanmaktadır. Özellikle içerisinde yaşadığımız Covid-19 pandemi sürecinde toplumun ihtiyaçlarını en hızlı şekilde tespit edebilecek ve bu ihtiyaçları giderebilecek olan büyükşehir belediye başkanları, Twitter üzerinden toplumu salgın hastalığa yönelik bilgilendirmekte, son gelişmeleri iletmede, gerçekleştirecekleri yardımları, koruyucu önlemleri paylaşmakta ve toplumun pandemi sürecine yönelik her türlü geri bildirimini bu platform üzerinden öğrenebilmektedirler. Aynı zamanda toplum da pandemi sürecine yönelik her türlü gelişmeyi söz konusu platform ve hashtagler üzerinden hızlı, anlık ve eksiksiz bir şekilde takip edebilmekte ve organize olabilmektedirler. Bu süreç içerisinde Twitter hem yerel yöneticilere hem de bireylere siyasal iletişim açısından fırsat eşitliği, organize olma gücü, izleme ve veri gücü noktalarında etki sağlamaktadır. Bu bağlamda, Twitter sayesinde siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik siyasal

iletişim stratejilerini başarılı bir şekilde belirleyebilmektedir.

## **2. Araştırmanın Uygulanması**

### **2.1. Araştırmanın Amacı**

Sosyal medya platformları içerisinde en çok kullanılan sosyal ağlarından biri olan Twitter, siyasal iletişim olgusu ve süreci içerisinde yerel politikacıların topluma doğrudan ulaşabilmelerini, mesajlarını içten bir şekilde iletebilmelerini, toplumun birçok konu hakkında bilgi ve gelişmeleri öğrendiği iletişim ortamlarını tanıyabilmelerini, toplumun isteklerini, sorunlarını öğrenebilmelerini ve söz konusu platformlar içerisinde aktif olabilmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla Twitter, yerel politikacılar için önemli bir stratejik araca dönüşerek bir siyasal iletişim aracı haline gelmektedir. Günümüzde toplum içerisinde gerçekleşen kitlesel olaylar sosyal medya platformları ve özellikle Twitter üzerinden daha fazla takip edilmekte, olayların akışı anlık olarak verilmekte olayların etkileri daha fazla kişiyle iletişim, etkileşim kurularak paylaşılmaktadır. Bu açıdan, büyükşehir belediye başkanlarının Twitter’da hangi konular üzerinde durdukları, hashtag kullanıp kullanmadıkları, hangi hashtagleri ve kelimeleri sıklıkla kullandıklarını belirlemek söz konusu başkanların siyasal iletişim stratejilerini anlamak açısından da önem arz etmektedir. Bu bağlamda araştırmanın temel amacını, büyükşehir belediye başkanlarının pandemi sürecinde gerçekleştirdikleri Twitter paylaşımlarında hashtag kullanma durumlarının ve oranlarının ne olduğunu, en sık hangi hashtagleri kullandıklarını, incelenen dönemdeki gündemin ne olduğunu, hangi konuları vurgulamak istediklerini, hangi kelimeleri sıklıkla kullandıklarını, hangi kelimeleri ön plana çıkardıklarını ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Dolayısıyla, araştırmada büyükşehir belediye başkanlarının toplumla olan iletişimlerinde hashtag kullanım oranları, kullandıkları hashtagler ve kelime analizleri detaylı bir şekilde incelenecektir.

### **2.2. Araştırmanın Kapsamı**

Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile tüm dünyada ve Türkiye’de ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel açıdan birçok değişiklik yaşanmaktadır. Özellikle söz konusu salgın hastalık toplumların gündelik yaşamlarında çalışma düzenlerinin, eğitim ve öğretim yöntemlerinin değişmesini gündeme getirmiştir. Ayrıca pandemi ile birçok sektörde işsizlik problemi de ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, siyasi aktörlerin pandemi ile gelen sorunlara çözüm önerileri toplum tarafından beklenmiştir. Özellikle her bölgedeki belediye başkanlarının toplumdaki sorunlar ile ilgilenmeleri ve onlar ile iletişim kurmaları bu dönemde büyük önem arz etmekteydi. Bu nedenle, büyükşehir belediye başkanlarının salgın hastalığın olduğu dönemde topluma en yakın olan, toplumun ihtiyaçlarını, sorunlarını en hızlı tespit edebilecek olan ve karşılayabilecek olan kişiler olması araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanlarının toplum ile hızlı bir şekilde iletişim kurması ve gerekli bilgilerin aktarımı aşamasında sosyal medyanın önemi kaçınılmaz olmuştur. Bu bağlamda araştırmada, nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasından hareket edilerek İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanlarının pandemi dönemindeki Twitter analizleri araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir. Söz konusu kriterlere göre seçilen büyükşehir belediye başkanları Ekrem İmamoğlu (İstanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alınur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep) ve Cengiz Ergün (Manisa) olarak belirlenmiştir. Araştırma pandemi döneminin başladığı 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında büyükşehir belediye başkanlarının Twitter paylaşımları üzerinden

yapılmıştır.

Literatürde büyükşehir belediye başkanlarının seçim dönemi öncesine ve o döneme ait çeşitli çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Literatürde seçimin olmadığı dönemlerde yerel yöneticilerin çalışmaları ile ilgili yapılmış çalışma nadiren görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönem Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı gibi insanlık tarihi içerisinde yüzyılda bir, çok nadir olarak karşılaşılabilecek bir dönemi içermektedir. Bu dönemde özellikle büyükşehir belediye başkanlarının toplum üzerindeki etkisi çeşitli durumlarda ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, toplumun ihtiyaçları ve gereksinimleri dikkate alınarak büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde iletişiminin ne düzeyde olduğu, seçimlerden bağımsız, farklı bir dönem içerisinde Twitter'ı siyasal iletişim açısından kullanımı derinlemesine incelendiği için önem taşımakta ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### 2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralaması dikkate alınarak belirlenen büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesapları aracılığıyla yapılan paylaşımları ve elde edilen sayısal verileri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi, iletişim içeriğinin önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinde sistematik olarak yapılmasını sağlayan bir araştırma yöntemidir (Geray, 2017, s. 145). İçerik analizinin en temel amacı ise “sayıca fazla olan metin yığnında, araştırma sorusu açısından önem arz eden ortak bilgileri tespit etmek ve değerlendirmektir” (Gökçe, 2006, s. 21). Söz konusu yöntem içerisinde Frekans ve Kategorisel Analiz teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada, büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımları, 2018 yılında Columbia Üniversitesi Gazetecilik Okulu tarafından geliştirilen “Workbenchdata” isimli web tabanlı bir arayüz üzerinden elde edilmiştir. Söz konusu program aynı zamanda elde edilen tweetlerin temizlenebilmesine, filtrelenebilmesine ve görselleştirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırma kapsamında kelime analizleri “Wordle” aracı kullanılarak görselleştirilmiştir.

### 2.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından atılmış oldukları tüm tweetler oluştururken, araştırmanın örneklemi ise Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye’de ilk kez görüldüğü, hızla ilerlediği, salgına yönelik sıkı önlemlerin alındığı dönemleri içeren 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alınur Aktaş, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı Cengiz Ergün’ün Twitter hesapları üzerinden atılmış oldukları tüm tweetler oluşturmaktadır. Örneklem için seçilen büyükşehir belediye başkanları Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2019 yılına ait olarak açıkladığı “Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları” üzerinden nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasına göre seçilmiştir. Araştırmada, 31 Mart 2019 Türkiye yerel seçimlerinde en çok büyükşehir alan ilk beş parti incelenmek istenmiştir. Ancak söz konusu yerel seçimden üçüncü parti olarak çıkan İyi Parti’nin, CHP ile birlikte ittifak kurarak girdiği illerin dışında büyükşehirlerde adayları kazanamamıştır. Bu nedenle araştırmaya dahil edilememiştir. Dördüncü parti olan Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ise yalnızca bir büyükşehiri kazanmıştır. Bu nedenle MHP’den yalnızca bir büyükşehir belediye başkanı araştırmaya dahil edilebilmiştir.

Beşinci parti olan Halkların Demokrat Partisi'nin (HDP) seçimi kazandığı büyükşehirlerde ise belediye başkanlarının yerine vekiller atanmıştır. Bu nedenle araştırmada HDP'li büyükşehir belediye başkanlarına yer verilememiştir.

Tüm bu nedenlerden dolayı nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasına göre 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleştirilen Türkiye yerel seçim sonuçlarına göre, AK Parti'den iki, CHP'den iki ve MHP'den bir büyükşehir belediye başkanı seçilmiştir. Tüm bu çalışma Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin ve Cengiz Ergün'nün Twitter'da resmi sayfası olarak belirttikleri @ekrem\_imamoglu, @mansuryavas06, @Alinuraktas70, @FatmaSahin ve @cengizergun üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu beş büyükşehir belediye başkanının belirlenen tarihler arasında yaptıkları toplam 2.189 paylaşımın tamamı araştırmaya dahil edilmiştir.

## 2.5. Araştırmanın Bulguları

### 2.5.1. Ekrem İmamoğlu'nun Toplumla Olan İletişimde Hashtag Kullanımı ve Kelime Analizi

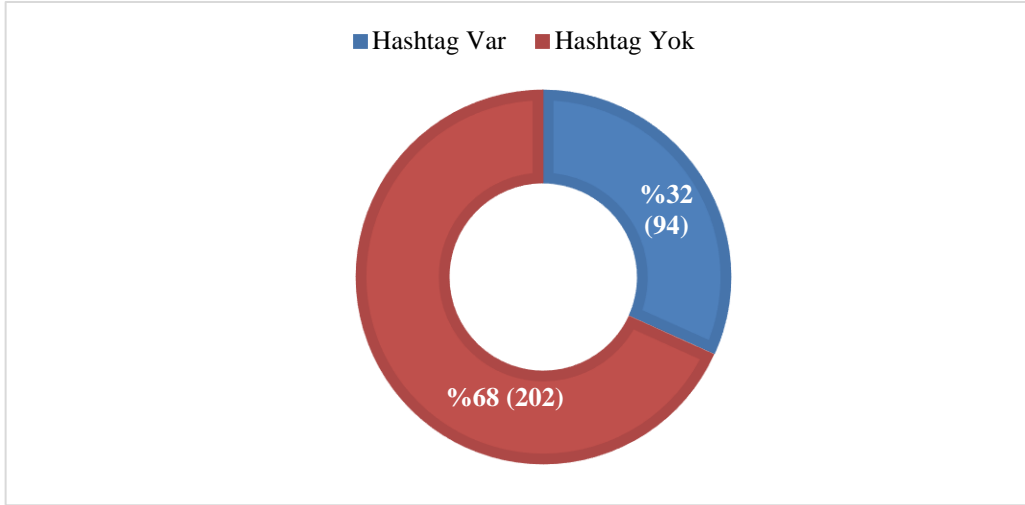
Araştırma, büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde paylaştıkları tweetlerdeki hashtag kullanım oranlarının nasıl olduğunu, incelenen dönemdeki gündemin ne olduğunu, en sık hangi hashtagleri kullandıklarını, hangi konuları vurgulamak istediklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda hashtag (#) kullanımı, Twitter içerisinde gündem oluşturmanın, oluşturulan gündeme yönelik yapılan paylaşımları desteklemenin, yeni bir konunun ya da olayın herkes tarafından tartışılmaya başlamasının, vurgulanmasının, tartışılan konular etrafında bir araya gelebilmenin, organize olabilmenin ve etkileşimi arttırmanın temel kaynağı olarak dikkat çekmektedir. Hashtag kullanımı ile birlikte Twitter'ı kullanan insanlar tarafından paylaşılan tweetler belirli konulara ya da kategorilere ayrılabilir. Örneğin, #covid19 hashtag ile birlikte atılan tüm tweetler, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik dünyada ve ülkemizde yaşanan tüm gelişmeleri, Dünya Sağlık Örgütü ya da siyasi liderler tarafından yapılan açıklamaları, çeşitli düşünceleri, yorumlamaları içermektedir. Büyükşehir Belediye Başkanları da Twitter'ın özünde yer alan hashtag kullanımını her dönem sıklıkla gerçekleştirmektedir. Araştırma kapsamında Ekrem İmamoğlu'nun Twitter aracılığıyla yapmış olduğu paylaşımların içerisinde hashtag kullanıp kullanmadığı ve hashtag kullanımının düzeyinin nasıl olduğu belirlenmektedir.

Şekil 1'e göre Ekrem İmamoğlu<sup>1</sup>'nin, 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında paylaşmış olduğu 296 tweetin %32'sinde (94) hashtag kullandığı, %68'inde (202) ise hashtag kullanmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, İmamoğlu'nun tweetlerinde Twitter'ın özünde yer alan hashtaglere de yer verdiği tespit edilmektedir. Ancak her tweetinde hashtag kullanmadığı görülmektedir. İmamoğlu, kullandığı hashtagler ile Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde hem etkileşimini arttırmaya hem de gündem oluşturmaya, oluşturduğu gündemler ile siyasal mesajlarını iletmeye, gündeme yönelik paylaşımlarda bulunmaya özen göstermiştir.

<sup>1</sup> Ekrem İmamoğlu, 2009 yılında CHP Beylikdüzü İlçe Başkanı seçilmiş ve 30 Mart 2014 yılında gerçekleşen yerel seçimlerde Beylikdüzü Belediye Başkanı olmuştur. Bu süreçte, Beylikdüzü'nün sosyal ve kültürel hayatında etkin rol oynayan İmamoğlu, günümüzde birçok sivil toplum kuruluşunda da aktif üye olarak yer almaktadır. 23 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olarak seçilmiştir. Halen görevini sürdüren İmamoğlu, evli ve 3 çocuk babasıdır (<https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/> Erişim Tarihi: 13.02.2021).



**Şekil 1. Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarındaki Hashtag Kullanımı**



Tablo 1’de, toplum ile paylaşmış olduğu 94 tweetin içerisinde kullandığı hashtaglerden 36’sının farklı olduğu göze çarpmaktadır. İmamoğlu’nun 57 kez kullandığı ve en çok vurguladığı hashtag olarak #BirlikteBaşaracağız dikkat çekmektedir. İmamoğlu’nun, #BirlikteBaşaracağız hashtagi temel olarak, İstanbul Büyükşehir Belediyesi olarak başlattıkları, 16 milyon İstanbulluya her alanda zorlukların yaşandığı pandemi döneminde destek olmayı amaçlayan bağış kampanyasının isminden gelmektedir. Söz konusu kampanya ve Twitter’da kampanyanın ismiyle kullanılan hashtag ile hem Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde karşılaşılan tüm zorlukların hep birlikte atlatılacağı mesajı verilmiş hem de topluma bu süreçte sosyal yardım, psikolojik danışmanlık hizmetleri, sağlık çalışanlarına yönelik ücretsiz konaklama desteği, çocuklar için online oyun grupları, gıda ve hijyen ürünleri, ihtiyaç sahiplerinin faturalarının ödenmesi gibi destekleri içeren kampanyaya yönelik bir gündem oluşturulmak istenmiştir. İmamoğlu tarafından sıklıkla kullanılan diğer hashtagler ise #SosyalMisafir, #İstanbulMeraklısı ve #HalkSüt olarak karşımıza çıkmaktadır. #SosyalMisafir hashtag ile pandemi döneminde kültür-sanat etkinliklerinden mecburen uzakta kalmak zorunda olan insanların, evlerinden çıkmadan söz konusu etkinliklerle buluşmalarını sağlamak amacıyla İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından online olarak düzenlenen bir projeyi ifade etmektedir. #İstanbulMeraklısı hashtagini içeren tweetlerde ise moderatör ve sunucu Ebru Keser tarafından İstanbul’da gerçekleşen ve merak edilen her konuya yönelik içeriklerin yer aldığı görülmektedir. İmamoğlu, #İstanbulMeraklısı hashtag ile toplumun hem İstanbul hakkında hem de gerçekleştirilen projeler hakkında bilmediği noktaları öğrenmelerini sağlamaktadır. İmamoğlu’nun sıklıkla kullandığı bir diğer hashtag ise #HalkSüt’tür. #HalkSüt hashtagi ile “Süt Her Çocuğun Hakkı” sloganının vurgulandığı, dezavantajlı ailelerin 3-6 yaş aralığında yer alan ve toplamda 100 bin çocuğa 15 günde bir süt dağıtımının yapıldığı proje ifade edilmektedir. İmamoğlu, #HalkSüt hashtagi kullanarak yaptığı paylaşımlarında, söz konusu sütlerin Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde de dağıtıldığını, dağıtılmaya da devam edeceğini, bu dağıtım işinin hijyenik önlemlerle ve dezenfekte edilmiş araçlar ile gerçekleştirildiğini vurgulamıştır. Son olarak İmamoğlu’nun kullandığı diğer hashtaglerin gündeme, özel günlere yönelik olduğu görülmektedir. Gündeme ve özel günlere yönelik kullanılan hashtaglere örnek olarak ise

#DünyaEmekçiKadınlarGünü, #BerkinElvan, #MehmetAkifErsoy, #14MartTıpBayramı, #Tokyo2020, #DünyaTiyatroGünü, #EvdeKal, #AlparslanTürkeş,#AvukatlarGünü,#BeratKandili,#SağlıkHaftası, #TürkPolisTeşkilatı 175Yaşında, #DünyaRomanlarGünü, #DünyaSanatGünü, #GamzePala, #TurgutÖzal, #23NisanKutluOlsun, #HoşgeldinYaŞehriRamazan verilebilmektedir.

**Tablo 1. Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarında Kullandığı Farklı Hashtag Sayısı**

	Ekrem İmamoğlu
Hashtag Sayısı	94
Farklı Hashtag Sayısı	36

Arastırmada incelenen bir başka nokta ise büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde, 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında paylaşmış oldukları tweetlerde en sık kullandıkları kelimelerin analizi ve bu kelimeleri hangi amaçlarla kullandıklarının tespit edilmesidir. Büyükşehir belediye başkanlarının söz konusu salgın hastalığın yaşandığı süre içerisinde en sık kullandıkları kelimelerin ortaya çıkarılması, pandemi döneminde en çok hangi noktalara önem verdiklerini, hangi konularda siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini belirlemek açısından büyük önem arz etmektedir. Bu noktada, "workbenchdata" isimli web tabanlı bir arayüz sayesinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının tüm tweetlerinin elde edilmesinin ardından "Wordle" programı vasıtasıyla kelime bulutları oluşturulmuştur. Kelime bulutlarına, anlamsız kelimeler, sözcükler, bağlantı linkleri ve emoji ile hashtag ve mentionlar dahil edilmemiştir. Söz konusu program sayesinde büyükşehir belediye başkanları tarafından en sık kullanılan kelimeler büyük boyutta ifade edilirken, kelimelerin kullanım sayısı azaldıkça kelimelerin görseldeki boyutları da küçülmektedir. Bu bağlamda, Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımlarda en sık kullandığı kelimeler Kelime Bulutu 1'de yer almaktadır.

**Kelime Bulutu 1. Ekrem İmamoğlu'nun Kelime Analizi**



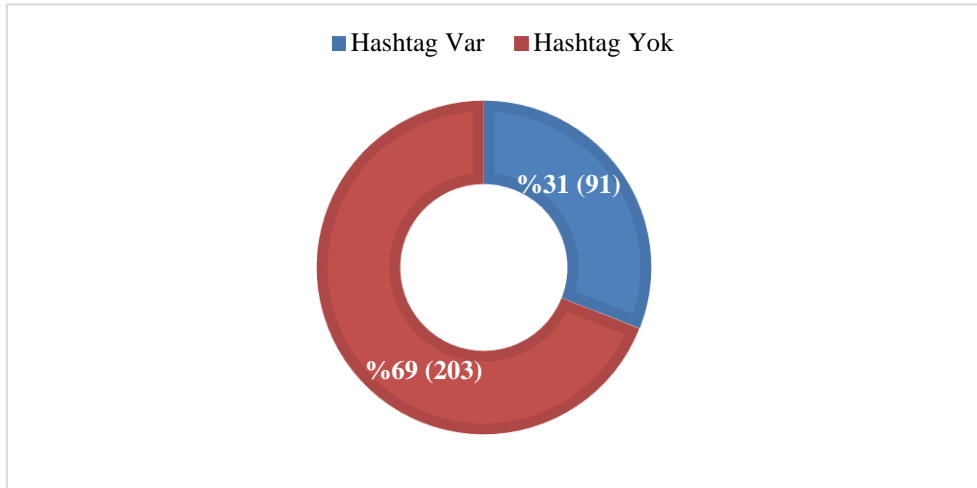
İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter içeriklerinde kullandığı kelimeler incelendiğinde, "İstanbul" en sık kullanılan kelime olarak ön plana çıkmaktadır. İmamoğlu'nun aynı

zamanda “İBB”, “sağlık”, “salgın”, “koronavirüs”, “maske”, “dezenfekte”, “birlikte”, “olarak”, “başaracağız”, “mücadele”, “dayanışma”, “destek”, “hizmet”, “aşacağız” “toplu”, “taşıma” kelimelerini de sıklıkla kullandığı görülmektedir. Kullanılan kelimeler ile birlikte bu salgın hastalık karşısında İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin ve Ekrem İmamoğlu’nun toplumun yanında olduğu ve bu zorlu günlerin mücadele, dayanışma, destek ile birlikte aşılabileceği mesajı verilmiştir. Birliktelik üzerine özenle durulmuş ve toplum ile bağlılığına dikkat çekilmiştir. İmamoğlu’nun süreç içerisinde kullandığı kelimeler ile maske kullanımı, dezenfekte işlemlerinin önemine vurgu yaptığı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin başta toplu taşıma araçları olmak üzere her alanda İstanbullulara hizmet vermeye devam edileceği mesajının verildiği görülmektedir.

### 2.5.2. Mansur Yavaş’ın Toplumla Olan İletişimde Hashtag Kullanımı ve Kelime Analizi

Mansur Yavaş<sup>2</sup>’in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında paylaşmış olduğu toplam 294 tweetin %31’inde (91) hashtag kullandığı, %69’unda (203) ise hashtag kullanmadığı görülmektedir (Şekil 2). Bu bağlamda, Yavaş’ın paylaştığı tweetlerde Twitter’ın en temel özelliklerinden biri olan hashtaglere yer verdiği ancak her tweetinde yoğun olarak hashtag kullanmadığı gözlenmektedir. Yavaş, Twitter hesabından paylaştığı tweetlerde kullandığı hashtagler ile Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde hem etkileşimini arttırmakta hem de gündem oluşturmada, oluşturduğu gündemler ile siyasal mesajlarını iletmekte, gündeme yönelik paylaşımlarda bulunmaktadır.

Şekil 2. Mansur Yavaş’ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarındaki Hashtag Kullanımı



Tablo 2’de görüldüğü gibi, Mansur Yavaş’ın toplum ile paylaşmış olduğu 91 tweetin içerisinde kullandığı hashtaglerden toplamda 30 tanesinin farklı olduğu dikkat

<sup>2</sup> Mansur Yavaş, 18 Nisan 1999 seçimlerinde %51 (8.500) oy oranıyla Beypazarı Belediye Başkanı olmuştur. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen yerel seçimlerde ise Cumhuriyet Halk Partisi’nin Ankara adayı olmuş ve Ankara’da oyların %50,93’ünü alarak, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Evli ve iki çocuk babasıdır (<http://www.mansuryavas.com.tr/> Erişim Tarihi: 26.02.2021).

çekmektedir. Yavaş'ın 41 kez kullandığı ve en çok vurguladığı hashtag olarak #BirlikteBaşaracağız dikkat çekmektedir. Yavaş'ın, #BirlikteBaşaracağız hashtagini hem İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Ekrem İmamoğlu'nun başlattığı Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde toplumun sağlık, ekonomi, eğitim gibi her alanda mücadele etmek zorunda kaldığı zorluklara yönelik yardımcı olmayı amaçlayan bağış kampanyasına destek vermek hem de Ankara'da salgın hastalık süreci içerisinde yaşanan zorlukların sağlığını koruyarak, hep birlikte atlatılacağına, Ankara Büyükşehir Belediyesi olarak her zaman toplumun yanında olacaklarına yönelik bir mesaj vermek amacıyla kullandığı görülmektedir. Ayrıca, Yavaş'ın #BirlikteBaşaracağız kampanyasına yönelik kendi hesabından da destek vermesini Ekrem İmamoğlu tarafından başlatılan gündeme destek vermekte ve siyasal mesajlarını topluma iletmektedir. Yavaş tarafından yoğun olarak kullanılan diğer hashtagler ise #6MilyonTekYürek, #EvdeKal, #VeresiyeDefteri ve #İyilikDahaBulaşıcı olarak gözlenmektedir. Yavaş, #6MilyonTekYürek hashtagi ile Ankara'da pandemi döneminde 100 binden fazla esnaf, işçi, berber, garson, terzi, sanatkâr vb. kişilerin ticaret ve iş hayatını durdurmak zorunda kalması nedeniyle Ankara Büyükşehir Belediyesi olarak başlattıkları ve "6 Milyon Tek Yürek" ismini verdikleri dayanışma kampanyasını ifade etmektedir. Söz konusu hashtag ve dayanışma, bağış kampanyasının Yavaş tarafından oldukça önemsendiği de göze çarpmaktadır. #EvdeKal hashtagini içeren tweetlerde ise Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Ankaralıların ve tüm toplumun salgın hastalık nedeniyle risk altına girmemeleri gerektiği, alınan önlemlere uymaları ve bu zorlu süreçte evde kalmaları gerektiğine yönelik mesajlar yer almaktadır. Yavaş'ın sıklıkla kullandığı bir diğer hashtag ise #İyilikDahaBulaşıcı'dır. Söz konusu hashtag ile "Hastalığı değil, iyiliği bulaştıralım" sloganının vurgulandığını ve Yavaş'ın ihtiyaç sahiplerine yardım etmek isteyen hayırseverleri mahallelerindeki ya da komşu mahallerindeki bakkal, manav veya kasaba giderek veresiye defterlerinde ismi bulunan kişilerin borçlarının ödenmesine yönelik yaptığı çağrıya ilişkin tweetler bulunmaktadır. Bu hashtag ile bağlantılı olarak Yavaş'ın sıklıkla #VeresiyeDefteri hashtagini de kullandığı görülmektedir. #VeresiyeDefteri hashtagi ile Yavaş, "İyilik bulaşıcıdır" diyerek çıktıkları yolda yapılan desteklerin çığ gibi büyüdüğünü, hayırsever vatandaşların ihtiyaç sahiplerinin borçlarını ödediğini, Ankara'nın birlik olma duygusunu yaşadığına yönelik mesajlar vermiş ve Ankaralılarına teşekkür ettiğini ifade etmektedir. Son olarak Yavaş'ın kullandığı diğer hashtagler; gündeme, özel günlere ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yöneliktir. Gündeme, özel günlere ve söz konusu salgın hastalığa yönelik kullanılan farklı hashtaglere örnek olarak #ŞehitlerimizVar, #DünyayıKadınGüzelleştirir, #14MartTıpBayramı, #ÖnceSağlık, #KendiniKoruyanToplumu Korur, #StopTheSpread #DownSendromuFarkındalıkGünü, #Büyükşehirİşbaşında, #BizBirlikteYaparız, #KüçükEsnafaDestekOl, #DünyayıBarışlaİyileştiriyoruz, #YurttaBarış DünyadaBarış, #EvimizBayramYeri, #23nisan, #İstiklalMarşı, #AsırlıkGurur verilebilmektedir.

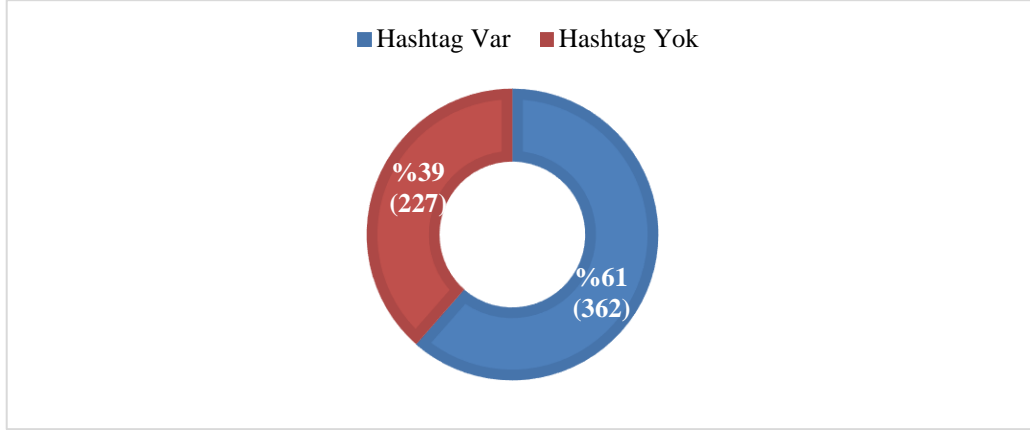
**Tablo 2. Mansur Yavaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımında Kullandığı Farklı Hashtag Sayısı**

	Mansur Yavaş
Hashtag Sayısı	91
Farklı Hashtag Sayısı	30

Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter içeriklerinde kullandığı kelimeler ele alındığında (Kelime Bulutu 2), "Ankara" en sık kullanılan kelime olarak ön planda yer almaktadır.



**Şekil 3. Alinur Aktaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarındaki Hashtag Kullanımı**



Tablo 3'te Alinur Aktaş'ın Twitter hesabından paylaştığı 362 tane hashtagli tweetin içerisinde toplamda 152 tanesinin farklı olduğu göze çarpmaktadır. Aktaş'ın 82 defa kullandığı ve en çok vurguladığı hashtag olarak ise #EvdeKal dikkat çekmektedir. Aktaş, söz konusu #EvdeKal hashtagi ile Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Bursalıların ve tüm toplumun salgın hastalık nedeniyle risk altına girmemeleri gerektiğini, acil olan işler dışındaki tüm işlerin bir süre ertelenmesinin elzem olduğunu, bu dönemde özellikle kurumlarla ilgili gerçekleştirilecek işlemlerin telefonlar ve web kanalları aracılığıyla çözümlenmesinin daha doğru olacağını, toplumun alınan önlemlere uymalarının önemli olduğunu ve bu zorlu süreçte evde kalmaları gerektiğine yönelik mesajlar yer almaktadır. Aktaş #EvdeKal hashtagine 82 kez vurgu yaparak pandemi sürecini ne kadar ciddiye aldığını, önemseydiğini ve Bursalıların bu süreci en hafif şekilde atlatmaları için her türlü hizmeti sağlayacağını ifade etmektedir. Aktaş tarafından sıklıkla kullanılan diğer hashtagler ise #BursaİçinCanlaBaşla, #BursaİçinOmuzOmuza, #HayatEveSığar, #TedbirVarPanikYok olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Aktaş'ın her hafta başında #HayırlıHaftalar ve her Cuma günü #HayırlıCumalar hashtaglerini istisnasız bir şekilde tweetlerinin içerisinde kullandığı da göze çarpmaktadır. Aktaş, #BursaİçinCanlaBaşla hashtagi ile Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yaşandığı süreç içerisinde hem pandemi sürecine yönelik olarak Bursa genelinde vatandaşların sık sık uğradığı alanlarda, en işlek sokaklarda, caddelerde, toplu ulaşım araçlarında sterilizasyon ve dezenfeksiyon çalışmalarının yapıldığını hem de Bursa'nın dört bir yanına hizmet götürmek için üretilen projeler hakkındaki çalışmalarını, kırsal bölgelere yapılan yol, asfalt, çevre yolu çalışmalarını, limanlarda yapılan faaliyetleri Bursalılarla ve toplumun geneline aktarmaktadır. Aktaş tarafından sıklıkla kullanılan bir diğer hashtag ise #BursaİçinOmuzOmuza'dır. Söz konusu hashtagin ismi pandemi süreci içerisinde 130 bin Bursalının sağlık, ekonomi, eğitim gibi her alanda mücadele etmek zorunda kaldığı zorlukları atlatmasında yardımcı olmayı amaçlayarak başlatılan yerel yönetim destek paketinin genel adından gelmektedir. Aktaş'ın, #BursaİçinOmuzOmuza hashtagini temel gıda kolisi, her gün taze ekmek gönderimi, her hafta taze sebze ve meyve gönderimi, temel hijyen kolisi, 60 yaş ve üstü vatandaşların market alışverişini, evde bakım hizmetlerini yapmak, 60 yaş üstü, kronik rahatsızlığı olan, evde yemek yapamayan vatandaşlara iki öğün sıcak yemek gönderimi, esnaflara kira iptali gibi yardım ve tedbir paketlerine yönelik paylaşımlarında sıklıkla kullandığı da göze çarpmaktadır. Ayrıca adı geçen hashtagin özellikle #BursaİçinCanlaBaşla hashtagi ile birlikte kullandığı görülmektedir. Aktaş,

sıklıkla kullandığı #HayatEveSığar ve #TedbirVarPanikYok hashtagleri ile de Bursalılara ve toplumun geneline pandemi sürecinde sağlığını korumak adına yaşamın dışarıya kısıtlı sürelerde çıkararak, evde de sürdürülebileceğine, salgın hastalığa yönelik Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak her türlü tedbirin alındığına, yeni tedbirlerin eklenerek devam ettiğine, panik yapılacak bir durumun söz konusu olmadığına ilişkin mesajlar vermektedir. Son olarak Aktaş'ın kullandığı 152 farklı hashtagin ise temel olarak; gündeme, özel günlere, sportif başarılarla, yapılan belediye faaliyetlerine ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik olduğu gözlenmektedir. Gündeme, özel günlere ve söz konusu salgın hastalığa yönelik kullanılan hashtaglere örnek olarak #BaharKalkanı, #TekstilŞehriBursa, #OtomotivŞehriBursa, #BirlikteTürkiyeyiz, #8MartDünyaKadınGünü, #YenidenZirveye, #İnanıldığınYoldaYürü, #14MartTıpBayramı, #18MartÇanakkaleZaferi, #ÇanakkaleGeçilmez, #BirlikteBaşaracağız, #BirlikteYeneceğiz, #SağlıklarınıAlkışla, #Nevruz, #21MartDünyaDownSendromuFarkındalıkGünü, #mirackandili, #27MartDünyaTiyatroGünü, #KütüphanelerHaftası, #BursaEvdenYarışıyor, #ŞehitlerHaftası, #23NisanKutluOlsun, #BursadaRamazan verilebilmektedir.

**Tablo 3. Alinur Aktaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarında Kullandığı Farklı Hashtag Sayısı**

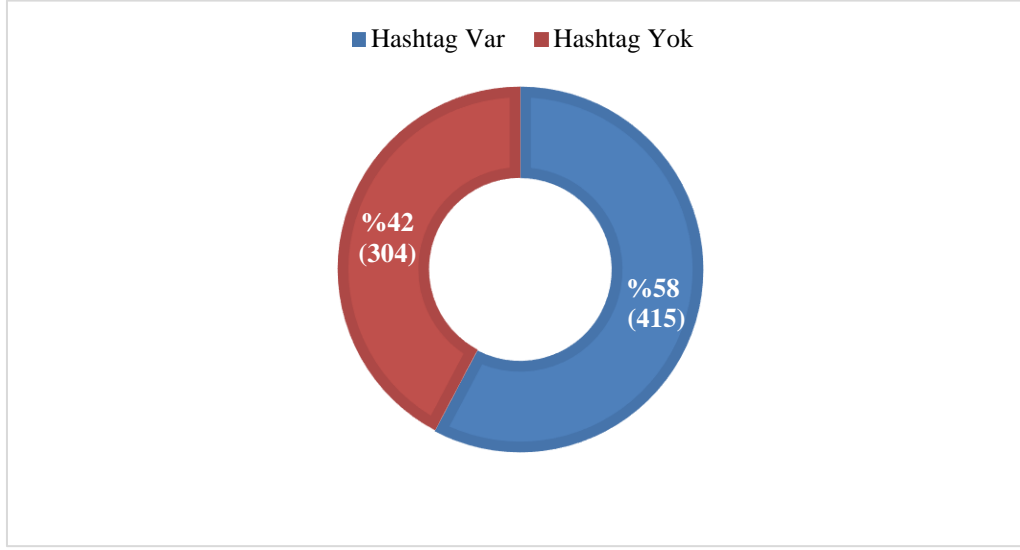
	Alinur Aktaş
Hashtag Sayısı	362
Farklı Hashtag Sayısı	152

Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alinur Aktaş'ın Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter içeriklerinde kullandığı kelimeler incelendiğinde (Kelime Bulutu 3), "Bursa" en sık kullanılan kelime olarak öne çıkmaktadır. Aktaş'ın aynı zamanda "koronavirüs", "dezenfekte", "evde", "birlikte", "olarak", "atlatacağız", "canla", "başla", "devam", "gerçekleştirdik", "sağlık", "diliyorum", "teşekkür", "ediyorum", "telekonferans", "rahmet", "olsun", "Allah", "Rabbim" kelimelerini de sıklıkla kullandığı görülmektedir. Bu noktada, Alinur Aktaş'ın söz konusu pandemi sürecinde kullandığı tüm kelimelerin Türkiye'yi ve Bursa'yı yakından ilgilendiren Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile yakından ilgili olduğu görülmektedir. Pandemi döneminde Aktaş'ın sıklıkla kullandığı kelimeler içerisinde yer alan "sağlık", "diliyorum" ve "dezenfekte" kelimeleri ile vatandaşların sağlıklarının bu süreçte oldukça önemli olduğuna, Bursa'da ortak kullanım alanlarında, toplu taşıma araçlarında sterilizasyon, dezenfekte çalışmaları gerçekleştirdiklerine ilişkin mesajlar verildiği görülmektedir. Ayrıca Aktaş'ın bu dönemde en sık kullandığı kelimelerden "telekonferans" ile de salgının yayılım hızını düşürmek amacıyla yüz yüze gerçekleştirilemeyen toplantıların, açılışların, seminerlerin özetle tüm etkinliklerin online olarak, telekonferans yöntemi ile yapıldığı anlaşılmaktadır. Son olarak, Aktaş'ın söz konusu salgın hastalığın yaşandığı dönemde Bursalılara ve toplumun geneline sıklıkla dini mesajlar verdiği, bu nedenle "Allah" ve "Rabbim" kelimelerini çok kullandığı görülmektedir. Ayrıca pandemi sürecinde hayatını kaybeden şehitlerimize ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle hayatını kaybeden vatandaşlara yönelik yapmış olduğu paylaşımlarda "rahmet", "olsun" kelimelerini sıklıkla kullandığı da göze çarpmaktadır.





**Şekil 4. Fatma Şahin'in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarındaki Hashtag Kullanımı**



Tablo 4'te Fatma Şahin'in Twitter hesabından paylaştığı 415 tane hashtagli tweetin içerisinde toplamda 162 tanesinin farklı olduğu dikkat çekmektedir. Şahin'in 140 defa kullandığı ve en çok vurguladığı hashtag olarak ise #Koronavirüs göze çarpmaktadır. #Koronavirüs hashtagi ile Şahin'in salgın hastalığa oldukça önem verdiği, ciddiye aldığı ve sürekli olarak takipçileri, hedef kitlesi ile paylaştığı görülmektedir. Şahin, bu hashtag ile Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Gaziantep'ileri ve tüm toplumu salgın hastalık hakkında bilgilendirmekte, nasıl önlemlerin alınması gerektiğine yönelik mesajlar vermekte, salgın hastalık hakkında yaygınlaşan doğru bilinen yanlışların neler olduğu hakkında açıklamalar yapmakta, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak pandemi sürecinde hangi önlemleri aldıklarına, hangi yardımlarda bulduklarına yönelik bilgilendirmeler yapmakta, pandemi döneminde ortaya çıkan fırsatçılara güvenilmemesi gerektiğine yönelik mesajlar vermekte, toplumu salgın hastalığın hızlı yayılım riskine karşı dikkatli olması ve tedbir almasına ilişkin uyarmaktadır. Aynı zamanda söz konusu hashtag ile Şahin, okullarından uzakta kalan çocukların evlerinde verimli zaman geçirmelerine yönelik çeşitli etkinlikler paylaşmakta, toplumu evde spor yapmaları, yemek hazırlamaları, el sanatları ile ilgilenmeleri gibi çeşitli faaliyetlere yönlendirmekte ve birçok faydalı tavsiyede bulunmaktadır. Şahin, sıklıkla bu hashtag üzerinden Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin tüm Gaziantep'ilerin hizmetinde, yanında olduğuna yönelik mesajlar da vermektedir. Şahin tarafından sıklıkla kullanılan diğer hashtagler ise #COVID19, #TBB, #Gaziantep, #BirlikteBaşaracağız, #EvdeKal olarak karşımıza çıkmaktadır. Şahin'in haftanın her gününe yönelik olarak (#Pazartesi #Salı #Çarşamba vb.) hashtaglar paylaştığı da görülmektedir. Şahin, #COVID19 hashtagi ile yukarıda belirtilen #Koronavirüs hashtaginde olduğu gibi salgın hastalığa yönelik çeşitli bilgilendirmelerde, açıklamalarda, önerilerde ve uyarılarda bulunmaktadır. Bu iki hashtagin sıklıkla birlikte kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Şahin tarafından sıklıkla kullanılan bir diğer hashtag ise #TBB'dir. Söz konusu hashtag, Fatma Şahin'in Başkanı olduğu Türkiye Belediyeler Birliği'nin kısaltmasıdır. Bu hashtag ile paylaşılan tweetlerde Türkiye Belediyeler Birliği'nin pandemi döneminde gerçekleştirilen online toplantılara çeşitli etkinliklerde yapılan konuşmalara yönelik paylaşımların yapıldığı görülmektedir. Şahin, #Gaziantep hashtagi ile ise

Büyükşehir Belediye Başkanı olduğu kente yönelik sıklıkla gönderme yapmaktadır. Bu hashtagin yer aldığı paylaşımlarında Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin yaşandığı dönem içerisinde hem Gaziantep genelinde salgın hastalığa yönelik vatandaşların sık sık uğradığı alanlarda, en işlek sokaklarda, caddelerde, toplu ulaşım araçlarında, eczanelerde sterilizasyon ve dezenfeksiyon çalışmalarının yapıldığı gibi çeşitli faaliyetleri paylaşmakta hem de bu dönemde devam eden projelere, yapılan yardımlara yönelik toplumu bilgilendirmektedir. Bu bağlamda, Şahin'in söz konusu hashtagi Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak gerçekleştirdikleri faaliyetleri duyurmak amacıyla kullandığı söylenebilir. Şahin'in sıklıkla kullandığı #BirlikteBaşaracağız ve #EvdeKal hashtagleri ile de Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının hep birlikte atlatılacağına, bu zorlu süreçten kısa zaman içerisinde sağlıklı bir şekilde çıkılacağına, salgın hastalığın hızlı ilerleyen seyrini en aza indirmek amacıyla Gaziantep'linin ve toplumun genelinin evde kalması gerektiğine yönelik hem motive edici hem de uyarıcı mesajlar vermektedir. Şahin'in kullandığı 162 farklı hashtagin ise genel olarak; gündeme, özel günlere, yapılan belediye faaliyetlerine, katıldığı etkinliklere ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik olduğu gözlenmektedir. Gündeme, özel günlere ve söz konusu salgın hastalığa yönelik kullanılan hashtaglere örnek olarak ise #BaharKalkanı,#İdlib,#8MartDünyaKadınlarGünü,#YeşilAntep,#BirlikteTürkiyeyiz,#AçıkveNet,#HamdullahSuphi,#MehmetAkifErsoy,#Gaziray,#14MartTıpBayramı,#KurallaraUyTürkiye,#EvindeKalTürkiyem,#benokuyorumgaziantepokuyor,#GönülSeferberliği,#SağlıkcılarınıAlkışla,#PanikYokTedbirVar,#BizBizeYeterizTürkiyem,#AA100Yaşında,#BeratKandili,#DünyaSağlıkGünü,#SOKAĞACIKMAYASAĞI,#mirackandili,#27MartDünyaTiyatroGünü,#23NisanEnbüyükBayram,#HosGeldinYaSehriRamazan verilebilmektedir.

**Tablo 4. Fatma Şahin'in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarında Kullandığı Farklı Hashtag Sayısı**

	Fatma Şahin
Hashtag Sayısı	415
Farklı Hashtag Sayısı	162

Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin'in 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter paylaşımlarında kullandığı kelimeler değerlendirildiğinde "Gaziantep" en sık kullanılan kelime olarak ön plana çıkmaktadır (Kelime Bulutu 4). Şahin'in söz konusu kelime dışında en çok kullandığı kelimeler ise "Koronavirüs", "Büyükşehir", "Belediyesi", "Gazi", "Gaziantep'linin", "sağlık", "önlemleri", "maske", "dezenfekte", "birlikte", "olarak", "Allah", "Rahmet", "başsağlığı", "diliyorum" kelimeleridir. Ayrıca Şahin'in "telekonferans", "canlı", "yayın", "haber" kelimelerini de sıklıkla kullandığı da göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, Fatma Şahin'in Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yaşandığı pandemi dönemi içerisinde kullandığı kelimelerin doğrudan söz konusu salgın hastalığa yönelik olduğu görülmektedir. Şahin'in "sağlık", "maske", "dezenfekte" kelimeleri ile salgın hastalıktan korunmak amacıyla Gaziantep'linin alması gereken önlemleri vurguladığı, vatandaşlarının sağlıklarına oldukça dikkat etmeleri gerektiğine yönelik mesajlar verdiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca Şahin, söz konusu kelimeler ile Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı döneminde de vatandaşın yanında olmaya devam edeceklerini, bu zorlu sürecin hep birlikte geçeceğini vurgulamaktadır. Yine Şahin'in bu dönem içerisinde sıklıkla kullandığı "telekonferans", "canlı", "yayın", "haber" kelimeleri ile de salgın hastalığın yayılım hızını düşürmek amacıyla yüz yüze gerçekleştirilemeyen toplantıların, açılışların, seminerlerin,

canlı yayınların, özetle tüm etkinliklerin online olarak, telekonferans yöntemi ile yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu kelimeleri doğrudan pandemi döneminde katıldığı etkinlikler ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin salgın sürecini nasıl yönettiğine yönelik yazılan haberler hakkında paylaşımlarda bulunduğu zamanlarda kullandığı görülmektedir. Son olarak, Şahin'in söz konusu pandemi döneminde hem salgın hastalık nedeniyle hem de çeşitli operasyonlarda şehit olarak hayatını kaybeden vatandaşlara yönelik sıklıkla "Allah", "Rahmet", "başsağlığı", "diliyorum" kelimelerini kullandığı da göze çarpmaktadır.

#### Kelime Bulutu 4. Fatma Şahin'in Kelime Analizi

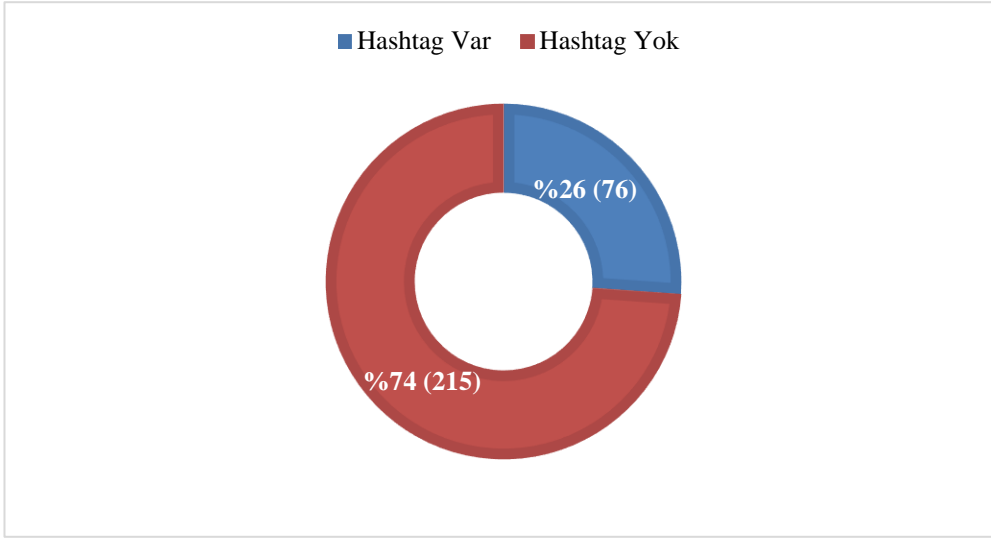


#### 2.5.5. Cengiz Ergün'ün Toplumla Olan İletişiminde Hashtag Kullanımı ve Kelime Analizi

Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı Cengiz Ergün<sup>5</sup>'ün 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde paylaşmış olduğu 291 tweetin %74'ünde (215) hashtag kullanmadığı, %26'sında (76) ise hashtag kullandığı gözlenmektedir (Şekil 5). Bu bağlamda, Ergün'ün Twitter hesabı üzerinden paylaştığı tweetlerde Twitter'ın en temel özelliklerinden biri olan hashtaglere çok yer vermediği görülmektedir. Ayrıca Ergün'ün genel olarak, hashtagleri tweetlerinin sonunda kullandığı ve aynı tweet paylaşımı içerisinde birden fazla hashtag kullandığı da dikkat çekmektedir.

<sup>5</sup> Cengiz Ergün, 29 Mart 2009 tarihinde yapılan yerel seçimlerde yüksek bir oy oranı ile Manisa Belediye Başkanı seçilmiştir. 2009-2014 yılları arasında da Belediye Başkanlığı görevini sürdürmüştür. 30 Mart 2014 tarihinde yapılan yerel seçimlerde ise yeniden Milliyetçi Hareket Partisi'nden aday olmuş ve kazanmıştır. Ergün, bu seçimle birlikte Manisa'nın ilk Büyükşehir Belediye Başkanı olma unvanını da almıştır. 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde de %52.77 oy alarak Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Manisa'da üç dönem üst üste seçilen ilk başkan olan Ergün, evli ve iki çocuk babasıdır ([http://www.cengizergun.com/s16\\_ozgecmisi.aspx](http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx) Erişim Tarihi: 15.04.2021).

**Şekil 5. Cengiz Ergün'ün 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarındaki Hashtag Kullanımı**



Tablo 5 değerlendirildiğinde, Cengiz Ergün'ün Twitter hesabından paylaştığı 76 tane hashtagli tweetin içerisinde toplamda 67 tanesinin farklı olduğu göze çarpmaktadır. Ergün'ün bir Twitter paylaşımında birden fazla hashtag kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Bu açıdan, Ergün'ün 23 defa kullandığı ve en çok vurguladığı hashtag olarak #Manisa olarak ortaya çıkmaktadır. Ergün'ün #Manisa hashtagini Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik yapılan her türlü bilgilendirmelerde, açıklamalarda ve Manisa'da salgın hastalığa yönelik alınan tüm önlemleri, düzenlemeleri Manisalılara, toplumun geneline iletme noktasında kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Aynı zamanda söz konusu hashtagin sıklıkla pandemi dönemi içerisinde gerçekleştirilen Büyükşehir Belediyesi faaliyetlerini aktarma noktasında da kullanıldığını vurgulamak gerekmektedir. Bu bağlamda, Ergün'ün en çok kullandığı ikinci hashtag olan #ManisaBüyükşehirBelediyesi'nin de söz konusu #Manisa hashtagi ile birlikte kullanıldığı söylenebilir. Adı geçen hashtagin, Ergün'ün doğrudan Manisa Büyükşehir Belediyesi olarak pandemi dönemi içerisinde gerek salgın hastalık hakkında gerekse de Büyükşehir Belediyesi faaliyetlerine yönelik olarak gerçekleştirdiği paylaşımlarında kullanıldığı görülmektedir. Ergün'ün en çok kullandığı üçüncü hashtag olarak #EvdeKal dikkat çekmektedir. Ergün'ün söz konusu hashtag ile Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına önem verdiği, bu hastalığı ciddiye aldığı ve sürekli olarak takipçilerini, hedef kitlesini salgın hastalığın hızlı yayılımını önlemek amacıyla evde kalmalarına yönelik uyarıcı mesajlar verdiği görülmektedir. Ergün tarafından kullanılan diğer hashtagler içerisinde #BirlikteYeneceğiz, #BirlikteBaşaracağız ve #HayatEveSığar hashtagleri de dikkat çekmektedir. Bu hashtagler ile Ergün'ün Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Manisa Büyükşehir Belediyesi olarak toplumun yanında olduğuna, kimsenin paniğe kapılmaması gerektiğine, bu zorlu sürecin hep birlikte aşılabacağına, birlikte atlatılacağına ve bu süreçte yaşamın evde de devam edebileceğine yönelik motive edici mesajlar verdiği göze çarpmaktadır. Ayrıca Ergün'ün #HayırlıHaftalar, #HayırlıCumalar hashtaglerini de her haftanın başında ve Cuma günleri kullandığı görülmektedir. Son olarak, Ergün'ün kullandığı 67 farklı hashtagin ise genel olarak; gündeme, özel günlere ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik olduğu da gözlenmektedir. Gündeme, özel günlere ve



## Sonuç

İnternetin, sosyal medyanın ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim çalışmalarını geleneksel medya araçlarının yanında sosyal medya platformları üzerinden sürdürmeye başlamıştır. 2019 yılının sonu ve 2020 yılının başında Çin'in Hubei bölgesinde yer alan Vuhan kentinde ortaya çıkan ve çok kısa bir süre içerisinde tüm dünya ülkelerine hızla yayılan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle büyükşehir belediye başkanları sosyal medya platformlarını topluma ulaşmak amacıyla sıklıkla kullanmaktadırlar. Dünya ülkeleri söz konusu salgın hastalığın bulaşma hızını ve ölüm oranlarını en aza indirmek amacıyla birçok önlem ve karar almaktadır. Bu önlemlerin temelinde de yüz yüze görüşmelerin, kalabalık ortamlarda bir arada olmanın kısıtlanması gibi yani bireylerin birbirleriyle temasını en aza indirmelerini sağlamak yer almaktadır. Bu nedenle, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla sosyal medya platformlarını ve özellikle Twitter'ı tercih etmektedirler. Büyükşehir belediye başkanları Twitter aracılığıyla topluma doğrudan ulaşmakta hem salgın hastalığa yönelik gelişmeleri, bilgilendirmeleri, önerileri, destek kampanyalarını hem de genel olarak tüm faaliyetlerini bu platformlar aracılığıyla zamandan, mekân kısıtlaması olmaksızın, anlık olarak aktarmaktadır. Aynı şekilde toplumdan da pandemi sürecine yönelik geribildirimler alabilmektedirler.

Twitter'ın en temel özelliklerinden biri olan hashtagler, söz konusu platform içerisinde gündem oluşturmanın, oluşturulan gündeme yönelik yapılan paylaşımları desteklemenin, yeni bir konunun ya da olayın herkes tarafından tartışılmaya başlamasının, vurgulanmasının, tartışılan konular etrafında bir araya gelebilmenin, organize olabilmenin ve etkileşimi arttırmanın temel kaynağı olarak ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda hashtag kullanılarak herhangi bir konu ya da olay hakkında gerçekleştirilen paylaşımlar sayesinde o konuya yönelik gönderilen tüm tweetler söz konusu başlık altında toplanmakta ve trend topic (TT) olma imkânı sağlamaktadır. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde büyükşehir belediye başkanlarının Twitter'dan yaptıkları paylaşımlarda kullandıkları hashtagler ve vurguladıkları kelimeler toplumun söz konusu salgın hastalığa yönelik dikkatini çekmek ve pandeminin önemini kavratmak açısından büyük önem arz etmektedir.

Araştırmada, pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanlarının hashtag kullanım oranları değerlendirildiğinde, en fazla hashtag kullanan kişi Alınur Aktaş olurken, onu sırasıyla Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş ve Cengiz Ergün takip etmektedir. Özellikle Aktaş ve Şahin'in Twitter paylaşımlarındaki hashtag kullanımı diğer büyükşehir belediye başkanları ile kıyaslandığında daha fazla ön plana çıkmaktadır. İmamoğlu ve Yavaş'ın hashtag kullanımı Aktaş ve Şahin'e göre daha az ancak Ergün'den daha fazladır. Ergün'ün ise pandemi dönemi içerisinde en az hashtag kullanan büyükşehir belediye başkanı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, başta Aktaş ve Şahin hashtag kullanımına çok önem vermektedirler. Tablo 6'da da görüldüğü üzere, büyükşehir belediye başkanlarının Covid-19 salgın hastalığının yaşandığı pandemi döneminde en çok kullandıkları hashtaglerin söz konusu salgın hastalığa ve bu hastalığa yönelik yapılan uyarılara (#Koronavirüs, #Covid19, #EvdeKal, #HayatEveSığar, #TedbirVarPanikYok, #BirlikteYeneceğiz), topluma destek olmak amacıyla başlatılan yardım kampanyalarına (#BirlikteBaşaracağız, #BursaİçinOmuzOmuza, #6 MilyonTekYürek) ilişkin olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Dolayısıyla, büyükşehir belediye başkanları içerisinde hashtag kullanım oranları farklılık gösterse de özellikle Aktaş, Şahin, İmamoğlu ve Yavaş'ın salgın

hastalığa yönelik Twitter’da gündem oluşturmaya çalıştığı, var olan gündemleri destekledikleri göze çarpmaktadır. Ergün’ün ise sadece gündemi desteklemeye yönelik hashtagler paylaştığı görülmektedir.

**Tablo 6. Büyükşehir Belediye Başkanlarının 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarında En Çok Kullandıkları Hashtagler**

Büyükşehir Belediye Başkanları	En Çok Kullandıkları Hashtagler
Ekrem İmamoğlu	#BirlikteBaşaracağız, #SosyalMisafir, #İstanbulMeraklısı, #HalkSüt
Mansur Yavaş	#BirlikteBaşaracağız, #6MilyonTekYürek, #EvdeKal, #VeresiyeDefteri, #İyilikDahaBulaşıcı
Alınur Akbaş	#EvdeKal, #BursaİçinCanlaBaşla, #BursaİçinOmuzOmuz, #HayatEveSığar, #TedbirVarPanikYok
Fatma Şahin	#Koronavirüs #COVID19, #TBB, #Gaziantep, #BirlikteBaşaracağız, #EvdeKal
Cengiz Ergün	#Manisa, #ManisaBüyükşehirBelediyesi, #EvdeKal, #BirlikteYeneceğiz, #BirlikteBaşaracağız, #HayatEveSığar

Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde büyükşehir belediye başkanlarının en sık kullandıkları kelimelerin neler olduğunun belirlenmesi söz konusu salgın hastalık döneminde en çok hangi noktalara önem verdiklerini, dikkate aldıklarını, siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini ortaya koymak için oldukça önem taşımaktadır. Bu kapsamda, 61 günlük süre içerisinde tüm büyükşehir belediye başkanlarının paylaşımlarında kullandıkları kelimeler detaylı bir şekilde incelendiğinde, İmamoğlu’nun en sık kullandığı kelimenin “İstanbul”, Yavaş’ın “Ankara”, Aktaş’ın “Bursa”, Şahin’in “Gaziantep” ve Ergün’ün “Manisa” olduğu görülmektedir. Bu durum, başkanların yoğun olarak yönetimlerinde olan kentlerde gerçekleştirdikleri faaliyetlere yönelik paylaşımlarda bulunması ile açıklanabilmektedir. Aynı zamanda tüm büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile mücadele edilen dönemde sıklıkla “sağlık”, “salgın”, “koronavirüs”, “maske”, “dezenfekte”, “evde”, “birlikte”, “olarak”, “başaracağız”, “atlatacağız”, “aşacağız”, “mücadele”, “dayanışma”, “destek”, “hizmet” kelimeleri kullandıkları da göze çarpmaktadır. Böylece, tüm büyükşehir belediye başkanlarının sıklıkla kullandıkları görülen kelimeler ile söz konusu salgın hastalığa ilişkin toplumun genelini dikkatli olmaları, kendilerini korumaları gerektiği noktasında uyardıkları ön plana çıkmaktadır. Özellikle Aktaş ve Şahin’in toplum ile yüz yüze iletişim kurmanın kısıtlandığı pandemi sürecinde paylaşımlarında sıklıkla “telekonferans”, “canlı”, “yayın” kelimelerini kullandıkları da görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, pandemi döneminde genel olarak başkanların Twitter’da hashtag ve kullandıkları kelimeler içerisinde söz konusu salgın hastalığa yönelik sıklıkla vurgular yaptıkları, hashtaglerin ve kullanılan kelimelerin bir bütünlük içerisinde yer aldığı, paylaşımlarında kullandıkları hashtagler ve kelimeler ile en ön sıraya hastalığa yönelik toplumu bilgilendirici paylaşımlarda bulunmayı koydukları göze çarpmaktadır. Ayrıca büyükşehir belediye başkanlarının örnekleme dahil edilen 61 günlük pandemi döneminde Twitter’ı bir siyasal iletişim aracı olarak kullandıkları da görülmektedir.

Bu çalışmaya, araştırmanın evreni ve örnekleme kısmında da belirtildiği üzere mecliste yer alan her siyasi parti dahil edilmek istenilmişse de ittifaklar dolayısıyla belirli partilerin büyükşehir belediye başkan adayları çıkartmamaları, seçilen başkanların yerine vekillerin atanması gibi nedenlerden kaynaklı olarak örnekleme genişletilememiştir. Siyasi liderler, büyükşehir belediye başkanları ve onların Twitter’da gerçekleştirdikleri siyasal

iletişim stratejileri ile ilgilenen araştırmacılara seçim dönemi dışındaki dönemlerde söz konusu liderlerin ve başkanların siyasal iletişim stratejilerini dikkatle izlemeleri, daha fazla önem vermeleri ve çalışmalarını bu yönde şekillendirmelerini önermek mümkündür.

### **Extended Abstract**

The coronavirus (Covid-19) pandemic process has caused a change in the working patterns, education and training methods of every society in the daily life practices. At the same time, unemployment has occurred in many areas due to the disease. In this respect, it is very important for metropolitan mayors to offer solutions to the problems in the society, deal with the problems and communicate with the society. In this context, the scope of the research is that the mayors of metropolitan municipalities are the ones who can meet the needs and problems of the society in the fastest way during the epidemic. The main purpose of the research is to determine the use of hashtags by metropolitan mayors in their Twitter posts during the pandemic, the most frequently used hashtags, the hashtag usage rates, what the agenda is in the period under review, which topics they want to emphasize, which words they frequently use, which words they highlight. It is also important to examine how metropolitan mayors use Twitter as a political communication tool during the pandemic period. The hashtag and word analyzes used by the Istanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep and Manisa Metropolitan Mayors in their posts on Twitter during the pandemic period were included in the research, based on the ranking of the metropolitan cities with the highest population. The metropolitan mayors selected according to the aforementioned criteria are Ekrem İmamoğlu (Istanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alinur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep) and Cengiz Ergün (Manisa). In the study, the Twitter shares of metropolitan mayors between March 1, 2020 and April 30, 2020, when the pandemic period began, were evaluated. In the period when the research was conducted, the impact of metropolitan mayors on society emerges in various situations. Considering the needs and requirements of the society, the study is important because it examines how and at what level the use of hashtags and words by metropolitan mayors during the pandemic period, and the use of Twitter in terms of political communication in a different period, independent of the elections, and it is thought that it will make an important contribution to the literature.

In the research, the shares of the metropolitan mayors, which were determined by taking into account the ranking of the metropolitan cities with the highest population, through their Twitter accounts and the numerical data obtained were analyzed by content analysis method. Frequency and Categorical Analysis techniques were used in this method. In the research, the shares of metropolitan mayors from their Twitter accounts were obtained through a web-based platform called "Workbenchdata" developed by Columbia University Journalism School in 2018. The program in question also allows the tweets to be cleaned, filtered and visualized. Within the scope of the research, word analyses were visualized using the "Wordle" tool.

In the study, when the hashtag usage rates of metropolitan mayors are evaluated during the pandemic period, the person who uses hashtags the most is Alinur Aktaş, followed by Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş and Cengiz Ergün, respectively. In particular, the use of hashtags in Aktaş and Şahin's Twitter posts is more



prominent when compared to other metropolitan mayors. İmamoğlu and Yavaş use hashtags less than Aktaş and Şahin, but more than Ergün. It is seen that Ergün is the metropolitan mayor who uses the least hashtags during the pandemic period. In this context, Aktaş and Şahin attach great importance to the use of hashtags. It should be emphasized that the hashtags most used by metropolitan mayors during the pandemic period when the Covid-19 epidemic disease is experienced are related to the epidemic in question, the warnings about this disease (#Coronavirus, #Covid19, #StayHome, #LifeFitsHome, #TYesPrecautionNoPanic, #TogetherWeWillBeat), and the aid campaigns launched to support the society (#TogetherWeWillSucceed, #ShoulderToShoulderForBursa, #6MillionsOneHeart). Therefore, although the use of hashtags among metropolitan mayors varies, it is striking that Aktaş, Şahin, İmamoğlu and Yavaş, in particular, try to create an agenda on Twitter for the epidemic and support the existing agendas. It is seen that Ergün only shares hashtags to support the agenda. When the words used by all metropolitan mayors in the 61-day period are examined in detail, the most frequently used word by İmamoğlu is "Istanbul", Yavaş's "Ankara", Aktaş's "Bursa", Şahin's "Gaziantep" and Ergün's "Manisa". This situation can be explained by the fact that the presidents share about the activities they carry out in the cities that are under their administration. At the same time, all metropolitan mayors frequently used "health", "epidemic", "coronavirus", "mask", "disinfected", "at home", "together", "as", "we will succeed", "we will overcome", "we will overcome", "fight", "solidarity", "support", "service" during the period of fight against the Coronavirus (Covid-19) epidemic disease. It is also seen that Aktaş and Şahin often use the words "teleconference", "live", "broadcast" in their posts during the pandemic process where face-to-face communication with the society is restricted.

As a result of the research, it was found that the person who used hashtags the most among the metropolitan mayors during the pandemic period was Alinur Aktaş, followed by Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş and Cengiz Ergün, respectively. In addition, it is seen that the mayors of the metropolitan municipalities mostly shared hashtags for the warnings about the epidemic disease and the aid campaigns launched to support the society. When the words frequently used by all metropolitan mayors are evaluated, it comes to the forefront that they warned the general public about the Coronavirus (Covid-19) epidemic disease that they should be careful and protect themselves.

### Kaynakça

- Aktaş, A. (2021). Alinur Aktaş Özgeçmiş, <https://www.bursa.bel.tr/baskan#ozgecmis>, Erişim Tarihi: 19.03.2021.
- Aktaş, A. (2020). Alinur Aktaş Twitter, <https://twitter.com/Alinuraktas70>, Erişim Tarihi: 01.03.2020.
- Al, H. ve Köseoğlu, Y. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 103-125.
- Cemiloğlu Altunay, M. (2010). Gündelik yaflam ve sosyal paylaşım ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 12, 31-56.

- Dünya Sağlık Örgütü. (2020a). Coronavirus disease (COVID-19), <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020b). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.
- Ergün, C. (2020). Cengiz Ergün Twitter, <https://twitter.com/cengizergun>, Erişim Tarihi: 01.03.2020.
- Ergün, C. (2021). Cengiz Ergün Özgeçmiş, [http://www.cengizergun.com/s16\\_ozgecmisi.aspx](http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx), Erişim Tarihi: 15.04.2021.
- Fitton, L. Gruen, M. and Poston, L. (2009). *Twitter for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İmamoğlu, E. (2020). Ekrem İmamoğlu Twitter, [https://twitter.com/ekrem\\_imamoglu](https://twitter.com/ekrem_imamoglu), Erişim Tarihi: 01.03.2020.
- İmamoğlu, E. (2021). Ekrem İmamoğlu Kimdir?, <https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/>, Erişim Tarihi: 13.02.2021.
- Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chı, G., Kawıntıranon, K., Padden, C., Vanarsdall, R., Vraga, E. and Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *Cornell University Social and Information Networks*, 1-24.
- Şahin, F. (2020). Fatma Şahin Twitter, <https://twitter.com/FatmaSahin>, Erişim Tarihi: 01.03.2020.
- Şahin, F. (2021). Fatma Şahin Biyografi, <https://fatmasahin.net/biyografi/>, Erişim Tarihi: 27.03.2021.
- Türkiye Sağlık Bakanlığı. (2020). COVID-19 Nedir?, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.
- Uzunoğlu, E., Onat, F., Aşman Alıklılıç, Ö. ve Yeygel Çakır, S. (2009). *İnternet çağında kurumsal iletişim*. İstanbul: Say Yayınları.
- Wolton, D. (1991). Medya, siyasal iletişimin zayıf halkası. *Birikim Dergisi*, 51-58.
- Yağmur, H. (2015). *Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmedeki rolü*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Yavaş, M. (2020). Mansur Yavaş Twitter, <https://twitter.com/mansuryavas06>, Erişim Tarihi: 01.03.2020.
- Yavaş, M. (2021). Mansur Yavaş Özgeçmiş, <http://www.mansuryavas.com.tr/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.
- Yurdigül, Y. ve Elitaş, T. (2017). Voyörizm ve teşhircilik bağlamında sosyal medyanın mahremiyet sorunu. *Sosyoloji Divanı*, 5(9), 129-149.

**Araştırmacı Katkı Oranı:** Yağmur Karadağ %60, İlknur Aydoğdu Karaaslan %40 oranında katkı sağlamıştır.

**Destekleyen Kurum/Kuruluşlar:** Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.