

Çağdaş YEREL YÖNETİMLER

Cilt: 24

Sayı: 4

Ekim 2015

Gencay Serter

Belediyeler Bankası'ndan
İlbank A.Ş.'ye Bir Dönüşümün Öyküsü

Mustafa Doğan
Dilek K. Morkoç

Türkiye'de Yerel Yönetimler ve
Turizm

Gülsüm Çalışır

Halkla İlişkiler Uygulaması
Olarak Belediyelerde Sosyal
Ağların Kullanımı

Mustafa Lamba
Mustafa Altunok
Uysal Kerman

Büyükşehir Belediyelerinde Stratejik
Planlama Anlayışı Çerçevesinde
Kurumsal Kabiliyet ve Kapasite



TÜRKİYE VE ORTA DOĞU AMME İDARESİ ENSTİTÜSÜ
Yerel Yönetimler Merkezi

Çağdaş YEREL YÖNETİMLER Dergisi

ISSN 1300-1825

Sahibi: TODAİE adına Prof. Dr. Onur Ender ASLAN

Yazı İşleri Müdürü: Doç. Dr. Filiz KARTAL

Yerel Yönetimler Merkezi Müdürü: Prof. Dr. Aslı AKAY

Yazı İşleri Müdür Yardımcısı: Canan KARAOĞLU

Yayın İdare Adresi: TODAİE 85. Cadde No: 8 Yüce-tepe 06100 ANKARA

Yayının Türü: Yaygın süreli yayın

Yayın şekli: 3 aylık – Türkçe

Basımcı: Hangar Marka İletişim ve Reklam Hizmetleri

Basımcı Adresi: Konur 2 Sokak 57/4 Kızılay ANKARA

Basım tarihi: 30 Ekim 2015

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Onur Ender ASLAN

Doç. Dr. Filiz KARTAL

Prof. Dr. Seriya SEZEN

Prof. Dr. Aslı AKAY

Danışma Kurulu/Advisory Board

Prof. Dr. Aslı AKAY (TODAİE)

Prof. Dr. Örsan AKBULUT (TODAİE)

Prof. Dr. Argun AKDOĞAN (TODAİE)

Prof. Dr. Adalet ALADA (İstanbul Ü.)

Prof. Dr. Onur Ender ASLAN (TODAİE)

Prof. Dr. Kamil Ufuk BİLGİN (TODAİE)

Prof. Dr. İsmail BİRCAN

Prof. Dr. Ömer BOZKURT

Prof. Dr. Tayfun ÇINAR (Ankara Ü.)

Prof. Dr. Oya ÇİTÇİ

Prof. Dr. Yücel ERTEKİN (Çağ Ü.)

Prof. Dr. Cevat GERAY

Prof. Dr. Can HAMAMCI

Prof. Dr. Türksel KAYA BENSĞİR (TODAİE)

Prof. Dr. Ruşen KELEŞ

Prof. Dr. Ayşegül MENGİ (Ankara Ü.)

Prof. Dr. Ömer PEKER

Prof. Dr. Seriya SEZEN (TODAİE)

Prof. Dr. Neşe SONGÜR (TODAİE)

Prof. Dr. Meral TECER

Prof. Dr. İlhan TEKELİ

Prof. Dr. Nuri TORTOP

Prof. Dr. Feyzi ULUĞ (TODAİE)

Doç. Dr. Kıvılcım ERTAN (TODAİE)

Doç. Dr. Filiz KARTAL (TODAİE)

Doç. Dr. Serap KAYASÜ (ODTÜ)

Doç. Dr. Birkân UYSAL

Dr. Selçuk YALÇINDAĞ

Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi iki hakemli bir dergidir; Uluslararası Yönetim Bilimleri Enstitüsü (IIAS) Avrupa Kamu Yönetimi Grubu (EGPA), Anadilde Yayımlanan Kamu Yönetimi Dergileri Veri Tabanı ile TÜBİTAK – ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı indekslerinde taranmaktadır.

Dergide yayımlanan yazılar yazarın kişisel görüşünü yansıtır. Yayımlanan yazılar kaynak gösterilerek kullanılabilir.

Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi tam metin makalelerine <http://yayin.todaie.edu.tr> adresinden erişilebilir.

İçindekiler

Çağdaş YEREL YÖNETİMLER Cilt 24 Sayı 4 Ekim 2015

| | |
|--|----|
| Belediyeler Bankası'ndan İlbank A.Ş.'ye Bir Dönüşümün Öyküsü <i>Gencay Serter</i> | 1 |
| Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Turizm <i>Mustafa Doğan - Dilek K. Morkoç</i> | 27 |
| Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Belediyelerde Sosyal Ağların Kullanımı <i>Gülsüm Çalışır</i> | 59 |
| Büyükşehir Belediyelerinde Stratejik Planlama Anlayışı Çerçevesinde Kurumsal Kabiliyet ve Kapasite <i>Mustafa Lamba - Mustafa Altunok - Uysal Kerman</i> | 95 |

Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim aylarında yayımlanır.

Tel: 0-312-231 73 60
Faks: 0-312-231 83 38

E-Posta: basinyayin@todaie.edu.tr
URL: www.todaie.edu.tr

2015 yılı için;

Tek sayının satış fiyatı 12 TL;

Yıllık abone ücreti, Kurumsal abonelik için 60 TL, Bireysel abonelik için 40 TL'dir.

Abone olmak için, yıllık abone ücretinin Ziraat Bankası Anıttepe Şubesi IBAN TR 09000 1000 833 0351 48
83 5004 numaralı hesabına yatırılması ve banka dekontunun, TODAİE Basım Yayın Şefliği, 85. Cadde, No
8, Yücetepe 06100 Ankara adresine gönderilmesi yeterlidir.

contents

Çağdaş YEREL YÖNETİMLER Volume: 24 No:4 October 2015

- From Belediyeler Bankası to İbank A.Ş:
The Story of a Transformation **1**
Gencay Serter
- Local Governments and Tourism in Turkey **27**
Mustafa Doğan - Dilek K. Morkoç
- Use of Social Networks in the Municipalities
as a Public Relations Practice **59**
Gülsüm Çalışır
- Institutional Capability and Capacity in Metropolitan
Municipalities within the Scope of Strategic Planning Concept **95**
Mustafa Lamba - Mustafa Altunok - Uysal Kerman

Published quarterly in January, April, July and October.

Phone: +90-312-231 73 60
Fax: +90-312-231 83 38

E-mail: basinyayin@todaie.edu.tr
URL: www.todaie.edu.tr

Prices for the year 2015:

The price per volume is 12 TL.

The annual subscription fee is TL 60 for institutional membership, and TL 40 for individual membership.

Annual subscription fee shall be transferred to the following bank account: Ziraatbank; Branch Office: Anittepe IBAN No. TR 09000 1000 833 0351 48 83 5004. Bank receipts shall be sent to the following address: TODAİE Basım Yayın Şefliği, 85. Cadde, No: 8, Yücetepe 06100 Ankara/ Turkey.

Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Belediyelerde Sosyal Ağların Kullanımı

Gülsüm Çalışır*

Öz: Pek çok alanda olduğu gibi belediyelerde de halkla ilişkiler faaliyetleri adı altında sosyal ağlardan yararlanılmaktadır. Özellikle belediye başkanları, sahip oldukları sosyal ağ hesapları ile her gün hatta gün içerisinde birden çok paylaşımında bulunarak, hedef kitlesi olan bölge halkına belediye ile ilgili bilgileri duyurmaktadır. Eskişehir’de 30 Mart 2014 belediye seçimlerinden sonra yönetime gelen Kazım Kurt da aktif bir Facebook kullanıcısıdır. Bir Belediye Başkanı’nın kişisel Facebook hesabını nasıl kullandığını araştırmak amacıyla, Odunpazarı Belediye Başkanı olan Kazım Kurt’un 31 Mart - 31 Aralık 2014 tarihleri arasında Facebook hesabından yaptığı paylaşımları incelemek bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında, Kazım Kurt’un 9 aylık süre içerisinde doğrudan paylaştığı 765 ve etiketlendiği 287 paylaşım da göz önüne alındığında, toplam 1052 paylaşımın içeriği incelenmiş ve belediyeye dair ne tür bilgilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sosyal ağ, Facebook, belediye/başkan, halkla ilişkiler.

Use of Social Networks in the Municipalities as a Public Relations Practice

Abstract: As is the case in many areas, social networks are used under the name of public relation activities in the municipalities too. Particularly the mayors, by sharing more than one post in social networks, provide information about their municipality with the people of the region, i.e. their target audience. Kazım Kurt, who came to power after the municipality elections held in Eskişehir on 30 March 2014, is also an active Facebook user. The analysis of the posts shared by Odunpazarı Mayor Kazım Kurt between 31 March-13 December 2014 with an aim to conduct a research on how a mayor makes use of his personal Facebook account is the subject of this study. Within the scope of this study, the content of 1052 posts, out of which 765 posts were directly shared by Kazım Kurt and 287 shares, those which he was tagged, were examined to find out what kind of information was shared.

Keywords: Social media, social network, Facebook, municipality/mayor, public relations.

* Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Bağlarbaşı Mahallesi Kampüs Gümüşhane/Türkiye.

Makale gönderim tarihi:23.01.2015

Makale kabul tarihi:07.07.2015

Giriş

Halkla ilişkiler birimi, bir kurumun dışarıya açılan penceresi gibidir. Kurumun dışında kalanların, kurum hakkında ne bilip bilmediği ya da nasıl bir etkiye sahip olup olmadığı, halkla ilişkiler biriminin başarısına bağlıdır. Bunun için de adı geçen birimin, yürüttüğü faaliyetleri daha dikkatli ve özenli şekilde sürdürmesi beklenir. Aynı zamanda, halkla ilişkiler biriminin kurum hakkında toplum nezdinde iyi bir izlenim bırakabilmesi için bütün iletişim kanallarını kullanabildiği gibi teknolojiyi de yakından takip etmesi, ait olduğu kurum lehine fayda sağlar. Halkla ilişkiler birimlerinin faaliyetleri, özel ya da kamu kurumu olması bakımından pek de farklılık göstermiyor olabilir. Çünkü bu faaliyetlerin ana amacı, kurum ya da kuruluş hakkında olumlu bir imaj yaratarak, bir farkındalık zemini oluşturmaktır. Sadece hedef kitlelerin beklentileri değişiklik gösterebilir. Bu düşünceden hareketle halkla ilişkiler birimlerinin iş yükü daha da fazladır. Her türlü değişime ve yeniliğe uyum sağlayabilecek bir kadroya sahip olmanın yanı sıra, bunları iyi yönetecek ve tüm iletişim araçlarını etkin şekilde kullanabilecek bilgi düzeyini ve altyapısını bünyesinde barındırması gerekir.

Halkla ilişkiler alanında etkili çalışmaların, kamuda çoğunlukla belediyelerde yürütüldüğünü söylemek mümkündür. Belediyelerde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinde, dünden bugüne pek çok şeyin değiştiği gözlemlenmektedir. Halk bilinçlendikçe, belediyelerden beklentiler de artış göstermektedir. Belediye yetkilileri de talepleri karşılayabilmek için her geçen gün yeni çalışmalar başlatmaktadır. Örneğin, son zamanlarda halkın sorunlarını dinlemek ve belediye faaliyetlerini halka daha ayrıntılı anlatabilmek için gelişen teknolojinin de sayesinde, belediye yöneticilerinin sosyal ağları aktif olarak kullanmaları dikkat çekmektedir. Geline bu süreçte, bu çalışmada belediyelerde halkla ilişkiler uygulaması olarak kullanılan sosyal ağları işlemek amaçlanmıştır. Bununla ilgili yapılan literatür araştırmasında sıklıkla belediyelerin web sayfası kullanım durumlarını gösterir, çalışmalara rastlanmıştır. Ancak sosyal ağlar özelinde Facebook kullanımı ile ilgili bir çalışmaya rastlanmaması, böyle bir çalışma fikrini ortaya çıkartmıştır. Bunun sonucu olarak da bu çalışmada; Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook sosyal ağ hesabı incelenmiştir. Bugüne kadar, doğrudan bir Belediye Başkanı'nın halkla ilişkiler faaliyet alanı için nelere katkı sağladığını gösterir bir çalışma olmaması, bu düşüncüyü desteklemiştir. Kazım Kurt'un Mart 2014 yerel seçimlerinden sonra Odunpazarı Belediye Başkanı olmasını takiben belediye ile ilgili haberleri paylaşmaya başladığı Facebook sosyal ağ hesabı, çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Halkla İlişkiler Kavramı

Halkla ilişkiler kavramının çıkış noktasına bakıldığında, aslında yeni bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Kavrama ilişkin ilk çalışmaların, yurtdışı odaklı olduğu bilinmektedir. Bu anlamda, Türkiye'deki uygulamalarının daha da yeni olduğunu ifade etmek mümkündür. Kurum ve kuruluşlarının kendilerini başkalarına anlatma çabası olarak adlandırabileceğimiz halkla ilişkiler kavramı üzerine, bugüne kadar pek çok tanım yapıldığı görülmektedir. Kavramın ağırlıklı olarak ne anlama geldiğinin fotoğrafını çekebilmek adına, aşağıda bugüne kadar yapılan halkla ilişkiler tanımlarından bazılarını kısaca yer verilmiştir.

Halkla ilişkiler; planlı ve kurumsal alt yapısı olan bir çalışma alanıdır (Kazancı, 2004: 5). Modern anlamda halkla ilişkiler, 20. yüzyılın sosyo-ekonomik gelişmelerinin zorlaması sonucu ortaya çıkan bir meslek ve uygulama alanıdır (Asna, 1978: 22). Yöneten ve yönetilenin var olduğu günden beri ortaya çıktığı düşünülen halkla ilişkiler kavramı, 20. yüzyılla birlikte etkin hale gelmiştir. Ancak aslına bakılırsa, 20. yüzyılın başlarından beri halkla ilişkilerin hem teori hem de uygulama bakımından temelini oluşturan boyutları ve temel amaçları bakımından, geniş ölçekli bir tanımla yapılamamıştır (Oktay, 2002: 1). Yapılan tanımlarda yönetsel özellikler daha dikkat çekicidir.

Halkla ilişkiler; yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması, buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün, yönetiminden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliğinin sağlanması görevine denilmektedir (Erdoğan, 2006: 19). Bu yönüyle halkla ilişkiler; yönetime, halkı yönetme konusunda yardımcı olan bir fonksiyondur. Kısacası halkla ilişkiler, bir yönetim fonksiyonudur.

Halkla ilişkilerin temel amacı, kurum ve kuruluşların ilgili çevreleriyle olumlu ilişkiler kurmalarına zemin hazırlamak, etkin ve verimli bir iletişim ortamı sağlamaktır (Çamdereli, 2004: 27). Böylece halkla ilişkiler uygulamalarıyla kabul, destek ve güvenini kazanarak oluşacak etkileşim ortamıyla kurum ya da kuruluşun kendisini kolaylıkla tanıtabilme, kamuoyunu etkileme, inandırabilme ve halkı yönetebilme fırsatı da yakalanmış olmaktadır.

Halkla ilişkilerin kamu yönetimindeki işlevi ele alınırken, onun doğrudan siyasal bir işlev yüklenmediğini; ama hem kamu politikalarına destek sağlama yönüyle hem de kamu bürokrasisinin bir iktidar odağı olmasıyla ilgili endişeleri azaltmaya yönelttiğini dikkate almak gerekir. Uysal Sezer'e göre, (1998: 34) halkla ilişkilerin bu alandaki dolaylı rolü, kamu yönetimindeki etkinliğini arttırarak belli bir güven duygusunun gelişmesini amaçlaması, kimi sorunların doğması, kimi sorunların da krize dönüşmesini engelleyerek sistemin devamına katkıda bulunması şeklinde açıklanabilir.

Yönetici; halkı yönetmek, siyasal düzenin sürekliliğini sağlamak ve kendi amaçlarını destekleyen kamuoyunu oluşturmak adına halkın kendisi hakkındaki düşüncelerini, gerçekleştirilen çalışmaları beğenip beğenmediğini bilmek zorundadır. Kazancı'ya (2006: 56) göre, toplumlarda birçok yönetilen odağını bu desteğin gücüne ve odağına göre kendini programlamaktadır. Bütün bunlarda da halkla ilişkiler önemli olmaktadır. Siyasal sistemler tarafından halkla ilişkiler uygulamalarına, özellikle iktidar düzenini korumak ve halkı yönetmek için çok önem verilmektedir. Halkın siyasal sisteme katılımını sağlamak, güvenini kazanmak ve siyasal iktidarı güçlendirmek gibi noktalar, halkla ilişkilerin bir hedefi olarak değerlendirilmektedir.

Pira ve Sohodol'a (2004: 262) göre halkla ilişkiler, siyasal sistemin politikasını etkileyen ve kuruluşun politikası doğrultusunda bir yönetim görevi olan ve tüm hedef kitlelere yönelik iletişim prensiplerini belirlemektedir. Pira ve Sohodol ayrıca halkla ilişkilerin, bir yandan çevrenin beklentileriyle sistem ya da kuruluşun beklentilerini karşılaştıran, hedef kitlelerin tatmin dereceleriyle sistemin performansını aynı çizgiye çekmeye çalışan yönetsel bir çaba iken, diğer yandan da söz konusu grupların destek ve güvenini kazanmaya yönelik, karşılıklı iletişim kurulmasını üstlenen bir göreve sahip olduğunu belirtmektedir.

Halkla ilişkiler kavramında sıklıkla yönetsel özelliklere yapılan vurgu, özellikle yönetimlerin kendilerini halka tanıtmak ve halkın güvenini kazanarak sürdürülebilir olmalarını sağlamak olabilir. Zira, halkın güvenini ve desteğini almayan etkinliklerin uzun süreli olmasından söz etmek pek de mümkün gözükmemektedir. Bu anlamda, hedef kitlesinin desteğini, güvenini almak için karşılıklı iletişim esasına dayalı yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri, kurum ve kuruluşların yürüttükleri yönetsel faaliyetlerin devamlılığını sağlaması bakımından değerlidir.

Yukarıda farklı kişilerce tanımı yapılan halkla ilişkiler kavramının geniş özetini Okay ve Okay (2005: 2) da şu şekilde dile getirmişlerdir: Halkla ilişkiler; bir kuruluşla hedef kitlesi arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir şekilde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur.

Halkla ilişkiler kavramı üzerine bu bölümde yer verilen tüm tanımlardan yola çıkarak bir çerçeve çizmek gerekirse; yöneten ve yönetilenler arasındaki

kurulan köprünün halkla ilişkiler aracılığıyla sağlandığını söylemek mümkündür. Zira, yönetenler neler yaptıklarını ilgili kamuya halkla ilişkiler faaliyetleri ile anlatırken, yönetilenler de taleplerini adı geçen faaliyetlere verdikleri geribildirimler aracılığıyla iletmektedir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler kavramının bir köprü olmanın yanı sıra aynı zamanda bir pencere görevi gördüğünü de ifade etmek mümkündür. Halkla ilişkiler bir penceredir; çünkü kurum ve kuruluşların dışarıya (kamuya) açılmasında ve tanıtılmasında en etkili araçtır.

Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Önemi

Yerel yönetimler, halkın ihtiyaçlarının karşılandığı anayasal kuruluşlardır. Yerel yönetimler denildiğinde İl Özel İdaresi, Belediye ve Köy yönetimleri olmak üzere üç yönetimden bahsedilmektedir. Adı geçen bu üç yönetim, halkın istek ve taleplerinin karşılandığı birimlerdir.

Kısa bir girişten sonra yerel yönetimin tanımını şu şekilde yapmak mümkündür: “Ulusal sınırlar içerisindeki değişik büyüklüklerdeki topluluklarda yaşayan insanların ortak ve yerel nitelikteki gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulan ve hukuk düzeni içerisinde oluşturulmuş anayasal kuruluşlardır. Belli bir coğrafi alan üzerinde yaşayan yerel topluluk üyelerinin kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ekonomik, sosyal, kültürel zenginliğe ve refaha ilişkin yerel hizmetleri genel yetkiyle, kendi sorumluluğu doğrultusunda yerine getiren, işleyişinde açıklığı, şeffaflığı, çoğulcu ve katılımcı demokrasi ilkelerini hayata geçiren, yetkilerin yerel halka en yakın yönetim birimince kullanıldığı, kamu tüzel kişiliğe sahip özerk, demokratik bir kuruluştur” (Wikipedi, 2015).

Toprak ise (2014) yerel yönetimin ne olduğunu şu ifadelerle açıklamaktadır: Yerel yönetimler; gerek demokratik toplumlarda oynadıkları roller gerekse kamu hizmetlerinin halka sunulmasında ve erişiminde yüklendikleri fonksiyonlar sebebiyle, yerel halkın yönetime katılmasının ilk aşamasıdır. Yerel yönetimlerin kuruluş yasalarıyla tanımlanmış bütün görevleri, kendileri tarafından yerine getirilmesi esası kabul edilmiştir. Böylelikle yerel birimlerin yerinde karar verme kapasitelerinin geliştirilmesi beklenmektedir. Merkez-yerel hizmet bütünlüğü ve yerelde yaşam kalitesi göstergelerine optimal düzeyde erişmek için hizmetlerde verimliliğin sağlanması, karar süreçlerine halkın katılımı ve hemşehrinin yerel ve müşterek isteklerinin önem kazanması yerel mevzuatta öncelikle vurgulanmaktadır.

Uysal Sezer (1987: 25) yukarıda söylenenleri de içine alacak bir tanımla yerel yönetimler için halkla ilişkileri şu şekilde tanımlamıştır:

- Makro talep ve görev çevreleri hakkında bilgi vererek, talep çevresini görev çevresi ve makro çevresi ile bütünleştirmektedir.

- Hizmetin yürütülüşüne ilişkin talep ve tepkileri öğrenerek, politikaların yönelimini sağlamaktadır.
- Bu çerçevede birey, grup ve kuruluşlara kendi politika ve etkinliklerine ilişkin bilgileri kendisi verdiği için değerlerle, gerçekleri bütünleştirmekte ve tutumları kanalize etmektedir. Böylelikle, gerçek tepkiler yönlendirilerek, yerel yönetim için önceden bilinir hale getirilmektedir.

Tortop (1997: 153) ise yerel yönetimler için halkla ilişkilerin dört temel amacının olduğunu vurgulamıştır. Buna göre amaçları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Vatandaşları yerel yönetimlerin politikasından ve günlük faaliyetlerinden haberdar etmek.
- Yerel yönetimler tarafından kesin kararlar alınmadan önce, önemli yeni projeler hakkında vatandaşlara görüşlerini belirtme fırsatı vermek.
- Yerel yönetimlerin işleyiş sistemi ile kendi hak ve sorumlulukları konusunda vatandaşları aydınlatmak.
- Vatandaşlık gururunu aşılama ve geliştirmek.

Görüldüğü gibi, yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin esas ve öncelikli görevi, halkı bilgilendirmek ve halkın beklentilerini yanıtlamaktır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde de, yerel yönetimlerde halk ön planda tutularak, onun ekseninde bir işleyiş temellendirilmektedir.

Yerel yönetimler, kendileri için bir meşruiyet alanı olan halka, geliştirdikleri halkla ilişkiler faaliyetleri ve araçları ile ulaşmaktadırlar. Bu şekilde, halka verdikleri değeri göstermektedirler. Halkından kopuk bir yerel yönetimin başarısından söz etmek pek de mümkün değildir. Yerel yönetimlerin gerçekleştirdikleri faaliyetlerde başarıya ulaşabilmeleri için buldukları süreci etkin şekilde yürütmeleri gerekmektedir. Bu düşünceden hareketle Henden ve Henden (2005: 48), yerel yönetimlerin vatandaşlara en yakın kamu yönetim birimleri olup, yerel halkın istek ve ihtiyaçlarını yerine getirme amacıyla oluşturulmuş kurumlar olduğuna vurgu yapmaktadırlar.

Yerel yönetimlerin amaçları doğrultusunda başarısı, halkla ilişkiler uygulamalarından doğrudan etkilenmektedir. Daha dar bir çevrede faaliyet gösteren yerel yönetimler, sürekli olarak halkla yakın ilişkiler kurmak durumundadır. Bu yakınlık merkezi devletin halka yakınlaşmasına ve halkı daha kolay yönetmesine yardımcı olmaktadır. Yerel yönetimlerde halkın gündelik hayatıyla ilgili tüm çalışmalar, halkın gözü önünde gerçekleştirilmektedir. Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler ihtiyacı, hizmetlerin ve halkın yapması gerekenlerin ilgili hedef kitlelere duyurulması olarak görülen basit iletişim

biçiminde, seçim dışı katılımcı demokrasi programlarının yürütülmesi olarak görülen “planlı ve amaçlara yönelik bir iletişim yönetimi”dir (Eraslan Yayınoglu, 2005: 57).

Bu bağlamda, iletişim yönetiminin içinde merkezi yönetimin bir aracı haline gelen yerel yönetimden halka, halktan da yerel yönetime doğru işleyen iletişim sürecinin planlanması, yürütülmesi ve sonuçlarının değerlendirilmesi yer almaktadır. Bu iletişim, halkla ilişkiler yönetimi olarak isimlendirilmektedir (Karadeniz, 2008: 72). Bu tür halkla ilişkiler yönetimi, yerel yönetimlere siyasal amaçlarını gerçekleştirme fırsatı vermenin yanında, hizmetleri açısından da büyük katkı sağlamaktadır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının yerel yönetimler içinde değerlendirilmesinin birçok nedeni vardır. Bunlardan en önemlisi, idari yapının giderek büyümesi ve karmaşıklaşması olarak gösterilebilir. Yerel yönetimler, kuralları ve formaliteleri ile halk için karmaşık ve anlaşılması güç yapılardır. Bu nedenle de, günümüzde yerel yönetimlerin halk tarafından anlaşılma azaltılarak, kendini tanıtmaya çabası içine girmesi zorunlu hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak da, yerel yönetimler ile kamu arasındaki iletişimi gerçekleştirmeye yönelik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu amaçla yapılacak her türlü faaliyet, yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetleri olarak isimlendirilmektedir (Aksoy, 2014).

Halkla ilişkilerde kullanılan bilgi toplama ve yayma işlevi yerel yönetimler için de geçerli bir amaçtır. Halkın yerel düzeyde neler yapıldığını öğrenmesi, hizmet verimliliğinin artırılması, hemşehrilerin kenti benimsemesi, hizmetlerin kentsel gruplara eşit şekilde dağıtılması, yerel düzeyde kamu hizmetlerinin ve kamu yararının sağlanması için halkla ilişkilerin kurumsallaşması önemlidir. (Çukurçayır, 2010: 11).

Bir yönetim işlevi olarak kabul edilen halkla ilişkiler faaliyetlerinin, yönetimin olduğu her yerde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin zamanında planlanması, iki yönlü haberleşmenin, bilgi alışverişinin olması, etkileşimin sağlanması ve sürecin sürekli iyileştirilerek geliştirilmesi gerekmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yerel yönetimlerin görevleri arasında görülmeye başlamasıyla birlikte, halkın karar alma süreçlerine katılımını kolaylaştıran politikalar etkili şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Halkın kararlara katılım sürecinin ilerlemesi, yönetimin sürekliliğine katkı sağlamaktadır. Yerel yönetimler, halkla ilişkiler uygulamalarıyla çevre ile kurduğu sürekli ilişkiler ve yerel halktan topladığı bilgiler aracılığıyla, halkta siyasal düşüncüyü destekleyecek düşünce davranış tarzlarının yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, yerelde sorun olabilecek koşulların en aza indirilmesi ve kontrol edilmesine yardımcı olmaktadır.

Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Belediyelerde Facebook Kullanımı

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin paralelinde İnternetin kamu kurum ve kuruluşlarında ilk kullanım örneklerine, e-devlet uygulamasıyla rastlanmaktadır. Adı geçen uygulamayla birlikte, işleyişin daha hızlı, kolay ve az maliyetli olduğu bir yapıya geçilmiştir. Bu anlamda belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini internet üzerinden gerçekleştirdikleri ilk uygulama alanının e-devlet uygulaması olduğunu söylemek mümkündür. Elbette, teknolojinin gelişimiyle birlikte bu süreç, sosyal ağların ve sosyal medyanın gelişimine ve kullanımına evrilmiştir.

Sosyal ağlar ve sosyal medyanın ortaya çıkmasından önce teknolojinin kullanıldığı e-devlet uygulamasına, konunun bütünlüğüne katkı sağlaması ve uygulanan ilk örneklerden olması adına burada kısaca değinmekte fayda vardır. E-devlet, adı üzerinde, kamu hizmetlerinin elektronik ortamda sunulmasını ve halkın bu hizmetlere ulaşımını kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır. Akman ve Argun (2011: 281), bilgi işlem teknolojilerinin kullanılarak kamu hizmetlerinin elektronik ortamda e-devlet uygulamasıyla sunulmasını, kamu iş süreçlerinin halkın bakış açısını yeniden yapılandırması ve kamu kurumlarının etkili ve verimli çalışmalarını olanaklı kıldığını dile getirmektedirler. Benzer şekilde Asrak Hasdemir ve Karabacak (2009) da kamu hizmetlerinde e-devlet uygulamalarının kullanılmasıyla birlikte, işleyişin hızlandığı, kolaylaştığı, şeffaflaştığını ve bir dönüşümün yaşandığını; ancak bunun yanı sıra e-devlet uygulamasının kullanımı konusunda yeterli eğitimin verilememesi ve bunun yaygınlaştırılmasında sıkıntılar olabileceğini vurgulamaktadırlar. Türkiye’de e-devlet uygulamasını kullanan ilk belediyenin de İstanbul Pendik Belediyesi olduğu ve bununla ilgili olarak da bir ödül aldığı bilinmektedir (Piramithaber.com, 2013).

Teknolojinin ve internetin kamu kurum ve kuruluşlarda kullanılmasıyla başlayan e-devlet uygulamalarının bir devamı niteliği gibi görülen sosyal ağlar ve sosyal medyanın kullanımı da ilgili birimlerde önemli yer kaplamaktadır. Özellikle belediyelerde bu durumun, halkla ilişkiler faaliyetlerini duyurmak adına ne şekilde kullanıldığını anlamaya yönelik yapılan bu çalışmanın literatür taraması yapılırken, sosyal ağlar ve sosyal medya üzerine son dönemde pek çok çalışma gerçekleştirildiği ve ilgili kavramlara ilişkin çok sayıda tanım yapıldığı görülmüştür. Konuyu temellendirmek adına, ilgili kavramalara ilişkin görüşlere aşağıda kısaca yer verilmesi uygun görülmüştür.

Kişilerarası iletişimde karşılıklı etkileşimi artırmak, ortak ilgili alanlarında kişileri bir araya toplayarak paylaşımların artırılmasına katkı sağlamak, herkesin kendi kişisel profilini oluşturması ve istediği arkadaş listesini gerçekleştirilmesi

için kişilere fırsat veren web tabanlı yapıyı, sosyal ağ olarak isimlendirmek mümkündür (Boyd, 2005; Vural ve Bat, 2010). Kavramı biraz daha açarak yaptığı tanımda Preeti (2009), sosyal ağ için; ortak bir amaç doğrultusunda kişilerin düşüncelerini paylaşmalarını ve birbirleriyle etkileşime girmelerini kolaylaştıran internet üzerinden kurulan bir topluluk olarak söz etmektedir. Kişilerin, İnternet üzerinden kendilerine dair bilgileri paylaştığı ve diğer insanlarla iletişime geçmek için sanal ortamda kurdukları ağ olarak nitelendirilen sosyal ağlara Facebook, Twitter, Friendfied, Google + 1 vb. örnek vermek mümkündür.

Teknolojinin hızlı ivmesi, internet teknolojilerinin de son sürat gelişmesine yol açmıştır. Bu süreç, halka yönetime istediği zaman katılma fırsatını tanımıştır. Vatandaşlar istediği zaman diliminde istek, şikayet, beklenti, öneri, teşekkür vb. gibi düşüncelerini ve görüşlerini ilgili yöneticilere ileterek, yönetime katkı sağlar hale gelmiştir (Tosun Karakurt, 2008: 73). Sosyal ağların kullanımının hızla yaygınlaşması, bu alanların halkın yönetime dair düşüncelerini paylaşma ortamları olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, kurumlar da adı geçen sosyal ağlardan faydalanarak kendilerini daha geniş kitlelere tanıtmaya ve halkı tanıma fırsatı bulmuşlardır.

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, sosyal medya ve ağların kullanımı da artmıştır. Beraberinde hemen her alanda olduğu gibi, belediyelerde de sosyal ağların kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Weinberg (2009: 1) de bu noktaya dikkat çekerek, iletişim teknolojilerinde hızlı gelişmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medyanın, son yıllarda belediyelerde de kullanılmaya başladığından söz etmektedir.

Evans'a (2005: 8) göre, sosyal medya uygulamaları ile karşılıklı ilgilerin parçalarına dair insanlar arasında doğal ve gerçek bir diyalog ortamları oluşmaktadır. Sosyal medya ile düşünceleri daha etkili hale getirmek için farklı içeriklerin paylaşılabilmesine olanak tanınır. Wigand'a (2010: 563) göre de bilgi, deneyim ve bakış açılarının paylaşımıyla ilişkilendirilen sosyal medya, kullanılmaya başlandığı günlerde sadece arkadaşların birbirleriyle sohbet etmeleri için gerekli ortamı sağlayan bir mecra iken, zamanla kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının da hedef kitleleri ile buluşmalarına ve iletişim sağlanmasına olanak tanıyan bir ortama dönüşmüştür.

Sosyal medyanın halkla ilişkiler faaliyet alanında kullanılmasının birtakım faydalarından söz etmek mümkündür. Buna göre;

- Geniş bir kitleye kısa sürede ulaşılabilmesi,
- Hedef kitlenin ürün, hizmet ya da kurum/kuruluş hakkındaki memnuniyet veya memnuniyetsizlik durumunu kısa sürede öğrenebilme olanağına sahip olunması,

- Ürün ve hizmet hakkındaki son gelişmeleri hedef kitleye ulaştırabilmesi,
- Hedef kitlenin kısa sürede eğitimin ve bilgilendirilmesinin sağlanması gibi faydalar bulunmaktadır (Kaymak, 2014).

Sosyal medya kullanımındaki bu gelişmeler, yerel düzeyde vatandaşlara en yakın kamu yönetim birimi olan belediyelerce de dikkate alınmış; alınan kararların ve gerçekleştirilen hizmetlerin duyurulması yanında, alınacak kararlara ve gerçekleştirilecek uygulamalara vatandaşları dahil etmede yeni bir yol olarak benimsenmeye başlamıştır (Tarhan, 2012: 80).

Bir halkla ilişkiler uygulaması olarak Facebook'un belediyelerde kullanımına yönelik çalışmalara bakıldığında ise, aslına bakılırsa bu alanda çok fazla çalışma yapılmadığı görülmüştür. Literatür taraması sırasında sadece Facebook kullanımı ile ilgili çalışmaların sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Çalışmaların genellikle, Facebook ve Twitter bağlamında değerlendirildiği görülmüştür. Ayrıca, yapılan çalışmaların belediyelerle sınırlı olmadığı da anlaşılmıştır.

Alan yazında Facebook kullanımını konu alan çalışmaları kısaca şu şekilde özetlemek mümkündür:

Onat (2010: 118) “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmada; ülkemizde faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinden 5’ini ele alarak, bunların Facebook ve Twitter kullanımlarını ölçmüştür. Gerçekleştirilen çalışmada elde edilen bilgilere göre, geleneksel medya ile eşzamanlı yürütülen çalışmalarda sivil toplum örgütlerinin duyarlılık oluşturma, tanınma, duyurum ve iletişimi kurma gibi hedeflerine sosyal medya aracılığıyla ulaştıkları görülmüştür. Yapılan çalışmada ayrıca, gerçek eylemlere katılım için zemin oluşturmada ve ilgili örgütlere yapılan bağışların artırılması konusunda, nispi şekilde artışlara katkı sağladığı yönünde bulgulara da ulaşılmıştır.

“Kamu Yönetiminde Facebook ve Twitter: Meksika Yerel Yönetimler Örneği” başlıklı çalışmada Sandoval ve arkadaşları (2012: 195-198), 23 yerel yönetim ve bir federal yönetim biriminin sosyal medyadaki bilgi akışlarını ve katılım düzeylerinin ne olduğu araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda, sosyal medyaya katılımın çok sınırlı ve bilgi akışının zayıf olduğu anlaşılmıştır.

Mossberger ve arkadaşları (2013), Amerika’daki 75 büyük şehirde 2009-2011 yılları arasında vatandaşların yerel yönetimlere bağlanma şeklinde ne tür değişikliklerin olduğunu, özellikle Facebook, Twitter ve YouTube gibi sosyal ağlar üzerinde incelemişlerdir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, sosyal ağlar 2011 yılında vatandaşlar tarafından daha etkin şekilde kullanılmaya başlamıştır. 2009 ile karşılaştırıldığında, 2011 yılında sosyal ağların kullanımında 6 kat daha fazla artış olduğu görülmüştür. Sosyal ağlar üzerinden

vatandaşların yerel yönetimlere aktif şekilde katılım sağlaması ve görüş bildirmesi, yerel yönetimlerin açık ve etkileşimli bir yönetim anlayışı benimsemeleri sonucunu beraberinde getirmiştir.

“Yöneten-Yönetilen Etkileşiminin Değişim Aracı Olarak Sosyal Ağlar: Belediye ve Belediye Başkanları Facebook ve Twitter Kullanım Örüntüsü” başlıklı çalışmada Memiş (2013: 614-615); il belediye ve büyükşehir belediyelerinin 2013 yılı itibarıyla yüzde 27’sinin kurumsal, yüzde 8’inin kişisel düzeyde Facebook ve yüzde 12,5’inin kişisel Twitter hesapları olduğunu ve 24 belediyenin de ‘belediye’ adıyla Twitter hesapları bulunduğunu tespit etmiştir. Çalışmanın bulgularından elde edilen bilgiye göre, belediyelerde kullanılan sosyal ağ hesaplarının yoğunluklu olarak, 2011-2012 yılları arasında açıldığı ve Twitter hesaplarında Facebook hesaplarına göre daha fazla etkileşimin gerçekleştiği görülmüştür.

Yöntem

Yapılan literatür taramasında, bugüne kadar sosyal ağların yerel yönetimlerde ne şekilde kullanıldığına dair çalışmalar incelendiğinde, yerel yönetimlerin bir parçası olan belediyelerin kullandıkları Facebook ve Twitter hesaplarına ilişkin çalışmalara rastlanmıştır; ancak doğrudan bir belediye başkanının kişisel Facebook sayfasının çalışmaya dahil edildiği bir başka çalışmaya rastlanmamıştır.¹ Bu nedenle, bu çalışmada alana katkı sağlamak adına bir belediye başkanının Facebook kişisel sayfasının izlenmesine karar verilmiştir. Ayrıca, bu konuda yapılan ilk çalışma olması bakımından, bundan sonra yapılacak diğer çalışmalar için fikir vermesi açısından, bu çalışmada ulaşılan bilgilerin önemli olacağı düşünülmektedir. Çünkü bu çalışmada elde edilen bulgularda, yerel yönetimlerde sosyal ağların halkla ilişkiler uygulaması olarak ne şekilde kullanıldığı yönünde dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır.

9 aylık süreyi kapsayan inceleme için öncelikle, Eskişehir Odunpazarı Belediyesi Halkla İlişkiler Birimi’nde çalışan yetkili bir sosyal medya uzmanı² ile görüşülerek, çalışmanın amacı hakkında kendisine bilgiler verilmiştir. Belediye Başkanı Kazım Kurt’un kişisel Facebook sayfasının neden incelemeye alınmak istediğine dair bilgiler kendisine detaylarıyla açıklanmıştır. Ayrıca, çalışmayı somut olarak desteklemesi bakımından, çalışma sırasında ilgili yerlerde Kazım Kurt’un kişisel Facebook sayfasında bulunan fotoğrafların çalışmada kullanılacağına dair bilgiler de kendisiyle paylaşılmıştır. Bu bilgilerin

¹ Araştırmacının Twitter kullanmaması, çalışmanın Facebook üzerinden yürütülmesinde etkili olan bir diğer etkidir. Böylelikle araştırmacı, kişisel Facebook hesabından çalışmayı rahatlıkla yürütebilmek adına Belediye Başkanı Kazım Kurt’u arkadaş listesine ekleyerek, çalışmaya başlamıştır.

² Görüldüğü üzere sosyal medyanın hızla ivme kazanmasıyla birlikte, belediyelerde de “sosyal medya uzmanı” kadrosu altında çalışanların varlığı dikkat çekmektedir. Bu durum, teknolojinin gelişmesiyle birlikte, yeni uzmanlık alanlarının ortaya çıktığını göstermesi bakımından da önemlidir.

Kazım Kurt'a da iletilmesi ve gerekli izinlerin alınması konusunda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda, yetkili personelin Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un çalışmada kendi kişisel Facebook sayfasının araştırılmasına ve çalışmanın yapılmasına izin³ verdiğini söylemesiyle birlikte, çalışmaya başlanmıştır.⁴

Çalışmada, 30 Mart 2014 yerel seçimleri sonrasında belediye başkanı seçilen Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook sayfasındaki hareketlilik izlenmiştir. Söz konusu izlemede, 9 aylık bir dönemi kapsayacak şekilde seçimin hemen ertesi gününü içeren 31 Mart 2014 tarihi ile 31 Aralık 2014 arasında gerçekleşen hareketlilik incelenmiştir. Böylelikle 31 Mart - 31 Aralık 2014 tarihleri arasında paylaşılan bilgiler/ileteler/gönderiler/paylaşımlar⁵ çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın örneklemini, Kazım Kurt'a ait Facebook hesabının 9 aylık bölümünde gerçekleşen hareketlilik oluşturmaktadır. Bu süre içerisinde paylaşılan gönderiler, sayısal değerler baz alınarak değerlendirilmiş ve sınıflandırılmıştır. Böylelikle, çalışmada içerik analizinin uygulandığını söylemek mümkündür. Bu yönüyle çalışmada nicel bulgulara ulaşılmıştır.

İçerik analizi özellikle sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemle metnin içeriklerinden sosyal gerçeğe ilişkin çıkarımlar yapılmaktadır. Bu çözümleme tekniğinin kapsamına herhangi bir şekilde yazılı/açık hale getirilebilen tüm iletişim içerikleri girmektedir (Gökçe, 1995: 13-25).

Çalışma sırasında Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabı incelenirken şu sorulara cevap aranmıştır:

- Başkan Facebook sayfasında kaç paylaşımda bulunmuştur?
- Başkan paylaşımlarını ne şekilde yapmıştır? (Fotoğraf, video, açıklama vb.)
- Başkanın paylaşımlarına “beğeni” ya da “yorum” yapılmış mıdır?
- Başkan yapılan yorum ya da beğenilere “geribildirim”de bulunmuş mudur?

³ Gerekli izin belgesi Ek-1'de sunulmuştur.

⁴ Yetkili ile yapılan görüşmede; Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfanın arkadaş sayfası olduğu, buna paralel olarak tüm paylaşımların hayran sayfasında da yapıldığı bilgisine ulaşılmıştır. Ayrıca, Facebook messenger yoluyla Başkan'a ulaşan vatandaşların bizzat Başkan'dan istekte buldukları ve Başkan'ın uygun vakitlerinde bu mesajları kendisinin cevapladığı öğrenilmiştir. Fakat gelen çok sayıda mesajın hepsini kendisinin yanıtlamadığı durumlarda, devreye ilgili yetkilinin girdiği bilgisi edinilmiştir. Aynı zamanda hayran sayfasına da gelen mesajları Başkan'ın kendi telefonunda görebildiği ve bunların yine Başkan tarafından değerlendirildiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla, vatandaşın tüm isteklerinin sosyal medya üzerinden Başkan'a ulaştığı, şikayetlerin ise ilgili müdürlüklere yetkililerce iletildiği belirtilmiştir. Facebook'taki paylaşımların Başkan'ın kendisi tarafından yapıldığı; ancak bazı durumlarda yetkililer tarafından da belediyenin resmi Facebook sayfasında yer verilen bilgilerin Başkan'ın kişisel sayfasına taşındığı anlaşılmıştır.

⁵ Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un sayfasında yer alan paylaşımlar; bilgi, gönderi, ileti, paylaşım şeklinde ifade edilmektedir. Bu nedenle, farklı yerlerde farklı isimlerle ifade edildiğinde bir karmaşa ortamının oluşmaması için böyle bir açıklamaya ihtiyaç duyulmuştur.

- Başkanın paylaştığı bilgiler belediye ile ilgili midir? Eğer öyleyse belediyenin hangi etkiliğini ilgilendiren paylaşımlar yapılmıştır?
- Başkan her gün paylaşımında bulunmuş mudur?

Çalışma sırasında bulgular bölümünde elde edilen bilgileri desteklemesi için kullanılan fotoğraflar, bilgisayarın “ekran alıntısı aracı” yöntemi ile kaydedilmiştir.

Bulgular ve Yorum

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kamuoyunun, bir diğer deyişle halkın beklentileri, istekleri ve şikayetleri artık internet aracılığıyla öğrenilebilmektedir (Tarhan, 2007: 76). Bu bağlamda değerlendirildiğinde Henden ve Henden (2005: 5), halka ilişkiler çalışmaları açısından etkin bir kullanım aracı olan internetin halkın yönetime katılımını da kolaylaştırdığını ve artırdığını ifade etmektedir. İnternetin hızla gelişmesi Web 2.0’ın kullanımının yaygınlaşmasını, bu da beraberinde sosyal medya ve sosyal ağlar denilen alanların, etkin şekilde kullanımını ortaya çıkartmıştır. Durum öyle bir hal almıştır ki, artık yöneticiler de aktif şekilde bu mecraları kullanmakta ve halkı bu şekilde bilgilendirme yolunu seçmektedir.

Bu çalışmada; yerel yöneticilerin sosyal ağları nasıl kullandıklarını gösterebilmek için 31 Mart – 31 Aralık 2014 tarihleri arasında incelemeye alınan Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt’a ait Facebook hesabındaki hareketlilik izlenmiştir. Gözlemlenen hareketliliğe dair sayısal bilgiler, Tablo 1, 2 ve 3’te verildiği gibidir.

Kazım Kurt, 24. dönem TBMM Eskişehir CHP milletvekili olarak görev yapmıştır. Bu görevi sırasında da Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı adayı olarak yerel seçimlere girmiştir. Bu ön bilginin verilme nedeni de, Kazım Kurt’un Facebook sayfasının milletvekilliği dönemine denk gelen 2009 yılında aktif hale getirilmesidir. Kazım Kurt’un Facebook sayfası incelendiğinde, kişisel hesabının 2009 yılında kullanıma açıldığı görülmüştür. Milletvekilliği döneminde kullandığı Facebook hesabını değiştirmeyen Kurt’un, belediye başkan adayı gösterildiğinde de bu sayfayı kullandığı ve çalışmalarını bu sayfa üzerinden yürüttüğü anlaşılmıştır. Belediye seçimleri sonrasında, da aynı Facebook hesabını kullandığı tespit edilmiştir. Belediye Başkanı’nın başkan seçildikten sonra ayrıca yeni bir hesap açmadığı, sayfasındaki bilgilerden elde edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara da adı geçen Facebook hesabından ulaşılmıştır.

Çalışmanın son gününü kapsayan 31 Aralık 2014 tarihi itibarıyla Kazım Kurt’un Facebook takipçi sayısının 4922 ve arkadaş sayısının da 4896 olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle, arkadaş listesinde olan neredeyse herkesin, aynı zamanda kendisinin takipçisi de olduğunu söylemek mümkündür. Kazım

Kurt'un kişisel Facebook sayfasındaki 9 aylık süre içerisinde gerçekleşen toplam hareketliliği gösteren bilgiler de Tablo 1'de sunulduğu gibidir.

Tablo 1'den de anlaşılacağı üzere, 9 aylık süre içerisinde toplam 765 gönderiye ulaşılmıştır. Bu gönderiler kendi içinde ayrıştırıldığında da, Tablo 2'de verilen değerler ortaya çıkmıştır.

Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasında paylaştığı 765 gönderide; toplam 2664 fotoğraf kullanıldığı, bu gönderilere 3603 defa yorum yapıldığı, gönderilerin 151533 beğeni topladığı, başkanın paylaştığı gönderiyi 6021 kez başkalarının da kendi sayfalarında paylaştığı anlaşılmıştır. Bazı gönderilere yapılan yorumlara da ek beğeniler gelmiştir. Bunun sayısı da 1357'dir. Video türünde yapılan paylaşımların sayısının ise oldukça kısıtlı olduğu görülmüştür. Bu türden yapılan bilgi paylaşım sayısı 36 olarak tespit edilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, paylaşılan gönderilerin daha çok fotoğrafla desteklendiği anlaşılmıştır.

Resim 1. Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un gerçekleştirdiği basın toplantısının videosu.



Kazım Kurt, Eskişehir Odunpazarı Belediyesi Encümen Salonu'nda

Bugün gerçekleştirmiş olduğum basın toplantısının metnini ve videosunu sizinle paylaşıyorum. Okumanızı ve izlemenizi tavsiye ederim:

[Odunpazarı Belediye Başkanı...](#)

[Devamını Gör](#)

Tablo 1. Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook Sayfasındaki Hareketliliğin Aylara Göre Ayrıntılı Dağılımı.

| Ay Adı | Gönderi Sayısı | % | Fotoğraf Sayısı | % | Beğeni Sayısı | % | Yorum Sayısı | % | Yorum Yapılan Beğeni Sayısı | % | Faylaşım | % | Geribildirim | % | Video | % |
|---------|----------------|-----|-----------------|-----|---------------|-----|--------------|-----|-----------------------------|-----|----------|-----|--------------|-----|-------|-----|
| Mart | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nisan | 72 | 9 | 284 | 11 | 26716 | 18 | 1885 | 52 | 511 | 39 | 1198 | 20 | 0 | 0 | 2 | 6 |
| Mayıs | 87 | 11 | 283 | 11 | 23783 | 16 | 399 | 11 | 193 | 14 | 931 | 15 | 3 | 34 | 4 | 11 |
| Haziran | 85 | 11 | 277 | 10 | 18886 | 12 | 279 | 8 | 140 | 10 | 593 | 10 | 2 | 22 | 1 | 3 |
| Temmuz | 62 | 8 | 194 | 7 | 12792 | 8 | 175 | 5 | 54 | 4 | 532 | 9 | 1 | 11 | 3 | 8 |
| Ağustos | 56 | 7 | 220 | 8 | 15709 | 10 | 168 | 5 | 119 | 9 | 410 | 7 | 1 | 11 | 1 | 3 |
| Eylül | 71 | 9 | 214 | 8 | 10043 | 7 | 83 | 2 | 32 | 2 | 249 | 4 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| Ekim | 80 | 10 | 207 | 8 | 12538 | 8 | 217 | 6 | 70 | 5 | 610 | 10 | 1 | 11 | 2 | 6 |
| Kasım | 110 | 15 | 450 | 17 | 14483 | 10 | 183 | 5 | 86 | 6 | 399 | 7 | 0 | 0 | 10 | 29 |
| Aralık | 142 | 20 | 535 | 20 | 16583 | 11 | 214 | 6 | 152 | 11 | 1099 | 18 | 1 | 11 | 12 | 34 |
| Toplam | 765 | 100 | 2664 | 100 | 151533 | 100 | 3603 | 100 | 1357 | 100 | 6021 | 100 | 9 | 100 | 36 | 100 |

Aslında, Tablo 1’de dikkat çeken bir nokta daha vardır. Bu da gönderiye yapılan yorumlara ilişkin geribildirim durumudur. Kazım Kurt’un kişisel Facebook sayfası incelendiğinde, ağırlıklı olarak sadece paylaşımda bulunduğu ve bunu yaparken de sıklıkla fotoğraf kullandığı görülmüştür. Ve bu paylaşımların altında da, yine sıklıkla başkanın listesine ekli olan başka kişilerin yaptığı yorumlar ve beğeniler bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak tespit edilen bir şey daha var ki, o da Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt’un yapılan beğeni ya da yorumlara neredeyse hiç karşılık vermediği; yani geribildirimde bulunmasıdır. Kendisinin sadece paylaştığı 9 gönderiye geribildirimde bulunduğu görülmüştür.

Kazancı’ya (2004: 115) göre geribildirim, herhangi bir sistemin yeniden üretmesi ve çevreye uyum sağlaması için çevreden gelen girdilerin tümüne verilen addır. Geribildirim ayrıca, karşılıklı etkileşimi besleyen en önemli unsurlardan birisi olup, hedef kitlelerden gelen iletilerin alınıp çözümlenmesi durumudur. Çevrede neler olduğunu izlemeyen, bununla ilgili bilgileri elde edip sağlıklı bir düzen kuramayan yönetimler, sorunlarla uğraşmak zorunda kalırlar. Bu nedenle, halkla ilişkiler çalışmaları bağlamında çevreye mesaj gönderme çabaları kadar, çevreden gelen tepkileri ölçüp değerlendirme çalışması da önemlidir. Halkla ilişkiler uygulama anlayışının temelinde, toplumun/halkın isteklerini öğrenme endişesi ağır basmaktadır (Kazancı, 2004: 144). Yönetim, ilgili kesimlerden aldığı geribildirimden etkilenecek eylemlerine yön vermektedir. Böylelikle, yönetim ve halk arasında iki yönlü simetrik bir iletişim modeli gerçekleşmektedir. Bu modeli uygulayanlar kurum ve hedef kitle arasında, ortak paydada buluşmayı amaçlayan mediatör görevi görmektedir. Diyaloğa dayanan bu model uygulamalarında, yönetimin aldığı geribildirimden etkilenmesi ve politikalarına yön vermesi söz konusudur. (Balta Peltekoğlu, 2012: 130).

Bu yönüyle değerlendirildiğinde Belediye Başkanı Kazım Kurt’un daha çok bilgiyi paylaştığı; ama onun ötesinde o paylaşıma çok da müdahil olmadığını söylemek mümkündür. 765 gönderiden sadece 9’una geribildirimde bulunması bu fikri destekler niteliktedir. Halka bilgi iletilmesi; ancak halktan gelen geribildirimlere yeniden geribildirimde bulunulmaması ya da çok sınırlı sayıda karşılık verilmesi bir eksiklik olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak Başkan’ın kendisine yapılan yorum, istek, beğeni vb. bilgilere geribildirimde bulun(a)mamasına karşın, çalışmanın genel çerçevesine göre değerlendirildiğinde, kendisine iletilen her iletinin tek tek takipçisi olduğu, şikayet ya da istekler söz konusu olduğunda gerekli müdürlükleri ilgili sorunları çözmek üzere görevlendirdiği anlaşılmıştır. Bu yönüyle bakıldığında da, Başkan’ın Facebook sayfasında kendisine iletilen iletilere sayfa üzerinden

geribildirimde bulunmasa da tüm iletileri dikkate alması, iki yönlü simetrik iletişim modelinin uygulandığını göstermektedir.⁶

Kazım Kurt'un söz konusu Facebook sayfasındaki "geribildirim"ler incelendiğinde aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır:

Nisan ayı içerisinde herhangi bir geribildirime rastlanmamıştır. Mayıs ayı içerisinde toplam 3 geribildirim bulunmaktadır. Bunların ikisi "yorum" şeklinde olurken, birisi de yapılan yoruma "beğeni" şeklinde olmuştur. Kazım Kurt'un 5 Mayıs'ta gerçekleştirilen toplu nikah sırasındaki fotoğrafları paylaşımı sonrasında, bir kişinin "Sınıf arkadaşımızı da unutma" yorumuna yaptığı bir beğeni ile 15 Mayıs'ta "Erkan Bey, belediye ekiplerimiz şu an Soma'da. Gereken bütün destek ve yardım belediyemizce yapılmakta. İlginiz için teşekkür ediyorum." ve 19 Mayıs'ta bir vatandaşın yorumuna karşılık "İlginiz için teşekkür ediyorum Hakan Bey. Etkili bir nutuk çalışmamız ilerleyen günlerde olacak. Bundan emin olabilirsiniz." şeklindeki yorumu dikkat çekmektedir. Kazım Kurt'un Haziran ayı içerisinde de bir fotoğrafa beğeni yaparak geribildirimde bulunduğu anlaşılmıştır. Bunun yanında, bir vatandaşın önerisine karşılık, "İlginiz için teşekkür ederim. Görüşlerinizi dikkate alacağım." şeklindeki yorumla yaptığı geribildirim görülmektedir. Temmuz ayında da Kazım Kurt'un, "Odunpazarı Akarbaşı ara sokakları yıkıyor. Teşekkürler başkanım." yorumuna/ifadesine beğeni yaparak geribildirimde bulunduğu anlaşılmaktadır. Odunpazarı Belediye Başkanı'nın, Ağustos ayı içerisinde de Türkan Şoray filmleri üzerine bir söyleşi için yapılan duyuruda

⁶ Facebook gibi sosyal ağ platformları, başka iletişim araçlarından ayrılan özellikleri vardır. Bunları şu şekilde sınıflamak mümkündür: 1. İletişim dili ve tarzı, 2. İki hatta çok yönlü iletişim, 3. Katılımcı sayısının ve çeşitliliğinin önemi ve değeri (kalabalığın bilgeliliği). Buradan yola çıkarak, Facebook üzerinden iletişim kurmaya çalışan bir kişi ya da kuruma sadece tanıtım (klasik pazarlama iletişimi) ve imaj yaratma (klasik halkla ilişkiler) açısından bakılmaması gerekir. Bu iletişim, (diğer araç ve kanallardan farklılaşan) çalışılmış bir tarza, dile, üsluba ve stratejiye sahip olmalıdır (Banger, 2015). Sosyal medyada iletişimin özelliği iki, hatta çok yönlü olması, yazılan mesajın da çok yönlü olarak değerlendirilmesi anlamına gelir ve bu mesaja (olumlu veya olumsuz) karşı tepki gösterilir. Bu bağlamda, hesap sahibinin kendisine iletilenlere karşı tutumu ve davranış modeli önemlidir. Hem Başkan'ın hem de belediyenin Internet ve Facebook sayfalarından sorumlu kişi ile yapılan görüşmede kendisine, halkın Başkan'ın kişisel Facebook sayfasında yaptığı geribildirimler konusunda nasıl bir yol izledikleri, herhangi bir geribildirim silinip silinmediğine yönelik sorular sorulmuştur. İlgili kişi, Başkan'ın Facebook sayfasına gelen geribildirim niteliği taşıyan mesajların ileri düzeyde hakaret ve küfür barındırmadığı sürece sayfada tutulacağına ve silinmeyeceğine, zaten bugüne kadar da bu tarz mesajların gelmediğini ve gelen her mesajın hem Başkan hem de kendisi tarafından düzenli olarak takip edildiğini dile getirmiştir. Hatta, halkın Facebook üzerinden ya da belediyeye gelerek bildirdiği şikayetlerin çözümü için Başkan tarafından ilgili müdürlüklere sorunların çözümü için anında talimat verildiğini söylemiştir. Her ne kadar Başkan'ın Facebook sayfasında geribildirim konusunda kısıtlı sayıda cevaplar paylaşılsa da, aslında tüm mesajlara özelden cevap verildiğini ve şikayetlerin dikkate alınarak çözüme kavuşturulduğunu ifade etmiştir. Bu anlamda, iki yönlü iletişim sağlanması bakımından halktan gelen mesajların tek tek incelenip, dikkate alınarak çalışmalara yön verildiğinden söz etmek mümkündür. Belediye Başkanı Kazım Kurt'un iletişim bağlamında iki yönlü iletişim modelini önemsemesi, halkla belediye arasında kurulacak köprüünün temellerini daha da sağlamlaştırmak bakımından önemlidir. Bu yönüyle, adı geçen Facebook sayfasında hem kişisel hem de kurumsal olarak iletişim anlamında ve dolayısıyla da halkla ilişkiler ölçeğinde başarıya ulaşma konusunda yol alındığının işareti olarak algılamak mümkündür.

kendisine yöneltilen “Biz gelebilir miyiz?” sorusuna karşılık, “Herkes gelebilir.” şeklindeki açıklamayla geribildirimde bulunduğu görülmektedir. Eylül ve Kasım ayı içerisinde bir geribildirim durumuna rastlanmamıştır. Ekim ayında Kazım Kurt’un Facebook sayfasındaki bir paylaşımına yapılan yoruma karşılık, “Takdiriniz nedeniyle onur duydum. Diğer önerinizi değerlendireceğiz. Saygılar.” ifadesiyle geribildirim yaptığını görmek mümkündür. Belediye Başkanı Kazım Kurt’un Aralık ayında da, “Sayın Başkan bu soğuk kış mevsiminde sıcaklığınız daha da iyi hissettiriyor. İyi seneler.” yorumuna beğenide bulunarak bir geribildirim yaptığı anlaşılmıştır.

Resim 2. Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı’nın Facebook sayfasında bir yoruma yaptığı geribildirim örneği.



Kazım Kurt, 15 yeni fotoğraf ekledi.

Odunpazarı Belediyesi çalışanları olarak, Soma’da yitirdiğimiz canlarımız için saygı duruşunda bulduk; yaşanan facianın sorumlularını protesto ettik:

“Soma’da...

Devamını Gör

Beğen - Yorum Yap - Paylaş

Ali Aksoy, Kubilay Tahtacı, İbrahim Baki ve 299 diğer kişi bunu beğendi.

3 diğer yorumu gör



Kazım Kurt Erkan Bey, şu an belediye ekiplerimiz Soma’da. Gereken bütün destek ve yardım belediyemizce yapılmakta. İlginiz için teşekkür ediyorum.

15 Mayıs 2014, 13:38 - Düzenlendi - Beğen - 18



Seyhan Cerek Aydoğdu Biz teşekkür ediyoruz başkanım duyarlılığınız için

15 Mayıs 2014, 14:26 - Beğen



Kemal Büyükköroğlu Sayın başkanım Soma’ya gösterdiğiniz ilgiden dolayı teşekkür ederim.

15 Mayıs 2014, 23:12 - Beğen



Ertuğrul Çapacı duyarlı bütün arkadaşlara çok teşekkürler

Tablo 2. Paylaşılan Bilgilerin Dağılımı

| Paylaşılan Bilgi Türü | Sayısı | Yüzdesi |
|--|---------------|----------------|
| Fen İşleri | 25 | 3 |
| Park Bahçe İşleri | 8 | 1 |
| Temizlik İşleri | 12 | 2 |
| Ziyaret/Konuk | 104 | 14 |
| Özel Gün (Bayram/Anma) | 52 | 7 |
| Kutlama/İyi Dilek-Günaydın/Başsağlığı | 13 | 2 |
| Meclis Toplantısı/Siyaset | 27 | 4 |
| Duyuru (Konser/Şiir/Tiyatro/Toplantı) | 97 | 12 |
| Açıklama (Basın Açıklaması/Basın Duyurusu/Bilgilendirme) | 427 | 55 |
| Toplam Paylaşım Sayısı | 765 | 100 |

Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook sayfasındaki hareketlilik izlendiğinde, toplam 765 gönderinin dağılımında yoğun olarak “açıklama” türünde bir paylaşım olduğu görülmektedir. Bu türde yapılan paylaşım sayısı 427'dir. Bu sayının toplam gönderiler arasında oranı ise yüzde 55'e karşılık gelmektedir. Bu yönüyle, Facebook'un geleneksel medya aracı gibi kullanıldığını söylemek mümkündür. Bu durumu Kazım Kurt'un, belediyeye dair bilgileri basına ve kamuya Facebook kanalı aracılığıyla ilettiğinin göstergesi olarak algılamak mümkündür. Çünkü Kazım Kurt ister basın açıklaması şeklinde olsun ister belediyeye ilişkin bilgilerin aktarılması şeklinde olsun, tüm bunları kamuoyuna aktarma yolu olarak “açıklama” adı altında gösterilen basın açıklaması, basın duyurusu ve bilgilendirme yöntemlerini kullanmıştır. Öyle ki, adı geçen sayfada haftalık periyotlar halinde “*Basında Odunpazarı Belediyesi*” başlığı altında bol miktarda fotoğrafın ve haber kupürlerinin derlenmesinden oluşan pek çok gönderiye de rastlanmıştır. Bu şekliyle bakıldığında, sayfanın hem halkla ilişkiler arşivi gibi işlev gördüğü hem de söz konusu haberleri basından takip etme fırsatını bulamayan halka Facebook sayfasından ulaşılarak bilgiler verildiği anlaşılmıştır.

kamuoyuna ileildiği izlenmiştir. Bu anlamda, Kazım Kurt'un Facebook sayfasında tamamen belediye ile ilgili haberlerin paylaşımının yapıldığı tespit edilmiştir. Belediyenin halkla ilişkiler birimini ilgilendiren ve halkın bilgilendirilmesi için yapılması gereken tüm etkinliklerin Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasından gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Bu konuyla ilgili belediyede çalışan sosyal medya uzmanı ile yapılan görüşmeden alınan bilgiler ölçüsünde Eskişehir Odunpazarı Belediyesi'ne ait Facebook sayfasında paylaşılan tüm bilgilerin, aynı zamanda Kazım Kurt'un kişisel sayfasında da Başkan tarafından paylaşıldığı bilgisine ulaşılmıştır. Bu yönüyle de belediyenin sayfasında paylaşılan bilgilerin, Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasında verilen bilgilerle pekiştirildiğini söylemek mümkündür.

Resim 4. Odunpazarı Bölgesi'nde sürdürülen üst yapı çalışmalarından bir kare.



Kazım Kurt

25 Aralık 2014 · 🌐

Üstyapıda hizmet almayan bölge kalmayacak

Yol yapım ve onarım çalışmalarını tüm hızıyla sürdüren Odunpazarı Belediyesi, üst yapı ihtiyacı duyan tüm cadde ve sokakları hiçbir ayırım gözetmeden yeniden oluşturuyor.

Çalışmalar kapsamında yıllardır hiçbir hizmet görmeyen bölgelere müdahale eden ekipler, son olarak Karapınar Mahallesi Çetkin sokakta kilifli taş çalışması gerçekleştirdi.... Devamını Gör



Resim 5. Odunpazarı Bölgesi'nde zabitanın yürüttüğü çalışmalardan bir kare.



Kazım Kurt, Kazım Kurt'un gönderisini paylaştı.

26 Nisan 2014 · 🌐



Resim 6. Odunpazarı Belediyesi tarafından gerçekleştirilen Sokak Sinemaları Kapanış Şöleni etkinliğinin davet duyurusu.



Kazım Kurt, Kazım Kurt'un fotoğrafını paylaştı.

27 Ağustos 2014 · 🌐



Kazım Kurt

TÜRKAN ŞORAY ODUNPAZARI'NDA.

Sokak Sinemaları Kapanış Şöleni'nde, Selvi Boylum Al Yazmalım'ı Türkan Şoray'la birlikte izleyeceğiz. Sinemanın 100'üncü yılını kutlayacağız. Davetlisiniz 😊

28 Ağustos Perşembe - 21.00 - Adalar

Beğen - Yorum Yap - Paylaş

👍 101 kişi bunu beğendi.

Resim 7. Kazım Kurt'a makamında gerçekleşen bir ziyaretin görüntüsü.

Kazım Kurt, Kazım Kurt'un fotoğrafını paylaştı.
30 Nisan 2014 · 🌐



Kazım Kurt

CHP Parti Meclis Üyesi Sayın Gaye Usluer'e, gerçekleştirdiği zarif ziyareti nedeniyle teşekkür ederim.

Beğen - Yorum Yap - Paylaş

👍 İbrahim Baki, Yusuf Kaplan, Gaye Usluer ve 328 diğer kişi bunu beğendi.

Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook sayfasında paylaşımında bulunduğu diğer bir bilgi türünün de "özel gün" başlığı altında yapıldığı tespit edilmiştir. Buna göre, Kazım Kurt'un hemen bütün özel günleri içine alacak şekilde bayram, kandil ve anma günlerine ilişkin açıklamalarda da bulunduğu görülmüştür. Bu günlerde yapılan gönderilerin sayısı da, toplam sayı içinde 52'ye karşılık gelmektedir ve yüzdelik oranı da yüzde 7'dir. Kazım Kurt'un söz konusu günlerde yaptığı paylaşımlar incelendiğinde, şu başlıklar dikkat çekmektedir:

5 Nisan Avukatlar Günü, 17 Nisan Köy Enstitüleri'nin 74. kuruluş yıldönümü, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 1 Mayıs İşçi Bayramı, 1 Mayıs Regaip Kandili, 6 Mayıs Barış, Kardeşlik, Kültürel Birliktelik Bayramı Hidrellez, 6 Mayıs Deniz Gezmiş, Hüseyin İnan ve Yusuf Aslan'ın ölüm yıldönümü, 11 Mayıs Anneler Günü, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma ve Gençlik ve Spor Bayramı, 25 Mayıs Miraç Kandili, 12 Haziran Berat

Kandili, 19 Haziran Eskişehir Spor'un 49. kuruluş yıldönümü, 21 Haziran Atatürk'ün Eskişehir'e gelişinin 94. yıldönümü, 2 Temmuz Madımak Oteli'nin yakılışının yıldönümü, 23 Temmuz Kadir Gecesi, 24 Temmuz basında sansürün kaldırılışı, 28 Temmuz Ramazan Bayramı, 17 Ağustos depreminin yıldönümü, 30 Ağustos Zafer Bayramı, 1 Eylül Dünya Barış Günü, 2 Eylül Eskişehir'in düşman işgalinden kurtuluşunun yıldönümü, 9 Eylül Büyük Zafer'in 92. yıldönümü, 9 Eylül CHP'nin kuruluşunun 91. yıldönümü, 19 Eylül Gaziler Günü, 25 Eylül Neşet Ertaş'ın ölüm yıldönümü, 21 Ekim Ahmet Taner Kışlalı'nın ölüm yıldönümü, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 5 Kasım Bülent Ecevit'in ölüm yıldönümü, 10 Kasım Atatürk'ün 76. ölüm yıldönümü, 20 Kasım Dünya Çocuk Hakları Günü, 24 Kasım Öğretmenler Günü, 2 Aralık köleliğin kaldırılışının yıldönümü, 3 Aralık Engelliler Günü, 4 Aralık Dünya Maden İşçileri Günü, 9 Aralık Ali İsmail Korkmaz'ı anma, 10 Aralık Dünya İnsan Hakları Günü, 11 Aralık Adile Naşit'in ölüm yıldönümü, 13 Aralık Erdal Eren'in ölüm yıldönümü, 19 Aralık Maraş Katliamı'nın 36. yıldönümü, 19 Aralık Mevlana Haftası, 22 Aralık Sarıkamış'ta ölen 90 bin askerin ölümünün 100. yıldönümü, 23 Aralık şehit öğretmen Mustafa Fehmi Kubilay'ın ölüm yıldönümü, 25 Aralık İsmet İnönü'nün 41. ölüm yıldönümü, 31 Aralık Yeni Yıl.

Resim 8. Odunpazarı Belediye Başkanı'nın Eskişehir'in düşman işgalinden kurtuluşunun yıldönümünü kutlayan mesajı.



Kazım Kurt, Kazım Kurt'un fotoğrafını paylaştı.

2 Eylül 2014 -

2 EYLÜL
ESKİŞEHİR'İN
KURTULUŞUNUN
92'NCİ YILINI
KUTLARIM

Av. Kazım KURT
Odunpazarı Belediye Başkanı

- 15. 30 Hamamyolu Saat Kulesi - Odunpazarı Yürüyüşü
- 17. 00 Odunpazarı Hicri Sezen Parkı Müzik Dinletisi

www.odunpazarı.bel.tr

Odunpazarı Belediyesi Odunpazarı

Kazım Kurt

Bugün saat 15.30'da Hamamyolu saat kulesi önünden, Odunpazarı meydanına yürüyüşümüz var. Saat 17.00'da Odunpazarı meydanı Hicri Sezen parkında müzik dinletimiz vardır. Tüm hemşehrilerimi bekliyorum.

Görüldüğü üzere Kazım Kurt'un 9 aylık süre içerisinde nerdeyse tüm özel günlere ilişkin ve toplum tarafından bilinen kişilerin ölüm yıl dönümlerine ilişkin açıklamaları dikkat çekmektedir. Böylece bir halka ilişkiler birimi tarafından gerçekleştirilmesi beklenen söz konusu özel günlere dair açıklamaların, Belediye Başkanı tarafından da yapılmış olduğu anlaşılmaktadır.

Resim 9. Kazım Kurt'un Sarıkamış şehitlerini anma mesajı.



Kazım Kurt, Kazım Kurt'un fotoğrafını paylaştı.

22 Aralık 2014 · 🌐

100 yıl önce tarihte eşine rastlanmayan bir mücadele ortaya koyan on binlerce vatan evladı, karlı dağlara, çetin doğa koşullarına ve tüm yokluklara karşın gözünü kırpmadan ölüme yürüdü. Allahuekber Dağları'nı aşarken kurşun atamadan, düşmanla göğüs göğüse vuruşmadan şehit olan, kardelenler gibi karlara gömülen 90 bin askerimizi saygıyla ve rahmetle anıyorum.



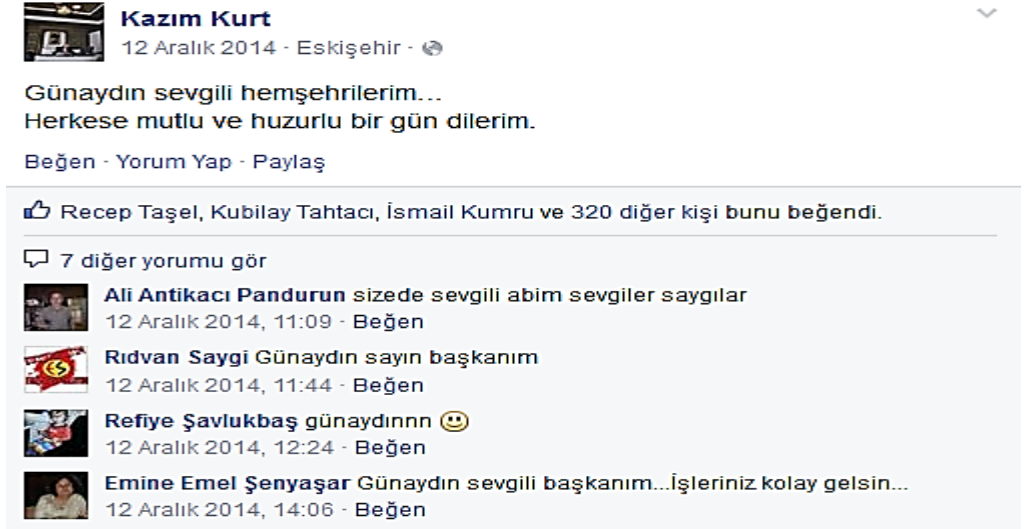
Fotoğraf: Sarıkamış Dayanışma Grubu arşivi
22 Aralık 1914 Sarıkamış

100 yıl önce tarihte eşine rastlanmayan bir mücadele ortaya koyan on binlerce vatan evladı, karlı dağlara, çetin doğa koşullarına ve tüm yokluklara karşın gözünü kırpmadan ölüme yürüdü. Allahuekber Dağları'nı aşarken kurşun atamadan, düşmanla göğüs göğüse vuruşmadan şehit olan, kardelenler gibi karlara gömülen 90 bin askerimizi saygıyla ve rahmetle anıyoruz.

Kazım Kurt'un Facebook sayfasında her ayın ilk günlerine denk gelecek şekilde, Belediye Meclis Toplantıları'na ilişkin duyuru ve bilgilerin paylaşımı da görülmektedir. Bu bilgilendirmelerde halkın daha iyi aydınlatılması için özellikle fotoğraf, video, belge gibi kaynaklara başvurulduğu dikkat çekmektedir. Kurt'un yaptığı paylaşımların birisinde, şeffaflık esasıyla yola çıktıklarını ve Meclis Toplantısı'nı canlı olarak yayınlayan ilk belediye olduklarını söylemesi dikkat çekicidir. Belediyelerin, halkın güvenini kazanması için halkla ilişkiler faaliyetlerini etkili şekilde kullanmaları önemlidir. Belediyeler Meclis Toplantıları da halkı ilgilendiren pek çok konunun tartışılıp karara bağlandığı ortamlardır. Bu tür ortamların herkesin gözü önünde yapılması, sözü edilen şeffaflığın sağlanması bakımından değerlidir.

Odunpazarı Belediye Başkanı'nın sıklıkla, "Günaydın sevgili hemşerilerim...Herkese mutlu ve huzurlu bir gün dilerim." ⁷ ve "İzmir'de vatani görevini yaparken meydana gelen kazada şehit olan yavrumuz, ciğerimiz Emre Günalay'a Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve yakınlarına sabır ve baş sağlığı dilerim" ⁸ şeklinde paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür. "Kutlama, iyi dilek, günaydın, başsağlığı" başlıklarını içeren paylaşımlar incelendiğinde Nisan ve Mayıs ayında birer paylaşım yapıldığı görülürken; Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında hiçbir paylaşım rastlanmamıştır. Kasım ayı içerisinde toplam 8 adet paylaşımın yapıldığı ve bunların tamamının "iyi dilek-günaydın" başlığı altında yer aldığı tespit edilmiştir. Aralık ayı içerisinde de 2 paylaşım dikkat çekmektedir. Bunların birisi "iyi dilek-günaydın" başlığı altında yer alırken birisi de "başsağlığı" altında yer almıştır. Bu tür paylaşımların genel paylaşım oranı ise, yüzde 2'ye karşılık gelmektedir. Bu durum, kamuoyuna iletilen bir mesaj olmanın yanı sıra; başkanın kendisini de kamuoyunun bir parçası olduğu mesajını vermesi bakımından değerlidir. Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasında yaptığı bu tür paylaşımlarla, sadece bölgesinde faaliyet verdiği halkı değil, tüm kamuoyunu selamladığı da anlaşılmaktadır.

Resim 10. Kazım Kurt'un Facebook sayfasında paylaştığı iyi dilek mesajı.




Kazım Kurt
12 Aralık 2014 · Eskişehir · 🌐


Günaydın sevgili hemşerilerim...
Herkese mutlu ve huzurlu bir gün dilerim.


Beğen · Yorum Yap · Paylaş

👍 Recep Taşel, Kubilay Tahtacı, İsmail Kumru ve 320 diğer kişi bunu beğendi.

💬 7 diğer yorumu gör

 **Ali Antikacı Pandurun** sizede sevgili abim sevgiler saygılar
12 Aralık 2014, 11:09 · Beğen

 **Rıdvan Saygı** Günaydın sayın başkanım
12 Aralık 2014, 11:44 · Beğen

 **Refiye Şavlukbaş** günaydınnn 😊
12 Aralık 2014, 12:24 · Beğen

 **Emine Emel Şenyaşar** Günaydın sevgili başkanım...İşleriniz kolay gelsin...
12 Aralık 2014, 14:06 · Beğen

⁷ Kazım Kurt'un Facebook sayfasında 12 Aralık 09:11 itibariyle yaptığı paylaşımıdır. Buna benzer paylaşımlar Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabında 10 kez tekrarlanmıştır.

⁸ Kazım Kurt'un Facebook sayfasında 26 Aralık 19:03'te gerçekleştirdiği paylaşımıdır. Bu tür paylaşım; yani başsağlığı dileme türündeki açıklamaya Nisan ve Mayıs ayında da birer kez yer verilmiştir. 9 aylık inceleme süreci içinde, toplam 3 adet başsağlığı paylaşımı yapıldığı görülmektedir.

Resim 11. Kazım Kurt'un Facebook sayfasında paylaştığı başsağlığı mesajı.



Kazım Kurt

18 Nisan 2014 · 🌐

Eskişehir basınımızın emektar mensubu Mustafa Demiral'ın Sevgili annesi vefat etmiştir. Merhumeye Allah'tan rahmet, Demiral ailesine ve yakınlarına başsağlığı diliyorum.

Beğen · Yorum Yap · Paylaş

👍 Özgür Özdamar, İsmail Kumru, İbrahim Baki ve 112 diğer kişi bunu beğendi.

➦ 1 paylaşım

💬 11 diğer yorumu gör



Hüsnü Yüzüak rahmetler diliyorum.demiral ailesinin başı sağ olsun,sabırlar dilerim.

18 Nisan 2014, 22:24 · Beğen



Ömer Gürcan allah rahmet eylesin mekanı cennet olsun

18 Nisan 2014, 23:21 · Beğen · 👍 1

Tablo 2'de dikkat çeken bir nokta da, belediyenin yürütmüş olduğu faaliyetlerin fotoğraflarıyla birlikte kamuoyuna Facebook sayfasından iletilmesidir. Fen İşleri, Temizlik İşleri ve Park Bahçe İşleri'nin çalışmalarına bu sayfada yer verilmesi, belediyeçilik faaliyetlerinin duyurulması konusunda sosyal ağların da artık işin içine koşulduğunun bir göstergesi olarak düşünülebilir. Sayfanın incelenmesi sonucunda, Kazım Kurt'un Facebook sayfası aracılığıyla hizmet bölgesindeki halka, mahallerde gerçekleşen belediye faaliyetleri ile ilgili bilgilendirme yaptığı görülmektedir. Ayrıca bir nokta daha var ki o da, Belediye Başkanı'nın sayfasında paylaştığı bilgilerin takibini yaptığıdır. Yani paylaşılan bir bilginin, ilerleyen günlerde yeniden hatırlatmasının yapıldığı görülmüştür. Bu bağlamda haber takibi yapıldığını söylemek de mümkündür.

Facebook sayfasında paylaşılan bilgilerin dağılım türlerine bakıldığında, hemen her başlığa yer verildiği anlaşılmaktadır. Önemli bir nokta da, Kazım Kurt'un kendisine ait olan bu kişisel sayfasında paylaşılan bilgilerin, belediyenin "*Halkla İlişkiler*" birimi tarafından yürütülebilecek ve kamuoyuna iletilecek bilgileri kapsamasıdır. Bu yönüyle de, Kazım Kurt'un kişisel

Facebook sayfasının, yerel yönetimlerde bir halkla ilişkiler uygulaması olarak sosyal ağların aktif şekilde kullanıldığını göstermesi bakımından da önemlidir.

Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabı incelendiğinde, kendisinin yaptığı 765 gönderinin dışında başka gönderilerce etiketlendiği de dikkat çekmiştir. Söz konusu gönderilerdeki durumu gösterir bilgiler de Tablo 3'te aktarıldığı gibidir.

Tablo 3. Kazım Kurt'un Etiketlendiği Gönderilerdeki Durum

| Gönderi Türü | Sayısı |
|--------------------|--------|
| Etiketlenme Durumu | 287 |
| Fotoğraf | 546 |
| Beğeni | 21029 |
| Yorum | 483 |
| Paylaşım | 594 |
| Video | 8 |
| Geribildirim | 7 |

Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un, Facebook sayfasında bulunan başka kişiler tarafından da etiketlendiğine ilişkin paylaşımlara da rastlanmıştır. 9 aylık süre içerisinde yer alan bu paylaşımların sayısı ise 287'dir. Böylelikle 9 ay boyunca izlemesi yapılan Belediye Başkanı'nın kişisel Facebook sayfasında kendi paylaşımları da eklendiğinde toplamda 1052 içeriğin yer aldığını söylemek mümkündür.

Adı geçen paylaşımlarda belediye başkanının kendi sayfasında olduğu gibi, etiketlendiği paylaşımlarda da en çok 21029 ile "*beğeni*"nin ön plana çıktığı görülmektedir. Tablo 1'de verilen bilgilerle karşılaştırıldığında, "*geribildirim*" başlığında bir benzerlik dikkat çekmektedir. Belediye Başkanı'nın etiketlendiği sayfalarda yer alan toplam 287 gönderi içinde, sadece 7 yoruma karşılık gelecek şekilde yorum yazması ve/veya beğenide bulunarak geribildirim yaptığı anlaşılmıştır.

Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook sayfasının incelenmesi sonucu elde edilen bir diğer bilgi de sayfanın herkese açık olmasıdır. İsteyen herkes başkanın sayfasına ulaşip başkanı arkadaşı olarak kendi sayfasına ekleyebilir; kendisine yorum, beğeni ya da paylaşımda bulunabilir. Başkanın sayfasında bulunan bu özellik, daha önce yapılmış diğer çalışmalarda rastlanan sadece ilgili sayfaya "*beğeni*" yapma durumunun geliştirilmiş hali olması bakımında da değerlidir. Listeye ekli olan herkes, başkanın sayfasına erişebilir ve istediği

paylaşımı yapabilir. Bu durum katılımcıları aktif hale getirmesi ve yapılan her paylaşıma ortak etmesi bakımından da ayrıca önemlidir. Zira, bu durum iki yönlü iletişime zemin hazırlaması bakımından dikkat çekicidir.

Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabının incelemesinin sonucunda bir bilgiye daha ulaşılmıştır. Belediye Başkanı Kazım Kurt'un adı geçen Facebook hesabında, neredeyse her gün paylaşımda bulunduğu anlaşılmıştır. Kazım Kurt'un Facebook sayfasının incelenmesi sırasında, sadece 31 Mart 2014 ve 2 Nisan 2014 tarihleri arasında herhangi bir bilgi paylaşımına rastlanmamıştır. 31 Mart'ın, belediye seçimlerinin hemen ertesi güne denk gelmesi, 2 Nisan'ın da mazbata alma hazırlıklarının yapılması varsayımından hareketle bir bilgi paylaşımı yapılmadığı düşünülmektedir. Aksi halde, bunun dışında kalan tüm günlerde, cumartesi ve pazar da dahil olmak üzere, bir şekilde bilgi paylaşıldığı yapılan inceleme sonucunda görülmüştür. Ayrıca, yapılan değerlendirme sonucunda bazı günlerde de gün içerisinde birden çok paylaşımda bulunduğu tespit edilmiştir. Paylaşımların yapılma saatleri ve günleri incelendiğinde de, 7 gün 24 saat; yani haftanın her gününe ve saatine denk gelecek şekilde bir bilgi paylaşımı yapıldığı anlaşılmıştır. Bu şekliyle, mesai saatleri dışında da paylaşımlara rastlandığını söylemek mümkündür.

Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasının genel bir değerlendirmesini yapmak gerekirse; bir başkan olarak halka belediye ile ilgili bilgileri vermek için kişisel Facebook sayfasını seçtiği anlaşılmıştır. Nitekim, Kazım Kurt'un kişisel hesabı incelendiğinde dikkat çeken bir nokta da, kedisine ait hiçbir özel bilginin paylaşılmasıdır. Yani yapılan incelemede, Başkanın kişisel Facebook sayfasında kendisine ait akraba ya da aile yemek, ziyaret vb. gibi durumların paylaşımına rastlanmamıştır. Kaldı ki sayfanın kendisinin kişisel sayfası olduğu, çalışmanın başından itibaren ifade edilmektedir. Bu tür bilgilere, ancak Kazım Kurt'un etiketlendiği paylaşımlarda ulaşılmıştır. Kendisine özel sadece 3 paylaşımın yapıldığı dikkat çekmiştir. Bu 3 paylaşımda da aslına bakılırsa bir fotoğraf paylaşımı söz konusudur ve oğlu tarafından bu fotoğraflara etiketlendiği görülmüştür. Bunların dışında kişisel sayfası olmasına rağmen, kendisine özel başkaca bir bilgi paylaşımına rastlanmamıştır. Aslına bakılırsa, bu yönüyle de Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabını halkla bir bağ kurmak için kullanması, yerel yönetimlerde yöneticilerin sosyal ağları artık yönetimin bir parçası olarak görmeleri ve bunu aktif şekilde yaşamlarının bir parçası haline dönüştürmeleri, çalışmanın başlığını doğrulaması bakımında da önemlidir.

Sonuç ve Öneriler

Belediyecilik ve şehircilik anlayışı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bölge sınırları içinde gerçekleşen etkinliklerden halkın haberdar edilmesi, yönetim için halktan destek alınması adına önemlidir. Yönetim, bu desteği halkla

ilişkiler faaliyetleri ile sağlamayı amaçlar. Çünkü halkla ilişkiler birimi, yönetimin kamuya açılan bir penceresidir. Dolayısıyla, halkla ilişkileri bir yönetim faaliyeti olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Böyle bir bakış açısıyla düşünüldüğünde, belediyeler halkı her koşulda gerçekleştirdikleri faaliyetler hakkında bilgilendirmekle yükümlüdürler. Belediyecilik söz konusu olduğunda, geçmişte zor şartlar altında gerçekleşen halkı bilgilendirme durumu, zamanla daha pratik yöntemlerin uygulamaya dahil edilmesiyle birlikte kolaylaşmıştır. Çünkü halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında halkın bilgilendirilmesi ve olaylardan haberdar edilmesi durumu, dün hayalini bile kurmakta güçlük çekilen yöntemlerle gerçekleştirilirken, bugün bilgisayarın bir tuşuna basarak yapılabilir hale gelmiştir. Çağın ilerlemesi, bu anlamda halkla ilişkiler faaliyetlerinin duyurulmasında kullanılan iletişim araçlarının da değişimini beraberinde getirmiştir. Nitekim internet kullanımının yaygınlaşması, beraberinde sosyal ağ denilen ortamların oluşmasına katkı sağlamıştır. Böylelikle, günümüzde hemen her alanda aktif şekilde kullanımına rastlanan sosyal ağların (kullanım sıklığına göre ister Facebook ister Twitter olsun) belediyelerde de yönetimin bir parçası olan halkla ilişkiler uygulaması olarak kullanılmaya başlandığını göstermektedir.⁹

Bu çalışmada Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı'nın Facebook sosyal ağ hesabındaki hareketlilik incelenmiştir. Gerçekleşen incelemenin sonucunda, adı geçen Facebook sayfasının halkla ilişkiler birimi gibi işlediği ve kamuoyunun bu sayfadan verilen bilgiler eşliğinde belediye hakkında bilgilendirildiği anlaşılmıştır. Böylelikle, Belediye Başkanı Kazım Kurt'un bir halkla ilişkiler uygulaması olarak Facebook sosyal ağını sıklıkla kullandığı görülmüştür. Aslına bakılırsa, bu durum teknolojinin bir uzantısı olarak ortaya çıkmakla birlikte, halkın her kanaldan bilgilendirilmesi amacının ön planda tutulmasını göstermesi bakımında da önemlidir.

Kazım Kurt'un kişisel Facebook hesabının herhangi bir sınırlama olmadan herkese açık olması ve kendisinin arkadaşı olan hemen herkesin, aynı zamanda

⁹ 2000-2004 yılları arasında, Eskişehir Tepebaşı Belediyesi'nde Basın Halkla İlişkiler uzmanı sıfatıyla çalıştım. O dönemde, belediyelerde her çalışana bir bilgisayar verilemiyordu. Ofiste personelin kullanması için sadece bir tane masa üstü bilgisayar bulunuyordu. Sonrasında bir de gazete yapımı için özellikleri daha gelişmiş bir bilgisayar alındı ve sadece gazete haberlerinin yazımı için kullanıldı. İnternet de günümüzdeki kadar yaygın değildi. 2003 yılına kadar geçen süre içerisinde belediyeye ilişkin haberler öncelikle masa üstü bilgisayarında yazılır; sonra da şehirde bulunan 6 yerel gazete ve 2 de yerel televizyon kanalına bir personel eşliğinde elden dağıtılırdı. Yani bir haberin yazımı ve dağıtım süreci, nereden bakılırsa bakılıns ortalama en az 1-2 saatlik bir süreci kapsıyordu. Ancak, 2004 yılında belediyede aktif şekilde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, artık söz konusu haberler, ilgili birimlere internet aracılığıyla e-mail ortamında gönderilmeye başlandı. O günlerden bakıldığında, bugünkü sosyal ağların belediyelerde kullanılacağını düşünmek neredeyse hayaldi. Günümüzde ise gelen bu aşamaya bakılırsa, her şey internet ortamından gerçekleşir oldu. Hatta bu çalışmaya da konu olan sosyal ağlar sayesinde hemen her yerde her koşul altında bilgi paylaşımı yapmak kolaylaştı. Teknolojinin gelişmesi, belediyelerin de halkın beklentilerini karşılayabilmeleri için çağa ayak uydurmasını zorunlu hale getirdi.

takipçisi olması da sayfanın etkin şekilde kullanıldığının bir işareti olarak gösterilebilir. İncelemeler sonucunda kadın erkek, bir cinsiyet farkı gözetilmeden hemen herkesin istediği zaman diliminde belediye başkanına istediği paylaşımlar hakkında yorum yazdığı ya da beğenide bulunduğu tespit edilmiştir. Bu durum; halkın istek, şikayet, beğeni vb. gibi durumlarını gelinen süreçte sosyal ağlardan da yöneticilere iletebilme olanaklarının olduğunu göstermesi bakımından değerlidir. Böylelikle, yönetilenlere her kanaldan ulaşma fırsatı doğmuştur. Aynı zamanda da daha interaktif bir iletişim ortamı oluşmuştur.

Belediyecilik faaliyetleri arasında bulunan alt ve üst yapı çalışmalarının yanı sıra, halkın sosyo-kültürel anlamda zenginleşmesine katkı sağlayan konser, tiyatro, sinema gibi etkinliklerin de yoğun şekilde gerçekleştirildiğini Kazım Kurt'un adı geçen sosyal ağ hesabından görmek mümkündür. Böylelikle bir yerel yönetici olan Kazım Kurt'un Facebook sayfası aracılığıyla, bölge halkını hatta tüm kamuoyunu bilgilendirmesi, halkın belediyeye karşı olumlu tavırlar geliştirmesine katkı sağlaması bakımından önemlidir. Çünkü varlık nedenleri halka hizmet götürmek olan belediyelerin başarısı; halkın desteğini, katkısını, yardımını ve hepsinden önemlisi de güvenini kazandıkları sürece sürdürülebilir olacaktır.

Sosyal medya sadece tek yönlü *imaj oluşturma* ortamı değildir. Bu ortamda, imaja ve propagandaya yönelik iletiler yanında başka içerikler de verilir. Kamu hizmeti yapan bir kişi veya kurumun ilettiklerinin kamusal niteliği olması gerekir. Bu şekilde değerlendirildiğinde, Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı'nın kişisel Facebook sayfasında iletilen neredeyse tüm bilgilerin kamunun ilgisini çekecek kamusal içeriklerle dolu olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın en önemli unsurlarından birisi, platformdaki (hesaptaki) katılımcı sayısı ve çeşitliliğidir. Bu konuda kişi ya da kurumun bir strateji, plan ve programları olması beklenir. Kazım Kurt'un sayfasında gerçekleştirilen inceleme sonucunda katılımcı sayısını artırmak için herhangi özel bir çaba göze çarpmamıştır. Arkadaş listesinde olan kişilerin kendiliğinden oluştuğu; yani kişilerin Kazım Kurt ile kendilerinin arkadaş olduğu ve listeye eklendiği anlaşılmıştır.

Sözün özü; sosyal medya, tek yönlü ve izlemeye yönelik medya türlerinden farklı özelliklere sahiptir. Sosyal medyayı kullanacak olanın bu farklılıkları algılaması ve özümsemesi gerekir. Bu, can alıcı bir kriterdir. Bu düşüncelerden yola çıkarak son söz olarak şunları dillendirmek mümkündür: Kazım Kurt'un 9 aylık süreyi kapsayan kişisel Facebook sayfasında özellikle dikkat çeken nokta, iletişimin en önemli unsurlarından birisi olan *geribildirim* konusunda karşılaşılan kısıtlamadır. Nitekim, adı geçen sayfada belediyeye dair pek çok

bilgi paylaşımı yapılmış ve halk bilgilendirilmiştir. Ancak, Başkan'ın kişisel Facebook sayfasında geribildirimde bulunma konusundaki durumun nedenleri sosyal medya uzmanı ile yapılan görüşmede netlik kazanmıştır.¹⁰

Öte yandan sosyal medya uzmanının söylediklerinden yola çıkarak, Belediye Başkan'ı Kazım Kurt'un halkla ilişkiler faaliyetlerinde dikkat çeken iletişim modellerinden Edward Beryans'ın öncülüğünü yaptığı iki yönlü simetrik iletişim modelini uyguladığını söylemek mümkündür. Zira, Başkan'ın gelen her türlü mesajı tek tek inceleyerek, bunları ilgili müdürlüklere sevk etmesi ve halkın beklentilerinin gerçekleştirilmesini sağlaması bunun bir işareti olarak gösterilebilir. Çünkü Başkan'ın paylaşımlarına karşılık halktan gelen istek, beğeni, şikayet vb. bilgileri dikkate alarak, çözüme ulaştırmak için faaliyete geçmesi, iki yönlü simetrik iletişim modelini kullandığını anlamamızı sağlamaktadır. Bir belediye başkanının bu şekilde bir iletişim modeli izlemesi de yönetiminden sorumlu olduğu bölge halkının ihtiyaçlarının karşılanması ve halkın memnuniyetini sağlaması bakımından önemli olmaktadır. Yerel yönetimlerin amaçları hatırlandığında, halkın beklenti ve ihtiyaçlarına yanıt vermenin öncelikli olduğu savından hareketle, belediye başkanının incelenen kişisel Facebook sayfasında bu konuda hassas davranıldığı ve bu yönde çalışmalar yapıldığı da anlaşılabilir.

Çalışma boyunca incelenen Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un kişisel Facebook sayfasını bir halkla ilişkiler uygulama alanı olarak kullanması; belediyeye ilişkin pek çok bilgi, fotoğraf, video vb. paylaşımlarını bu alandan yapmış olması, günümüzde artık belediyecilik faaliyetlerinin sosyal ağlar üzerinden de yapılabileceğini göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Bu durum da çalışmanın başlığını desteklemesi adına önemlidir.

Kaynakça

- Akman, Elvettin ve Argun, Çiğdem (2011), "Türk Kamu Yönetiminde E-Devlet ve M-Devletin Etik Açısından Bir Değerlendirmesi", s. 281-291, *Kamu Yönetimi ve Teknoloji*, KAYFOR 2010, (Yayına Hazırlayanlar: Onur Ender Aslan, Nuran Savaşkan Akdoğan, Burak Tangör, Hande Mimaroglu Özden, Asu Altunoğlu), Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- Aksoy, Necdet (2014), "*Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Beyaz Masa*", http://necdetaksoy.com/#!/page_ESERLER , Erişim Tarihi: 1.12.2014.
- Asrak Hasdemir, Tuğba ve Karabacak, Zeliha İnci (2009), "National Judiciary Informatics Project within the Framework of eGovernment Applications in Turkey: An Evaluation", *eTransformation in Public Administration: From eGovernment to eGovernance*, T. K. Bengshir (edt.), s.545-560, International Conference on eGovernment Sharing Experiences, Antalya, 8-11 December 2009.
- Asna, Alaeddin (1978), *Halkla İlişkiler*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara.

¹⁰ Daha ayrıntılı bilgi için 5. ve 7. dipnota bakınız.

- Balta Peltekoğlu, Filiz (2012), *Halkla İlişkiler Nedir?*, 7. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Banger, Gürcan (2015), “İş Yerinde Motivasyon – 3”, <http://www.duyuguncesi.net/?p=16582> , Erişim Tarihi: 15.01.2015.
- Boyd, Stowe (2005), “Are You Ready For Social Software?”, <http://stoweboyd.com/post/2325281845/are-you-ready-for-social-software> , Erişim Tarihi: 19.06.2015.
- Çamdereli, Mete (2004), *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, 2. Baskı, Salyangoz Yayınları, İstanbul.
- Çukurçayır, M. Akif (2010), “Halkla İlişkiler ve Belediyecilik: İmaj mı, Vatandaş mı?”, *Yerel Siyaset Dergisi*, Yıl: 4, Sayı: 36, s. 11-12, ISSN 1306-5947, <http://www.yerelsiyaset.com/v4/pdf/36/> , Erişim Tarihi: 15.12.2014.
- Eraslan Yayinoğlu, Pınar (2005), *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler*, 1. Baskı, Birsen Yayınevi, İstanbul.
- Evans, Dave (2008), *Social Media Marketing: An Hour A Day*, Indianapolis, Waley Publish, India.
- Henden, Burçin ve Henden, Rıfki (2005), “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (14), s. 48-66.
- Gökçe, Orhan (1995), *İçerik Çözümlemesi*, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.
- Karadeniz, Mustafa (2008), *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Uygulama (Çanakkale Belediyesi Örneği)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaymak, Fethi (2014), “Sosyal Ağların Halkla İlişkiler Açısından Değerlendirilmesi, Fırsatlar ve Tehditler”, <http://www.academia.edu/1984005/> Erişim Tarihi: 27.11.2014.
- Kazancı, Metin (2004), *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, 5. Baskı, Turan Kitabevi, Ankara.
- Memiş, Levent (2013), “Yöneten-Yönetilen Etkileşiminin Değişim Aracı Olarak Sosyal Ağlar: Belediye ve Belediye Başkanları Facebook ve Twitter Kullanım Örüntüsü”, *Yeni Medya Çalışmaları Kuram-Medya-Uygulama ve Siyasa I. Ulusal Kongresi*, 7-8 Mayıs 2013, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kongre Kitabı, s. 601-618.
- Mossberger, Karen; Wu Yonghong ve Crawford, Jared (2013), “Connecting Citizens and Governments? Social Media and Interactivity Major U.S. Cities”, *Presented at Public Management Research Conference*, Madison, WI, June 21, 2013, <http://www.union.wisc.edu/pmra2013/Paper%20Submissions/New/Connecting%20Citizens%20and%20Local%20Governments%20Social%20Media%20and%20Interactivity%20in%20Major%20US%20Cities.pdf>, Erişim Tarihi: 11.12.2014.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir (2002), *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Derya Yayınevi, İstanbul.
- Onat, Ferah (2010), “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”, *İletişim, Kuram ve*

- Araştırma Dergisi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Güz: 2010, Sayı: 31, s. 103-121.
- Pira, Aylin ve Sohodol, Çisil (2004), Kriz Yönetimi, *Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Preeti, Mahajan (2009), "Use of Social Networking in a Linguistically and Culturally Rich India", *The International Information & Librarry Review*, 41 (3), p. 129-136.
- Sandavol Almazan, Rodrigo; Rogel, Roza Maria Nava ve Diaz, Maria del Rocia Gomez (2012), "Facebook & Tiwetter in Public Administration: The Gase of Mexican Local Governments", *Proceedings of the IADIS International Conference*, e-Society, 10-13 March 2012, Berlin, Germany, , Edited by: Piet Kommers and Pedro Isaias, ISBN: 978-972-8939-67-0, p. 193-200.
- Tarhan, Ahmet (2012), "Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 35, s. 79-101, Güz 2012, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Tarhan, Ahmet (2007), "Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web sayfaları Üzerine Bir Analiz", *Selçuk İletişim Dergisi*, Vol. 4, No: 4, s. 75-95.
- Toprak, Zerrin (2014), "Türkiye’de Yerel Yönetimler-Yapılanma-Merkez-Yerel Yönetim İlişkileri", <http://kisi.deu.edu.tr/zerrin.toprak/turkiye'de%20yerel%20yonetimler%20yapilanma.pdf>, Erişim Tarihi: 01.12.2014.
- Tortop, Nuri (1997), *Halkla İlişkiler*, 7. Baskı, Yaygı Yayınları, Ankara.
- Tosun Karakurt, Elif (2008), "Türkiye’de E-belediyeçilik Uygulamaları: Bursa Nilifer Osmangazi-Yıldırım Belediyelerinin Web Sitelerinin Analizi", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, s. 71-94.
- Uysal Sezer, Birkan (1998), *Siyaset, Yönetim, Halkla İlişkiler*, TODAİE Yayını, Ankara.
- Uysal Sezer, Birkan (1987), "Yerel Yönetim Çevresi- Halkla İlişkiler ve Araştırmaları", *Amme İdaresi Dergisi 1*, s. 15-32.
- Vural, Zerrin Beril ve Akıncı, Mikail (2010), "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal Of Yasar University*, 20 (5), s. 3348-3382.
- Weinberg, Tamar (2009), "The New Community Rules: Marketing On The Social Web", *Sebastopol: O'Reilly Meiad*, Inc.
- Wigand, F. Diana Lux (2010), "Twitter in Government Building Relationship One Tweet at a Time", *7th International Conference on Information Technology*, IEEE, Computer Society, p.563-567.
- Wikipedi (2015), https://tr.wikipedia.org/wiki/Yerel_y%F6netim Erişim Tarihi: 15.06.2015.
- <http://www.piramithaber.com/manset/e-devlette-ilk-belediye-pendik-h18118.html> Erişim Tarihi: 15.06.2015.

EK: 1- Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un "Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Belediyelerde Sosyal Ağların Kullanımı: Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook Hesabının İncelenmesi" başlıklı çalışmaya verdiği izin belgesi.



İLGİLİ MAKAMA,

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Gülsüm Çalışır'ın hazırladığı "Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Belediyelerde Sosyal Ağların Kullanımı: Eskişehir Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'un Facebook Hesabının İncelenmesi" başlıklı çalışmada kişisel Facebook sayfamı incelemesi konusunda gerekli izinler tarafımdan verilmiştir.

01.01.2015
Odunpazarı Belediye Başkanı
Av. Kazım Kurt