



**YEREL YÖNETİMLERİN DİJİTAL MEDYA
KULLANIM ALIŞKANLIKLARI: ERZURUM
BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÜZERİNE
BİR İNCELEME**

Kadir DOĞAN

**Yüksek Lisans Tezi
Radyo, Tv ve Sinema Ana Bilim Dalı
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK
2022
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TV VE SİNEMA ANA BİLİM DALI

Kadir DOĞAN

YEREL YÖNETİMLERİN DİJİTAL MEDYA KULLANIM
ALİŞKANLIKLARI: ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

ERZURUM-2022



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "Yerel Yönetimlerin Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

23.08.2022

Kadir DOĞAN
Aslı ıslak imzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK danışmanlığında, Kadir DOĞAN tarafından hazırlanan bu çalışma 22 / 08 / 2022 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından, Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Abdulkadir ATİK

İmza Aslı ıslak imzalıdır

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

İmza: Aslı ıslak imzalıdır

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Muhsine Sekmen

İmza: Aslı ıslak imzalıdır

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

Aslı ıslak imzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
TABLolar DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL DİJİTAL MEDYA UYGULAMALARI

1.1. DİJİTAL MEDYA VE KURUMSAL UYGULAMA	7
1.1.1. Dijitalleşme Kavramı	9
1.1.2. Dijitalin Yayılımı	11
1.1.2.1. Web 1.0.....	15
1.1.2.2. Web 2.0.....	16
1.1.2.3. Web 3.0.....	17
1.1.2.4. Web 4.0.....	19
1.1.3. Dijital Medya Araçları	19
1.1.3.1. Sosyal Medya Uygulamaları	20
1.1.3.2. Sosyal Paylaşım Siteleri	23
1.1.3.2.1. Facebook.....	24
1.1.3.2.2. Youtube.....	25
1.1.3.2.3. Whatsapp	26
1.1.3.2.4. Instagram	27
1.1.3.2.5. WeChat	27
1.1.3.3. Bloglar	28
1.1.3.4. Forumlar	29
1.1.3.5. Wikiler	30
1.1.2.5. Mikrobloglar	31
1.1.3.6. Podcastler	32

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLER

2.1. YEREL YÖNETİMLERİN TANIMI	33
2.1.1. Yerel Yönetimlerin Gelişim Süreçleri.....	34
2.1.2. Yerel Yönetimler ve Demokrasi	35
2.1.3. Türkiye'nin Yerel Yönetim Birimleri	36
2.1.3.1. İl Özel İdaresi	37
2.1.3.2. Köy Yönetimi	39
2.1.3.3. Belediyeler.....	42
2.1.3.4. Büyükşehir Belediyeleri	45
2.1.3.4.1. Büyükşehir Belediye Meclisi.....	49
2.1.3.4.2. Büyükşehir Belediye Encümeni.....	50
2.1.3.4.3. Büyükşehir Belediye Başkanı.....	50
2.1.4. Yerel Yönetimlerde Dijitalleşme Çalışmaları	51
2.1.4.1. E-Belediye Kavramı	52
2.1.4.2. E-Belediye Hizmetleri	54
2.1.4.3. İnternet Sitesi (Belediye Web Sayfası).....	55
2.1.4.4. Sosyal Medya Hesapları	57
2.1.4.5. SMS Uygulamaları	58
2.1.4.6. Dijital Billboardlar.....	59
2.1.4.7. Wifi Alanları.....	60
2.1.4.8. Kiosk Uygulamaları.....	61
2.1.4.9. Kent Bilgi Sistemi	61
2.1.4.10. Çağrı Merkezi ve Telefon Teknolojileri.....	62
2.1.4.11. Video Konferans.....	63
2.1.5. E-Devlet Uygulaması	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLERİN DİJİTAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI: ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1. ERZURUM HAKKINDA.....	66
3.1.1. Erzurum Büyükşehir Belediyesi.....	67

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	67
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	68
3.4. ARAŞTIRMANIN SORULARI.....	70
3.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI.....	71
3.6. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ.....	71
3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	72
3.7.1. Erzurum Büyükşehir Belediyesi İnternet Sitesi	72
3.7.1.1. E-Devlet Bağlantısı.....	76
3.7.1.2. E-Ödeme ve Borç Sorgulama	77
3.7.1.3. Online Evrak Takip Sistemi	77
3.7.1.4. Online Randevu	78
3.7.1.5. Nöbetçi Eczane Bilgileri.....	78
3.7.1.6. E-İmar Hizmeti	79
3.7.1.7. Nikah Başvurusu	80
3.7.1.8. E-Dilekçe	80
3.7.1.9. Kent Bilgi Sistemi	81
3.7.1.10. Mezarlık Bilgi Sistemi (MEBİS).....	82
3.7.1.11. Hava Durumu Ve Hava Kalite Bilgisi	83
3.7.1.12. E-Kütüphane.....	83
3.7.1.13. Şehir Kameraları.....	84
3.7.1.14. 360° Sanal Tur	85
3.7.2. EBB Sosyal Medya Hesapları	87
3.7.3. Erzurum WEB TV	92
3.7.4. Ücretsiz Kablosuz İnternet Hizmeti	93
3.7.5. Çağrı Merkezi.....	94
3.7.6. SMS Uygulaması.....	94
3.7.7. Dijital Billboard.....	95
3.7.8. Tanıtım Videoları	96
3.7.9. Mobil Uygulama	96
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	98
KAYNAKÇA	104
ÖZGEÇMİŞ.....	119

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YEREL YÖNETİMLERİN DİJİTAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI:
ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Kadir DOĞAN

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

2022, 118 Sayfa

Jüri: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK

Dijitalleşme, sayısallaşma anlamının yanında yeni medya teknolojilerinin gelişimi ve dönüşümünü anlatmak için de kullanılmaktadır. Bilim, iletişim, kültür, ekonomi ve sanat gibi insanlığın var oluşundan beri süregelen yaşamın temel ilkeleri bu değişimden en fazla etkilenen alanlar olmuştur. Gelişmiş merkez ve yerel yönetim idareleri, hayata geçirdiği e-uygulamalarla, vatandaşlara hızlı, güvenilir, şeffaf ve demokratik katılım sağlayan karşılıklı iletişim ağları hedeflemiştir. Dolayısıyla yerel yönetim birimleri, kullandıkları dijital teknolojiler aracılığıyla yerel halkın istek ve görüşlerine daha hızlı cevaplar vererek vatandaş – belediye ilişkilerini aktif hale getirmiştir. Belediyeler için hizmetlerini sunma noktasında zaman ve bütçeden tasarruf sağlayan teknoloji, vatandaşlar için belediyeye gitmeden işlemlerin tamamlanması noktasında karşılıklı faydalar sunmaktadır.

Tez çalışmasında belediyelerin, vatandaşlarla çift yönlü iletişim için kullandığı dijital medya araçları ve hangi belediye işlemlerinin hizmet binasına gitmeden elektronik ortamda yapılabildiği araştırılmıştır. Bu kapsamda Doğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan ve halka en yakın yerel yönetim birimi olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşları bilgilendirme ve belediye işlemlerinde kullandığı dijital medya araçları içerik analizi ile incelenmiş, elde edilen bulgular bu doğrultuda değerlendirilmiştir. Toplam dokuz başlıkta araştırılan dijital medya araçları arasında, internet sitesi, e-belediye uygulamaları ve belediye çağrı merkezinin vatandaşlarca yoğun olarak kullanıldığı belirlenmiştir. 2000 yılında resmi internet sitesi ile başlayan Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin dijital medya serüveni, günümüzde farklı onlarca dijital medya aracı ile devam etmektedir. Vatandaşlar tarafından belediye işlemlerinin yarısından fazlasının e-belediye uygulamalarından yapılabilmesi ve bilgilendirme noktasında iletişim araçlarının çeşitliliği, Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin dijital medya çalışmalarını önemli ölçüde tamamladığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Büyükşehir Belediyeleri, E-Belediye, Yerel Yönetimler

ABSTRACT**MASTER THESIS****DIGITAL MEDIA USE HABITS OF LOCAL GOVERNMENTS: AN
EXAMINATION ON ERZURUM METROPOLITAN MUNICIPALITY****Kadir DOĞAN****Advisor: Assist. Prof. Dr. Zeynep BİRİCİK****2022, Page: 118****Jury: Assist. Prof. Dr. Zeynep BİRİCİK**

In addition to the meaning of digitization, digitalization is also used to describe the development and transformation of new media technologies. The basic principles of life, such as science, communication, culture, economy and art, which have been going on since the existence of humanity, have been the areas most affected by this change. Developed central and local government administrations aimed at mutual communication networks that provide fast, reliable, transparent and democratic participation to citizens with e-applications. Therefore, local government units have activated citizen-municipal relations by responding more quickly to the wishes and opinions of the local people through the digital technologies they use. The technology, which saves time and budget at the point of providing its services for municipalities, offers mutual benefits for citizens at the point of completing the transactions without going to the municipality.

In the study, it has been determined that the digital media tools used by the municipalities for two-way communication with the citizens and which municipal transactions can be done in electronic media without going to the service building. In this context, the digital media tools used by Erzurum Metropolitan Municipality, which is located in the Eastern Anatolia Region and is the closest local government unit to the public, in informing the citizens and in municipal transactions, were examined with content analysis, and the findings were evaluated in this direction. Among the digital media tools researched under a total of nine titles, it was determined that the website, e-municipality applications and the municipality call center were used extensively by the citizens. The digital media adventure of Erzurum Metropolitan Municipality, which started with its official website in 2000, continues today with dozens of different digital media tools. The fact that more than half of the municipality's operations can be carried out from e-municipality applications and the diversity of communication tools at the point of information shows that Erzurum Metropolitan Municipality has completed its digital media studies to a great extent.

Key Words: Digital Media, Metropolitan Municipalities, E-Municipality, Local Administrations

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Wikimedia Vakfının Wiki Hizmetleri.....	31
Tablo 2. Klasik Yerel Yönetim ve E-belediye Anlayışı Karşılaştırması	54
Tablo 3. Belediyenin Web Sitesine Erişim İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri	74
Tablo 4. Belediyenin Web Sitesinin Genel Görünüm Analiz Verileri.....	74
Tablo 5. E-Belediye Hizmetlerinin Çeşitliliğine Yönelik Analiz Verileri	75
Tablo 6. Belediye Web Sitesinde İletişim Araçlarının Biçimsel Analiz Verileri.....	86
Tablo 7. EBB Sosyal Medya Hesaplarının Genel Görünümü.....	87
Tablo 8. EBB Sosyal Medya Hesap Adı, Takipçi Sayısı ve Gönderi Sayısı	88
Tablo 9. Mehmet Sekmen Sosyal Medya Hesapları, Takipçi Sayısı ve Gönderi Sayısı	88

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Dünya'nın Dijital Teknolojileri Kullanım Oranı	13
Şekil 2. Türkiye'nin Dijital Teknolojileri Kullanım Oranı	14
Şekil 3. Web 1.0	16
Şekil 4. WEB 2.0	17
Şekil 5. WEB 3.0	18
Şekil 6. Dünya'da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları	24
Şekil 7. Erzurum Büyükşehir Belediyesi Resmi İnternet Sitesi Genel Görünümü.....	73
Şekil 8. E-Devlet Hizmetleri	77
Şekil 9. Nöbetçi Eczane Programı.....	79
Şekil 10. E-Dilekçe	80
Şekil 11. Kent Bilgi Sistemi.....	82
Şekil 12. Mezarlık Bilgi Sistemi (MEBİS).....	83
Şekil 13. E- Kütüphane	84
Şekil 14. Şehir Kameraları.....	85
Şekil 15. 360° Sanal Tur.....	86
Şekil 16. EBB Facebook Hesabı	89
Şekil 17. EBB Twitter Hesabı	90
Şekil 18. EBB Instagram Hesabı	91
Şekil 19. EBB Başkanı Sosyal Medya Hesapları	92
Şekil 20. Erzurum WEB TV	93
Şekil 21. Erzurum Wi-Fi Hizmeti	94
Şekil 22. SMS Uygulaması	95
Şekil 22. Mobil Uygulama	97

ÖNSÖZ

Yerel Yönetimlerin Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme adlı çalışma konusunu belirlememde Erzurum Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi'nde çalışmamın önemli etkisi oldu. Belediyenin uygulamaya geçirdiği birçok e-hizmetin olduğunu öyle ki vatandaşların belediye ile ilgili işlemlerinin yarısından fazlasının belediye binasına gelmeden internet üzerinden yapabileceğini belirtmek için bu araştırmayı hazırlama gereği duydum.

Türkiye'de 2000 yılından itibaren başlayan e-belediye uygulamaları günümüzde oldukça farklı konular üzerinde vatandaşların taleplerine göre çeşitlendirilmiştir. Erzurum Büyükşehir Belediyesi çalışmalarına bu doğrultuda yön vermiş ve önemli e-belediye uygulamalarını hayata geçirmiştir. Ayrıca halka en yakın yerel yönetim birimi olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin yaptığı faaliyetlerin bilgilendirmesi, tanıtımı ve reklamı için kullandığı bütün dijital medya araçları tespit edilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu süreçte bilgi ve birikimi ile yoluma ışık tutan kıymetli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Biricik'e, lisans ve yüksek lisans eğitimimde dersime giren ve eğitim hayatıma katkıları olan bütün hocalarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Lisans ve Yüksek Lisans dönemlerinde beni her zaman destekleyen eşim Kübra Doğan'a, tezimi yazdığım süreçte beni bilgisayar başında görünce oyun oynama teklifinde bulunmayan 4 yaşındaki oğlum Mustafa Ertuğrul'a, hayatın her noktasında bizlere yardımcı olan aileme ve doğacak çocuklarımıza...

GİRİŞ

Toplumlar, ilk insandan günümüze kadar içinde yaşadığı dönemin özellikleri ve yapısına göre tanımlanan tarihi çağlardan geçmiştir. Bu dönemler ilkel, tarım, sanayi ve bilgi çağı olarak ayrı ayrı incelenmiş ve sınıflandırılmıştır. Tarihsel süreçler sınıflandırılırken yaşanan dönemin kültürel, toplumsal ve ekonomik koşullar ön plana çıkmıştır. İçinde yaşadığımız çağın kültürel, toplumsal ve ekonomik koşulları, 21. yüzyılda hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri gündelik yaşamın işleyişini değiştirmiş iletişim, iş, sağlık, eğlence gibi hayatın temel yapılarını önemli ölçüde dönüşüme uğratmıştır. Bilgi, tüm dünya ülkelerinde ön planda tutulmakta olup küreselleşme kavramının temel stratejisi olan rekabet aracı haline gelmiştir. Bilginin, teknoloji sayesinde sadece birkaç parmak hareketi kadar yakın olması günümüz toplumunun, bilgi toplumu olarak tanımlanmasının en büyük özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgi toplumu kavramının ortaya çıkış süreci, 2. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte uzay çağının da aynı dönemde başladığı sosyalist ve kapitalist düşünce sisteminin rekabetine kadar uzamaktadır. Bu dönemde yaşanan rekabetle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerine büyük önem verilmiş, rekabette öne geçebilmek adına bu teknolojilere büyük yatırımlar yapılmıştır. Düşünürler, nasıl ki buhar makinesi ilk ortaya çıktığı süreçte toplumsal ve ekonomik olarak sanayi devrimini başlattıysa, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıktıktan sonra hızlı gelişimleri yeni bir toplumsal yapının temellerini oluşturacağını savunmuştur (Çelik, 1998: 54).

Çukurçayır ve Çelebi (2009) bilgi toplumunu şöyle açıklamaktadır; bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bilgi üretimi, bilgi sektörü, eğitim sürekliliği ve nitelikli birey konularının önem kazandığı, e-ticaret, iletişim teknolojileri, sanal dünya, bilgi otoyolları gibi uygulamalarla sanayi toplumundan bambaşka bir toplum yapısına dönüşmesi olarak tanımlamıştır. Irzık (2002: 6) ise bilgi toplumunu, bireylerin hayatlarıyla ilgili farklı enformasyonlara hızlı şekilde ulaşabilmelerine ve ulaştıkları enformasyonu bilgiye dönüştürmelerine, dönüştürdükleri bilgi ile kendilerini geliştirmelerine olanak sağlayan toplumsal yapı olarak ifade etmiştir.

Genel olarak yukarıda yer alan bilgi toplumu tanımlamaları içeriğinde küçük farklılıklar olsa da temelde hepsi aynı şeye 'bilginin ulaşılabilirliğine' dikkat

çekmektedir. Günümüzde toplumun bilgi olarak tanımlanmasının en büyük sebebi bilgiye ulaşmamızdaki kolaylık ve hızla ilişkilendirilmiştir. Bir insan merak ettiği konuyla ilgili verilere ne kadar hızlı ulaşırsa konuyla ilgili o kadar hızlı bilgi sahibi olmaktadır. Sahip olduğu bilgileri ne kadar hızlı paylaşırsa, diğerlerinin de konuyla ilgili o kadar hızlı bilgi sahibi olmalarına olanak sağlamaktadır. Yani bilginin artması ve sınırsız şekilde iletilmesi toplumlar arası merkez yapıları ortadan kaldırılmış dolayısıyla kültür, ticaret ve siyaset sınırlarının olmadığı bir bütün ortaya çıkmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde devam eden gelişmelerden sadece birey ve toplumlar değil, küresel rekabet içinde olan devletler ve özel işletmeler de etkilenmiştir. Özel işletmelerin satış, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin neredeyse tamamen değiştiği bu süreç içerisinde internetle birlikte küresel bir alışveriş ağı oluşturulmuştur. Serbest pazarın olduğu sanal mecralarda dünyanın bir ucundan diğer ucuna küresel alışveriş sitelerinden ürün alma ve satma imkânı doğmuştur.

İnsanlar gündelik yaşamı kolaylaştıran bu yeni teknolojileri hızlı bir şekilde benimsemiş internetin yayılmasıyla birlikte kullanım oranlarını her geçen gün katlamıştır. Yaşadığımız dönemde dünya nüfusunun yarısından fazlası internete doğrudan ulaşmakta ve zamanın önemli bir bölümünü buralarda geçirmektedir (We Are Social, 2022). Özel işletmeler, kullanımından dolayı faaliyetlerini internet ortamına taşımış, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu bütün imkânlardan yararlanmaya çalışmıştır. Kullanıcılara doğrudan ulaşma fırsatı, toplumda kalite ve hizmet algısını önemli ölçüde değiştirmiştir. Özel işletmeler verdikleri hizmetlerle ilgili internet siteleri, çağrı merkezleri, sosyal medya hesapları açarak bireylerle kişisel iletişim kurma ve memnuniyet derecesini artırmayı hedeflemiştir.

Dünya’da bu gelişmeler yaşanırken devletler, teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek vatandaşlarına ulaşabilmek ve hizmet algısını en üst seviyeye çıkarmak için konuyla ilgili çalışmalara başlamıştır. Çünkü özel işletmelerin internet üzerinden yapılan işlemlerde kullanıcılara sunduğu fiziki olarak herhangi bir yerde olma mecburiyetini ortadan kaldırması, bireylerin devlet işlerinde aynı konforun uygulanması için bir baskı zemini oluşturmuştur.

Kamu yönetiminde yeniden yapılanma ve modernleşme çalışmalarının bir ürünü olarak E-Devlet kavramı ortaya çıkmıştır. E-Devlet uygulamaları ile birlikte devlet, özel

işletmeler gibi internetin sunduğu fırsatlardan yararlanmak ve vatandaşlara verdiği hizmetleri kapsamlı, hızlı ve kolay şekilde yapılmasını amaçlamaktadır (Ergun, 2004: 138). E-Devlet sistemiyle birlikte verilen hizmetler elektronikleşerek e- hizmete dönüşmüştür. Böylece kamu kurumlarının sahip olduğu ve vatandaşlara talep ettiği bazı bilgi ile belgelerin elektronik ortamda ulaşılmasının yolu açılmıştır (Parlak ve Sobacı, 2012: 247).

Vatandaşlar tarafından ilgi gören ve kamu kurumlarında işlem yoğunluğunun gözle görülür şekilde azalmasında etkili olan E-Devlet uygulamalarının hükümet politikaları ve düzenlemeleri ile yerel yönetim birimlerince uygulanmasına karar verilmiştir. E-hizmet uygulamalarının, merkez idare tarafından yapılmasına “E-Devlet”, yerel yönetim birimleri tarafından yapılmasına ise “E-Belediye” tanımlaması yapılmıştır.

E-Belediye alışmaları, içinde bulunduğumuz dönemin teknolojik gelişmelerini kullanarak geçmişten kalan klasik belediye anlayışının dışına çıkılmasına büyük katkı sağlamıştır. E-hizmetlerle birlikte belediyenin, şehirde yaşayan vatandaşlarına daha hızlı, daha kaliteli ve mesai kavramı gözetmeksizin sürekli hizmet sunmasının n açılmıştır. Demokratik şekilde belirli aralıklarla yapılan seçimlerle iş başına gelen yerel yönetim birimi olan belediyelerin, halka karşı görev, sorumluluk ve hesap verme zorunlulukları bulunmaktadır. Bilgi toplumunda katılımcılık, hesap verilebilirlik, birey odaklı ve şeffaflık ilkeleri olan “yönetişim”, belediyelerde de etkisini göstermiştir (Henden ve Henden, 2005: 48)

Vatandaşlar için, çağın gereklerine uygun, şehir hayatını kolay hale getiren ve planlı faaliyetlerin yapılmasında en büyük sorumluluk belediyeye düşmektedir. Dolayısıyla insanların beklentileri artmakta, belediye hizmetlerinde verimlilik, etkinlik, düzen ve katılımcılık talepleri oluşmaktadır. Sürekli gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan belediyeler, vatandaş taleplerine farklı uygulama ve uygun problem çözümleri sunarak belediye – vatandaş ilişkilerini karşılıklı fayda sağlayacak bir zemine oturtmaya çalışmaktadır. E- belediye hizmetlerinin temelinde vatandaşlar tarafından yapılan işlemlerde zaman ve mekan zorunluluğu olmaksızın, istenilen gün ve saatte yapılmasına, bilgiye hızlı şekilde ulaşmasına imkân sağlamaktadır.

E-belediyecilik hizmetleri ile belediyeler büyük halk kitlelerine ulaşmakta ve çalışmalarını bu kanallar ile duyurmaktadır. Tanıtım, reklam, personel ve zaman konusunda belediyelere büyük avantajlar sağlayan e-belediye hizmetleri bugün birçok belediye tarafından kullanılmaktadır.

Belediyeler, vatandaşların işlemleri için hizmete sunduğu e-belediye uygulamalarının yanında bilgi ve iletişim teknolojilerinin içinde yer alan dijital medya araçlarını etkili kullanmak için çalışmalarda bulunmaktadır. Belediyenin tanıtım, reklam, duyuru ve bilgilendirme işlemleri için kullandığı dijital medya araçları, son dönemlerde iyice artmış ve bu konuya kurumlar tarafından ciddi bütçeler ayrılmıştır. Geçmişte belediyeler, proje tanıtımları, sanat, kültür ve spor etkinlikleri, borç ve vergi yapılandırmaları, bilgilendirme ve duyuruları vatandaşların öğrenebilmeleri için afişlere, billboardlara, el broşürlerine, dergi ve gazetelere bastırmak durumunda kalmıştır. Yapılan bu masraflı işlemlere rağmen yine de gönderilen ileti sınırlı sayıda insana ulaşmıştır. Bugün hemen herkesin kullandığı internet sayesinde belediyeler, dijital medya araçlarını kullanarak farklı iletişim kanallarından vatandaşlara ulaşmayı başarmıştır. Hem belediyeler kırtasiye, baskı, personel giderlerini en alt seviyeye indirmiş hem de vatandaşlar belediyenin faaliyetlerinden anında haberdar olma fırsatına sahip olmuştur. Karşılıklı fayda sağlayan bu işlemler her geçen gün üzerine daha fazla düşünülmekte ve belediyeler tarafından geliştirilmektedir.

Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde, yaşadığımız çağda hemen herkes tarafından kullanılan dijital medya teknolojilerinin başlangıç noktası ve günümüze kadar uzanan süreçte geçirdiği değişimler ele alınmıştır. Bu kapsamda dijital medya kavramı hakkında genel tanımlamalar yapılmış ve dünyaya yayılım aşaması açıklanmıştır. Teknolojinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan internetin, yaşadığı gelişimlerin dönemsel ayrımı yapılarak ortaya çıkardığı ürünler incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde dijital medya teknolojilerini etkin olarak kullanan yerel yönetim birimleri ve kullandığı dijital medya araçları belirlenmiştir. Bu aşamada öncelikli olarak yerel yönetim birimlerinin tanımı, gelişim süreçleri, seçimle iş başına gelen belediyelerin demokrasi ile ilişkisi, Türkiye’de yerel yönetim birimlerinin ortaya çıkış süreci ve çalışmanın etrafında şekillendiği büyükşehir belediyelerinin işleyiş şekli literatür incelemelerine dayanarak açıklanmıştır. İkinci bölümün devamında yerel

yönetim birimlerinde 2000’li yılların başında yeni bir süreç olarak başlayan dijitalleşme çalışmalarının araştırması yapılmıştır. Bugün yerel yönetim birimleri tarafından yoğun şekilde kullanılan dijital medya araçlarının neler olduğu ve ne şekilde kullanıldığına dair incelemelerde bulunulmuştur.

Tezin uygulama bölümü olan Yerel Yönetimlerin Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme, çalışmanın üçüncü ve son bölümünü oluşturmaktadır. Bu konunun tercih edilme sebebi insan hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen dijital medya araçlarının, tüzel kişilik olan belediyelerde hangi amaçla ve nasıl kullanıldığını belirlemektir. Diğer bir neden ise belediyeler tarafından verilen e-hizmetlerin, vatandaşlara hangi konularda yarar sağladığını tespit etmektir. Bu doğrultuda Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinde yer alan E-Devlet Bağlantısı, E- Ödeme Hizmeti, Online Evrak Takip Sistemi, Online Randevu, Nöbetçi Eczane Bilgileri, E-İmar Hizmeti, Nikah Başvurusu, E-Dilekçe, Kent Bilgi Sistemi, Mezarlık Bilgi Sistemi, Hava Durumu ve Hava Kalite Bilgisi, E-Kütüphane, Şehir Kameraları, 360 ° Sanal Tur gibi e-belediye uygulamaları konu kapsamı içine dahil edilmiş ayrıca belediyenin vatandaşları bilgilendirme, tanıtım ve duyurular için kullanmış olduğu EBB Sosyal Medya Hesapları, Erzurum Web TV, Ücretsiz Kablosuz İnternet Hizmeti, Belediye Çağrı Merkezi, SMS Uygulaması, Dijital Billboard, Tanıtım Videoları ve Mobil Uygulamaları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada eksik veya belirtilmemiş bir konu olmaması için belediye yetkililerinden çalışmanın kapsamı ile ilgili bilgiler alınmıştır. İnternet sitesinde bulunan e-belediye uygulamaları ve belirtilen diğer dijital medya araçları tek tek incelenerek aktif / çalışır durumları kontrol edilmiştir.

Literatür araştırmalarında daha önce yerel yönetimlerde dijital medya araçları ile ilgili yapılan çalışmaların belirli bir konu üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür.

Bayoğlu, Yaşar (2021), Doğu Anadolu Bölgesinde Bulunan Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Kurumsal İletişim Çalışmalarının Karşılaştırılmalı Analizi isimli tez çalışmasında, dijital medya araçları kapsamında belediyeleri sadece Twitter üzerinden incelemiştir.

Yeniyıldız, Serdar (2020), Yerel Yönetimlerde E-Belediye Uygulamaları: Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi Örneği, isimli çalışmada belediyenin halka sunmuş olduğu e-belediye uygulamaları ve belediyenin internet sitesi incelenmiştir.

Güveyi, Ömer (2020), Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi: Kadıköy Ve Üsküdar Örnekleri, çalışmasında yerel yönetim birimi belediyelerin dijital medya çalışmaları sosyal medya hesapları ile sınırlandırılmış ve bu doğrultuda incelenmiştir.

Çalışma kapsamında belediyelerin kullanmış olduğu dijital medya araçları ilk defa bir bütün halinde incelenmiştir. Bu yönüyle tez çalışması, vatandaşların belediye işlemlerinde ve bilgilendirmelerinde takip edebileceği birçok iletişim kanalının olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca diğer belediyeler, kullandıkları dijital medya araçları ile Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin kullandığı dijital medya araçları arasında karşılaştırma yaparak kendi faaliyetleri için değerlendirme yapma imkânına sahiptir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerini yakından takip eden Erzurum Büyükşehir Belediyesi, dijital medya araçlarına oldukça önem vermektedir. Geçmişten süregelen klasik belediye anlayışını bir tarafa bırakan belediye, vatandaşlara şeffaf, güvenilir ve katılımcı bir ortam oluşturma adına sürekli yenilikler yapmaktadır. Belediyenin yaptığı bu yenilikler, hem vatandaş hem de belediye için zaman ve maddi tasarruf olarak geri dönmektedir. Oldukça düşük maliyetli olan internet uygulamaları sayesinde dijital araçlar üzerinden çözülemeyecek işler için bile dijital hizmet olan e-randevu uygulaması bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar ve bulguların değerlendirmesi sonucunda Erzurum Büyükşehir Belediyesi, dijital medya araçları amacına uygun ve güncel şekilde kullanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL DİJİTAL MEDYA UYGULAMALARI

1.1. DİJİTAL MEDYA VE KURUMSAL UYGULAMA

Dijital Medya kavramı, sayısallaştırılarak bilgisayar ortamına aktarılmış yazı, video, fotoğraf ve ses gibi materyallerin tümünü ifade etmek için kullanılmaktadır. Ayrıca bireylerin karşılıklı olarak dijital tabanlı araçlarla iletişim kurma şekli de dijital medya kavramının bir parçası olmuştur (Aziz, 2016). Günümüzde geleneksel dönemlerden kalan analog medya türleri bile ulaşım, çoğaltma ve dağıtım gibi kolaylıklardan dolayı dijitalleştirilerek bilgisayar ortamlarına aktarılmaktadır.

Dijital medya kavramı, teknik olarak dijital teknolojilerin bilgiyi, dijital tabanlı forma dönüştürüp iletilen, taşınan ve kopyalanan ortam haline getirmesi olarak tanımlanmaktadır. Bilginin dijital olarak hızlı bir şekilde milyonlarca insanla paylaşılabilme olanağı sunan bu teknoloji, internete sahip olan herkes tarafından kolaylıkla kullanılmaktadır (Aslan, 2013:106).

Dijital Medya olarak tanımlanmasında ki en büyük etken geleneksel (eski) medya araçları radyo, Tv, sinema ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının karşılıklı etkileşim sınırlılıklarını ve formlarını büyük oranda değiştirmiştir. İnternet ağı, akıllı telefonlar, telekomünikasyon altyapısı, bilgisayar, video, konsol oyunları ve CD- DVD teknolojileri dijital medya ile birlikte gündelik yaşama entegre olmuştur (Küçük, 2015: 60).

Dijital medyanın temelinde görüntüler, sesler ve metinler dijital ortamlarda üretilmekte veya aktarılmaktadır. İçerikler kullanıcılar tarafından kolayca ulaşılabilir, değiştirip dönüştürülebilir ve paylaşılabilir hale gelmiştir. Dijital medyaya (yeni) yakıştırması yapılması geleneksel medyada ulaşım, değişim ve paylaşım imkânlarının kısıtlı imtiyazlarını kullanıcıların lehine dönüştürmüştür. Geleneksel medya araçlarında farklı yerlerde yaşayan insanlar genellikle aynı iletiye ulaşmakta ve ileti karşısında pasif kalmaktadır. Yeni medyada ise gönderilen iletiler karşılıklı etkileşim fırsatı sunmakta ve iletişimi, tercihleri doğrultusunda başlatma, bitirme ve durdurabilme imkânına sahiptir (Demir, 2015: 145).

Kitle iletişim araçlarının tek yönlü bir şekilde kullanıcılarına sunduğu görsel ve işitsel haber, bilgi, eğlence gibi içerikler, gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma sadece yayın sahiplerinin isteklerine göre şekillenmiştir. Bu uzun yıllardır süregelen geleneksel medyanın çalışma şekli olmuştur. Yeni medyada ise internet ağı ile birbirine anlık bağlantılı kullanıcılar arasında dijital tabanlı multimedya (ses, görüntü, yazı) karşılıklı etkileşime sunulduğu ortam olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu özelliğinden dolayı medyada dolaşan verilerin çoğu kullanıcılar tarafından aktarılmıştır. Artık kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme işlemleri dijital medyanın içinde var olan internet siteleri, sosyal medya uygulamaları ve iletişim ağlarıyla oluşturulmaya başlanmıştır (Meriç, 2015: 242-243).

İletişim araçları başta olmak üzere çalışma ortamları, ticari faaliyetler, bilimsel araştırmalar, endüstriyel pazarlar, kontrol üniteleri gibi birçok alan dijitalleşmiş ve işlem alanlarını sayısal verilerle sentezlemiştir. Artık dünyada ki hemen herkes dijital telefon, dijital televizyon ve dijital bilgisayar gibi teknolojik aletlerin en az birine sahiptir. İsteyen herkesin bu teknolojilere sahip olabilmeye ihtimali, dijitalleşmenin “genel” olma özelliğini karşımıza çıkarmaktadır (Mano, 2007: 2). Çıktığı ilk zamanlarda maddi olarak biraz pahalı bir teknoloji olan dijital ürünler, zamanla bu alanda faaliyet gösteren firmaların artması, rekabet ortamının oluşması, nitelikli elemanların yetişmesiyle ürün çeşitliliği artmış ve fiyat olarak daha ulaşılabilir seviyelere gerilemiştir (Castells, 2005: 64). Dijital gelişmelere ek olarak internetin insan kullanımına sunulması, bu iki teknolojinin bütün dünyaya yayılım noktasında şüphesiz çok büyük bir etki yaratmıştır. Çünkü bilgisayar, telefon gibi aletler internet ile çok daha farklı bir anlam kazanmış, kullanım ve yayılım oranları aynı seviyelerde artış göstermiştir. Dünyada dijitalleşmenin hakim olup internetin olmadığı bir yer yoktur. Bu ikili birbirine tamamen bütünleşik hale gelerek birbirlerinin gelişimi için hiç durmadan değişip yenilenmektedir.

Artık internete bağlı olma durumu tercih gibi görülse de insanların günlük ihtiyaçları bir şekilde teknoloji kullanımını zorunlu kılmaktadır (Biricik, 2019: 71). “Matbaanın icadının ardından geçen yarım bin yılda, her dil ve nüsha hesaba katıldığında, yaklaşık yüz milyar kitap yayımlandı. Bu bilgi hacmi, günümüzde internete bir ayda yüklenen içeriğin miktarından daha az” (Chatfield, 2013: 26). Doğal olarak dijital araçların kullanım alanları arttıkça bu mecrada geçirilen zaman

uzamaktadır. Kullanıcıların, vakitlerinin önemli bir kısmını geçirdiği internet, sosyal medya, televizyon gibi yeni medya araçları bir süre sonra bireylerin gündelik, sosyal, psikolojik ve fiziksel alışkanlıklarını değiştirerek yaşamlarında büyük değişiklikler oluşturmaktadır (Gere, 2019: 15-16).

Dijital medya teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, internetin kullanıcılar tarafından hızla benimsenerek tüm dünyaya yayılması, kurumlarının işleyiş ve karar alma şeklini önemli ölçüde değiştirmiştir (Garrigos-Simon vd., 2012, s. 1880). Gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen dijital medya araçları, şahıslar üzerinde olduğu gibi kurumlarında geleceklerini tayin etme bakımından önemli etkilere sahiptir. Kurumlar, dijital araçlar sayesinde imaj yönetimi ve itibarının korunması noktasında bu ortamlarda sürekli ve güncel faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu sayede dijital medya araçları sayesinde kendilerini dijital ortamlarda tanıtmakta, takipçilerine ve paydaşlarına bilgi aktarmakta, çift yönlü etkileşim sağlamakta, müşteri ilişkilerinin sağlıklı şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır (Henderson ve Bowley, 2010, s. 237).

Teknolojik gelişmeler ve internet öncesi dönemlerde, kurumların işleyiş şekli incelendiğinde hizmet ve faaliyetlerinin sınırlı alanda gerçekleştiği görülmektedir. Bunun en büyük nedeni ulusal ve uluslararası faaliyetler için önemli miktarda maddi kaynağa ihtiyaç duyulması olarak karşımıza çıkmaktadır. Televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medya araçlarında istenen reklam ücretleri birçok kurum tarafından ödenmesi güç rakamlara ulaşmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar sayesinde kurumlar büyük bir tanıtım ve kitle iletişim ağı oluşturmayı başarmış, işleyiş şekillerini bu doğrultuda önemli ölçüde değiştirmiştir. Kamu kurumları da dijital medya araçlarını tanıtım ve halkla ilişkiler noktasında etkin şekilde kullanmaya başlamıştır (Bennett ve Manoharan, 2017: 325).

1.1.1. Dijitalleşme Kavramı

Gündelik yaşamda her alanda karşımıza çıkmakta olan dijital kelimesi, İngilizce “sayısal”, Türk Dil Kurumu’nun Türkçe Sözlüğü’nde ise, “sayısal”, “verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösteren” anlamlarına gelmektedir. Sayısallaşma adına ilk çalışmalar 1640’lı yıllara kadar uzanmaktadır. Fransız matematikçi Blaise Pascal 1642

yılında sekiz basamağa kadar toplama işlemi yapabilen bir hesap makinesi icat etmiştir. Alman matematikçi Gottfried Wilhelm Leibniz ise Blaise Pascal'ın icat ettiği hesap makinesini çarpma ve bölme işlemlerini yapabilecek şekilde geliştirmiştir (Arslan, 2019: 5). Leibniz aynı zamanda 0 ve 1 rakamlarından oluşan sayılarla ikili sayma sistemini işlenebilir hale getirmiş ve böylece günümüze kadar sürecek olan teknolojik gelişmelerin soyut altyapısını oluşturmuştur (Aksu, 2018: 24). 1801 yılına gelindiğinde Fransız Joseph Marie Jacquard'ın icadı, programlama yöntemi adına önemli bir fikir katkısı oluşturmuştur. Dokuma alanında icat edilen bu teknik makine, üzerinde belli aralıklarda delikler bulunan bir kartonun her bir deliğine sıra geldiğinde hangi renk ipliğin kullanacağına karar vermekteydi (Arslantunalı, 2020: 206-208).

Çalışmaların önemli ölçüde gelişim göstermesi ve birikimli olarak ilerlemesiyle 1837'li yıllarda Charles Babbage tarafından dijital bilgisayarların öncüsü olarak kabul edilen analitik makine icat edilmiştir. Bu makine dünyanın ilk programlanabilir bilgisayarı olarak kabul edilmektedir (Arslan, 2019: 6). Dijitalleşmenin ilk adımı olan bu çalışmalar, günümüz ile karşılaştırıldığında teknolojinin ne denli önemli bir gelişme kaydettiğini gözler önüne sermektedir.

Analog sinyal, zamana karşı değişme gösteren, her daim akış durumunda bulunan sinyal olarak belirtilir. Dijital ise sayısallaştırılmış bir sinyal şeklidir. Dijitalin, analogdan farklılık gösteren temel yanları bütünlümlü, ikili, ayrılmış, kodlu, ekli ve bağdaşık olmasıdır. Yankın (2019) dijitalleşmeyi şöyle tanımlıyor: “Sayısallaştırma sadece tanımlanan işlemler kapsamında kâğıt belgeler veya basılı görüntüler gibi ‘fiziksel bilgi taşıyıcıların’, ağırlıklı olarak iş dünyasındaki doküman tarayıcılarını kullanarak dijital ortama geçirilmesidir. Dolayısıyla sayısallaştırma; yazılı, görsel veya işitsel öğelerin bilgisayara tanımlanabilmesi, işlenebilmesi ve saklanabilmesi amacıyla sayısal kodlara dönüştürülmesi işlemidir. Sayısallaştırma, hem sembolik hem de maddi boyutlara sahip bir süreçtir. Sembolik olarak sayısallaştırma, analog sinyalleri 1’ler ve 0’lar olarak gösterilen bitlere dönüştürür. Bu nedenle sayısallaştırma birçok farklı şekilde, birçok farklı malzeme türünde ve birçok farklı sistemde ifade edilebilen bilgiler üretir.”

Dijital, sayısal verilen işlenip elektronik ortama aktarılmasının yanında yeni medya teknolojilerinin genellemesi içinde kullanılmaktadır. Günümüzün teknolojik

buluşları (cep telefonu, Tv, bilgisayar, internet) temelinde dijitalleşme tekniği kullanılarak üretilmektedir (Geray, 1994: 22). Sayısallaşma, çağımızın bütün görsel haberleşme araçlarına etki etmeyi başarmıştır. Sayısal kodlardan oluşturulan görsel ileti sistemi, hareketli görüntü adına önemli bir gelişme kazandırmıştır. Bu işleyiş kendinden önceki analog formatlara göre birçok farklılık içermekte ve yenilik imkânı sunmaktadır. Dijitalleşme, kullanılan her teknolojiye farklı deneyimler yaratarak önemli bir dönemin açılmasına sebep olmuştur (Öz, 2012: 65). İlk net adımları 1990'lı yıllardan itibaren görülen dijitalleşme, 2022 yılı itibariyle yaşamın her noktasında kendini hakim kılmaktadır. İnsan doğasının bir parçası olan düşünmek, yaşamın var olduğu süreçten beri yeni şeyler aramak adına hiç durmadan tekrar eden bir eylem olmuştur. Gündelik hayatı kolaylaştırmak için her daim yeni şeyler aranmaktadır. Tarihsel süreçte bilginin birikmesiyle icat ve buluşların geliştirilerek bir sonraki döneme ulaşması sağlanmıştır. Böylece dönemin ve gelecek yılların yaşam tarzı bu yeniliklere göre şekillenmiştir. Marshall McLuhan çağın teknolojiye göre şekillenmesi ile ilgili şunları söyler: “Aletlerimize biçimler veririz, ardından aletlerimiz bize biçim verir” (McLuhan 1964 akt. Chatfield 2013: 21) ve bu döngü sürekli devam etmektedir.

1.1.2. Dijitalin Yayılımı

Dijital teknolojiler, insan yaşamına öyle bir işlemiştir ki yaşadığımız bu çağı dijital çağ olarak adlandırıyoruz. Dijital kavramının ortaya çıkış sürecine bakılacak olursa ilk çalışmaları yapan bilim adamları bile dijitalin, yaşanan çağa yapacağı etkileri ve değişimleri ön görememiştir. Her geçen gün yayılım ve kullanım oranlarının artış gösterdiği dijital teknolojiler, yüz yıllardır alışagelen kullanımları, getirdiği kolaylık ve yenilikler sayesinde değiştirmiştir. İnternetin bu sürece dahil olmasıyla birlikte çevrimiçi bağlantılarla dünyanın dört bir yanı bağlantı ağları ile sarılmıştır. Süreklilik arz eden bağlantılar sayesinde bilgiye anında ulaşım sağlanmaktadır. Dijitalleşmenin insan yaşamına getirdiği en önemli özellik bu olmuştur (Mano, 2007: 1-10).

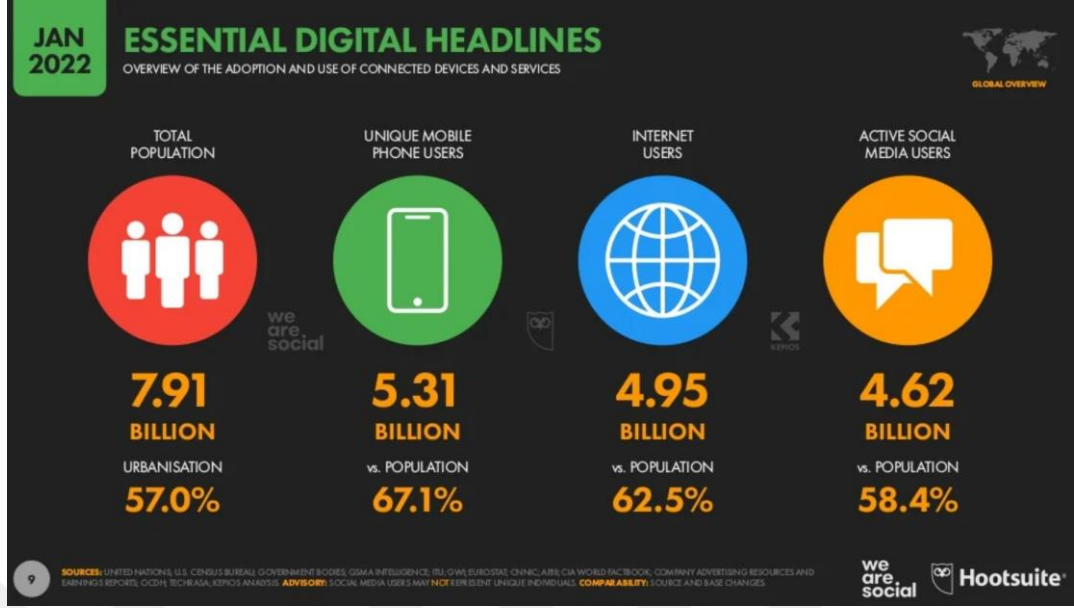
Dijital teknolojiler 1970'li yıllardan itibaren ciddi bir ivme kazanarak önemli gelişim ve dönüşüme uğramıştır. Dijital tabanlı işlemlerle sürekli gelişen teknoloji, hayatın işleyiş şeklini değiştirmiş ve bu değişimin etki etmediği hiçbir alan kalmamıştır. Bilim, iletişim, ekonomi, sanat gibi insanlığın var oluşundan beri süregelen yaşamın

temel ilkeleri bu değişimden en fazla etkilenen alanlar olmuştur. Sürekli bir gelişme ve güncelleme içinde olan bu yapı hala yeniliğini ve etkisini sürdürmektedir.

Dijital sistemler hayatın her noktasında kendine yer bulmuş ve teknolojinin sınırları içerisinde dönüşümüne sebep olmuştur (Goodwin, 2018: 269). 21. Yüzyıl'ın başlangıcı bu sistemlerle ilgili, hızlı ve yoğun bir keşif dönemi olmuştur. Tüm dünya ülkeleri ve toplumları bu değişimlere ayak uydurabilmek ve teknolojiye ilerlemek adına tabiri caizse birbirleri ile bir yarış haline girmiştir. Öyle ki bu yarış ülkeler arasında bir sınıflandırmaya bile neden olmuştur. Teknolojiyi yakalayan ve üretebilen ülkeler gelişmiş dünya ülkeleri arasında gösterilirken, bu gelişmelerden haberi olmayan veya geriden gelen ülkeler için 2. ve 3. Dünya ülkeleri diye yakıştırmalar yapılmıştır (Aziz, 2016: 25).

Dijital teknolojilerin tüm dünyada hızlı bir şekilde artmasının en büyük sebeplerinden biri internet olarak gösterilmektedir. İnternete dair ilk çalışmalar 1969 yılında ARPANET tarafından başlatılmış ve kısa süre içerisinde hızlı bir ivme kazanmıştır. Dünyada var olan bütün bilgisayarları birbirine bağlayan ve fiziki sınırları kaldıran bu teknolojinin en önemli gelişimi 1994 yılında internetteki sitelerin bilgilerine göre sınıflandırma yapabilen buna göre sıralama yapabilen ve kullanıcılara istedikleri içeriklere kolayca ulaşabilmesine olanak tanıyan World Wide Web kuruluşunun oluşturduğu basit bir tarayıcı ara yüzüdür. Kullanımı oldukça basite indirgeyen bu gelişme internette bir çok farklı internet sitesinin oluşturulmasına imkan tanımıştır. (Castells, 2005: 470-472).

Marshall McLuhan'ın "Küresel Köy" kavramı, günümüzde internetin bu denli yayılması ve tüm dünya tarafından kullanılmasını daha da anlamlı hale gelmiştir. Mobil teknolojilerin hızlı gelişimi ve istenildiği zaman internete ulaşabilir olması da bu süreci hızlandırmıştır. "İnternet ününe ve popülerliğine diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha kısa sürelerde ulaşmıştır. Radyonun 30 yılda ulaştığı 60 milyon kullanıcıya, televizyon 15 yılda ulaşmıştır. İnternet ise 60 milyon kullanıcıya sadece 3 sene içerisinde ulaşarak insanların bu teknolojiyi büyük bir hızla benimsediğini kanıtlar nitelikte olmuştur" (Castells, 2005: 471).



Kaynak: We are social (2022)

Şekil 1. Dünya'nın Dijital Teknolojileri Kullanım Oranı

2022 yılının Ocak ayı verilerine göre 7.91 milyar insan nüfusunun %67.1'i akıllı telefon kullanıcısı, %62.5'i internete doğrudan bağlı ve %58.4'ünün sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir (We Are Social, 2022).

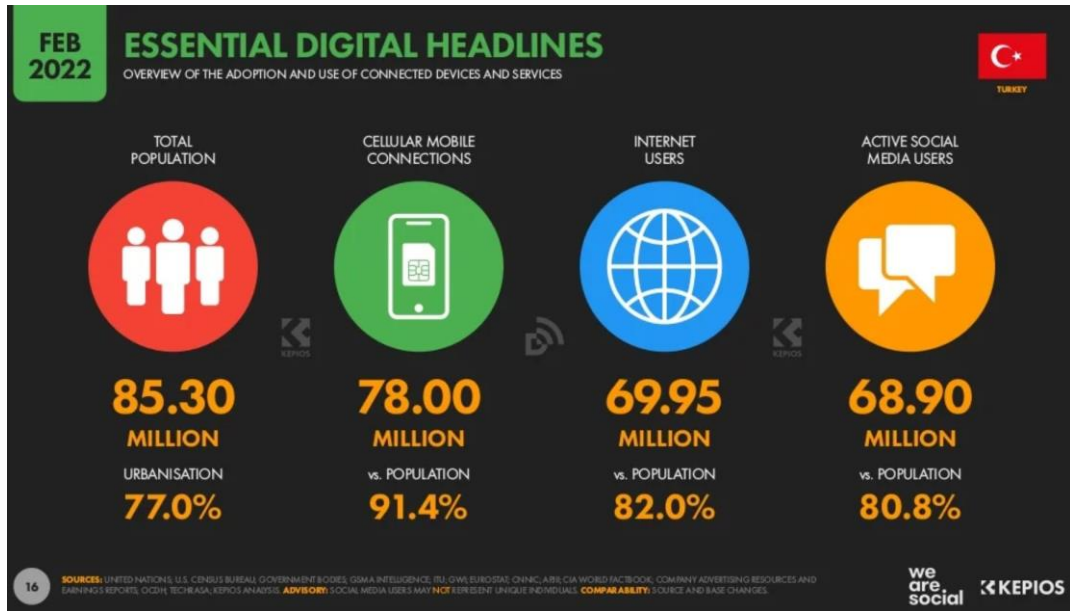
Dünyanın farklı noktalarında olmasına rağmen dört bir yanı internet ağı ile sarılı kullanıcılar için mesafelerin bir önemi yoktur. 7,91 milyar Dünya nüfusunun yaklaşık 5 milyarlık kesimi internet kullanıcısıdır. İnternette kullanıcılar tarafından organize bir şekilde yapılacak ortak bir hareket, sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel anlamda olumlu/olumsuz çok büyük etkilere yol açma ihtimaline sahiptir.

İnternetin kısa bir sürede bu denli yaygın kullanıma ulaşması şüphesiz kullanıcılarına sunduğu sayısız özellikler sayesinde olmuştur. Kullanıcılar tarafından üretilen içeriğin hızlı yayılması, kolay erişilebilir olması ve paylaşım olanakları her geçen gün internetin ilgi noktası olmasını sağlamıştır. Teknolojik aletlerin üretim noktasında çeşitliliğinin artması ve fiyat olarak ulaşılabilir olması da kullanıcı sayısının artmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm dünyada hızla yayılan internet Türkiye'de oldukça yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışından uzun bir süre sonra bu teknolojilere kavuşan Türkiye'nin internetle buluşması çok daha kısa sürmüştür.

“Türkiye’de internet erişimi alt yapı çalışması 1986 yılında Ege Üniversitesi aracılığıyla kurulan ve EARN (European Academic and Research Network) / BITNET (Because It’s Time Network) ağlarıyla bağlantılı olan TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) ile gerçekleşmiştir. Bu ağ Türkiye’deki bazı üniversiteler ve akademik kuruluşları kapsayan bir ağ olarak ortaya çıkmıştır. Zamanla bu ağ teknolojinin gerisinde kalarak beklentileri karşılayamaz duruma gelmiştir. Bunun neticesinde, ODTÜ ve TÜBİTAK 1991 yılının sonunda internet teknolojilerini kullanan ağ projesi başlatmışlardır. İnternet’in Türkiye’ye getirilmesi, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve ODTÜ iş birliğinde, ilk temelleri 1991 yılında atılan bir proje çerçevesinde gerçekleştirilmiş, ilk yurtdışı bağlantısı ODTÜ üzerinden sağlanmıştır” (Uysal, 2021, s.14).

2022 yılına bakıldığında Türkiye’de internet kullanım oranı oldukça yüksek seviyelere ulaşmıştır. Akıllı telefonlarda, evlerde, işyerlerinde, kafe-restoranlarda hatta halka açık alanlarda bile kolayca internete ulaşım sağlanmaktadır. İnternete ulaşım kolaylığı Türkiye’de de gündelik hayatın işleyişini önemli ölçüde değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Kamu kurumları, alışveriş, yeme-içme gibi alanlar internetin faydalı özelliklerinden en üst seviyede yararlanmaktadır.



Kaynak: We are social (2022)

Şekil 2. Türkiye’nin Dijital Teknolojileri Kullanım Oranı

Türkiye’de 2022 Şubat ayı itibariyle 85.3 milyon nüfusun %91.4’ü akıllı telefon kullanıcısı, %82’si internet kullanıcısı ve %80.8’i sosyal medya kullanıcısıdır (We Are Social, 2022).

İnternetin günümüzde kullanılan halini alması için bazı aşamalardan geçtiği kendi içinde sürekli geliştiği ve dönüştüğü bilinmektedir. İlk haliyle internet, kullanıcılar için pek fazla bir şey ifade etmemektedir. 2000’li yılların başında disketlerle ve 56 kbps (Kilobit per Second) sınırlı ve düşük hızlarla kullanılan sadece tek yönlü iletişim sağlayan bu teknoloji günümüzde vazgeçilmez, sınırlılıkları olmayan, karşılıklı etkileşim ve milyarlarca verinin saniyeler içinde tüketildiği bir ortam haline gelmiştir. İlk ortaya çıktığı süreçten günümüze kadar internet, Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0, ve Web 4.0 gibi farklı dönemlere ayrılmıştır.

1.1.2.1. Web 1.0

İnternetin ilk dönemi olarak adlandırılan Web 1.0 dönemi şimdiki haliyle karşılaştırılınca oldukça ilkel bir kullanım imkanı sağlamaktadır. Kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturamadığı, bilgiyi tek yönlü kullandığı ve katılımın olmadığı bir formda ortaya çıkmıştır.

Tim Berners- Lee tarafından geliştirilen ve ücretsiz şekilde insanların kullanımına sunulan World Wide Web (Dünya Çapında Ağ) günümüz internet dünyasının temelini oluşturmaktadır. Böylece internet ara yüzü oldukça kullanılabilir sade bir hal almıştır. İnternette ulaşmak istenilen iletiye kolay erişim sağlamak adına oluşturulmuş sabit HTML sayfaları olan bir yapı şeklindedir. Bu yapıda kullanıcılar karşılıklı etkileşimde bulunmadan bir web ağında pasif bir konumda yer almaktadır (Meriç, 2015: 253)

Karışıklığın giderildiği insanların aradıklarını kolayca bulabilme olanakları ilgiyi bu alanda toplamıştır. Devletler, içerik üreticiler, büyük şirketler kendi internet sayfalarını kurmuş ve faaliyetlerini internet ortamına taşımıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda e-devlet ve e- ticaret dönemleri başlamış, web teknolojisi insan yaşamını büyük bir oranda dönüştürecek ilk adımını atmıştır (Karakulakoğlu, 2015: 113-114).

WEB 1.0 (HTML, PORTALS)



Kaynak: hazhistoria.net

Şekil 3. Web 1.0

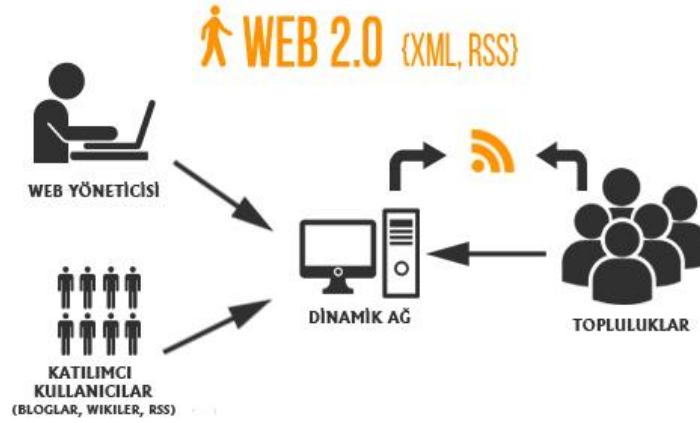
1.1.2.2. Web 2.0

“Web 2.0 kavramı ilk kez Tim O’Reilly ve MediaLive tarafından 2004 yılında gerçekleşen bir konferansta kullanılmıştır” (Karakulakoğlu, 2015, s.115). Web 2.0 internetin, kullanıcıların yoğun olarak bu mecranın keşfinin başladığı ve en hızlı büyümeyi gerçekleştirdiği dönem olmuştur. İnsanların Web 1.0’den farklı olarak sadece web sitelerini okumayıp içeriklerle karşılıklı etkileşime girdiğinden dolayı bu dönem internetin sosyal dönemi olarak tanımlanmaktadır. Web 2.0 ile internetin etkileşimsiz salt ‘okuma’ prensibine karşın karşılıklı etkileşim aktif ‘yazma’ imkanı gelmiştir. Bu gelişmeler sosyal medya ortamlarının ve kullanıcı odaklı internet sitelerinin hızla çoğalmasına sebep olmuştur.

Yazılabilir web olarak karşımıza çıkan Web 2.0, yeni bir internet düzeni kurarak hızlı, yenilenebilir, yoğun etkileşimli, düşük maliyetli ve içerik müdahalesine imkan tanıyan ortamlar haline gelmiştir (Kara, 2013, s.30). Günümüzde milyarlarca kullanıcısı olan ve popülerlikleri devam eden Facebook, Youtube, Flickr, Myspace gibi kitle iletişim uygulamaları bu dönemin en önemli ürünleri olmuştur. Web 2.0, köklü bir değişim, yeniden varoluşun bir eseri değil, zaten var olan bir teknolojinin güncellenmiş ve kullanıcı odaklı bir yapıya dönüşmesi olarak tanımlanmaktadır.

Yeni internet formunun kullanıcılarına sunduğu üretim, kopyalama, taşıma ve gönderim gibi kolaylıklar sağlaması bu mecranın etkin kullanımında başrol oynamıştır. Dünya’nın her kesiminden insanlar, ilgi duydukları alanlarla ilgili internet sitelerinde

topluluklar oluşturmuş, karşılıklı aktif bir etkileşim dönemini başlatmıştır. Böylece internet mecrası çok geçmeden insanların isteklerine göre demokratik bir ortam halini almıştır (Eraslan & Eser, 2015, s.8). Ağ bağlantılarında devam eden bu gelişmelere önemli katkılardan biri de mobil telefonlar aracılığıyla gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle android ve ios gibi işletim sistemlerinin cep telefonlarına entegre olması akıllı telefon dönemini başlatmıştır. Bilgisayarların yaptığı işlemlerin ve bağlantıların kullanışlı cep telefonlarında sunulmasıyla internete daha farklı bir anlam kazandırmıştır. Artık insanlar istedikleri yerde interneti kullanabilmek için bilgisayar gibi taşınması zor ve zahmetli işlerle uğraşmak zorunda kalmamıştır. Evde, işyerinde, sokakta, restoranda kısaca insanın olduğu her yerde internete doğrudan ulaşma imkânı internetin tüm dünyada hızla benimsenmesine sebep olmuştur.



Kaynak: hazhistoria.net

Şekil 4. WEB 2.0

1.1.2.3. Web 3.0

Web 1.0'ın ardından Web 2.0 gelişmeleriyle birlikte gündelik hayatın merkezine doğrudan yerleşen internet, insanların rutin işlemlerini hallettiği, bilgi arayabildiği, alışveriş yapabildiği, boş zaman geçirebildiği daha nice uğraşlar amacıyla kullanılan bir alan haline gelmiştir. Politika, ticaret, kültürel etkinlikler, müzik, hobiler gibi her insan tarafından ilgi duyulan ve takip edilen hayatın yapı taşları artık sanal dünyada boy göstermeye başlamıştır. Çok geçmeden böylesine büyük bir potansiyeli fark eden teknoloji şirketleri insanlar tarafından kullanılan interneti bazı ayarlar sayesinde kişiselleştirmeye başlamıştır (Kapan ve Üncel, 2020, s.284). İnternete ne için girildiği,

ne ile ilgilenildiği, ne kadar zaman geçirildiği gibi kullanıcıların web davranışları ve alışkanlıkları kayıt altına alınarak ticari firmalarla veri akışı sağlanmıştır. İnternet ağına bağlanıldığı andan itibaren girilen her site, aratılan her başlık, geçirilen bütün zaman kullanıcılara karşı ürün pazarlaması için depolanmaktadır. Bu teknoloji için büyük veri (big data) ve veri madenciliği (data minig) gibi devasa sistemler kurulmuştur. Burada asıl amaç kullanıcılara yönelik kişisel ticari faaliyetler olsa da bazı şirketler insanların istek ve arzularını anlamak için müşteri kimliği oluşturma amacı gütmektedir (Ersöz, 2020, s. 61).

Web 2.0 ile arasında önemli farklılıklar olarak bilgisayarların kullanıcı verilerini işleme, saklama, profil oluşturma gibi özellikleri ortaya çıkmıştır. Web 2.0'da içerik sadece insanlar tarafından anlamlandırılmaktadır ancak Web 3.0'la birlikte bilgisayarlarda özel yazılımlarla bu ortama dahil olmuş içerikleri anlamlandırmaya ve çözümlemeye başlamıştır. Web 1.0'da tek yönlü iletişim, Web 2.0'da kullanıcılar arası etkileşim, Web 3.0'da içerik üreticileri, kullanıcılar ve bilgisayarlar yoğun etkileşim sürecine girmiştir.

İnternette farklı ortamlarda alınan verilerin makineler tarafından sınıflandırılması, işlenmesi, yorumlanması insanlar için önemli kolaylıklar sağlaması, bilgiye ve ihtiyaç duyulan veri topluluğuna bağlantılı bir şekilde yönlendirme yapmasından dolayı Web 3.0 için semantik (anlambilimsel) web yakıştırması yapılmıştır (Yengin, 2015, s. 49-50).



Kaynak: hazhistoria.net

Şekil 5. WEB 3.0

1.1.2.4. Web 4.0.

Web 1.0 ile ortaya çıkan, Web 2.0 ile kullanıcı odaklı olan, Web 3.0 ile kişiselleştirilen internet, Web 4.0 ile birlikte hayal gücünün sınırlarını zorlamaktadır. Bireysel dokümanların, verilerin ve içeriklerin saklanması dijital tabanlı uygulamaların kendini gösterdiği, fiziki hiçbir araç gerece ihtiyaç duymayan, bağlantı ağları ile kurulu, sanal ve gerçekliğin birlikte sunulduğu bir teknoloji olarak karşımıza çıkmaktadır (Ersöz, 2020: 62).

Web 4.0 ile birlikte ön plana çıkan yapay zeka ve arttırılmış gerçeklik teknolojileri bu dönemi tanımlayan en önemli özellikler olmuştur. İnternetin sınırlılıklarının kırıldığı bu dönemde gündelik hayatta kullanılan hemen her şey internet ile idare edilebilme imkânına sahip olacaktır. Giyilebilir teknolojiler, akıllı evler, arabalar gibi araç gereçler baştan aşağı internet ile kişiselleştirilerek kullanıcılara özel hale getirilecektir. Bu dönemde kişiselleştirilen yapay zekâ algoritmaları insan gibi düşünerek kullanıcıları yönlendirerek özel asistanlara dönüşecektir. Kullanıcılar şahsi bilgisayarlarında yüklü olmayan uygulamaları bulut depolama teknolojisi ile istediği yerden rahatça kullanma şansına sahip olacaktır. Günümüzde var olan bağlantı altyapıları şuan için bu teknolojiye pek yeterli gibi olmasa da ilerleyen yıllarda Web 4.0 dünyası ile tanışmak mümkün olacaktır (Solanki ve Dongaonkar, 2016: 77).

1.1.3. Dijital Medya Araçları

Türkçe’de medya olarak kullanılan İngilizce media kelimesi, araç, ortam, aracı anlamları taşıyan medium kelimesinin çoğul halidir. Bu kavram içerik olarak kitle iletişim araçlarının genelini ifade etmek için kullanılmaktadır. Radyo, televizyon, gazete, sinema, dergi, billboard, internet, kitap gibi sözlü, yazılı ve görsel ürünler medyanın içeriğini oluşturmaktadır (Nalçaoğlu, 2003: 52). Kitle iletişim araçları olarak medyalar, belirli bir fikri, görüşü veya haberi dünyanın herhangi bir yerinde var olan insanlara aktarma görevi üstlenmiştir. Geleneksel dönemde yoğun olarak bölgesel hizmet veren medya araçları, internetin tüm dünyaya kısa bir sürede yayılmasıyla birlikte etkisini küreselleştirmiştir. Dünya’nın diğer bir ucunda yerel medya kuruluşu, internetle birlikte sesini duyurma imkânına sahip olmuştur. Bu gelişmeler kitle iletişim araçlarının etkisini bir önceki döneme göre öngörülerini aşacak şekilde artmıştır.

Gündelik hayatta kullanılan, internet siteleri, sosyal medya araçları, oyun konsolları, akıllı telefonlar, sanal gerçeklikler, animasyonlar gibi dijital tabanlı ürünler, yeni medya kavramıyla ilgili ilk çalışmalara imza atan Lev Manovich tarafından yeni medya ürünleri olarak tanımlanmıştır (Küçük, 2015: 60). Teknolojinin sürekli gelişmesi ve dönüşmesiyle birlikte yeni medya araçları olarak tanımlanan ürün çeşitliliği artmaktadır. Veri depolama, dijital ajans, 3D yazıcılar, drone hatta x, y, z olarak ayrıştırılan kuşak tanımlamaları dahi bu dönemde ortaya çıkmıştır. Bir gazete veya dergi basımı için gereken dev baskı makineleri, televizyon yayını yapmak için kullanılan sahneler ve dekorlar toplumun her kesimi tarafından ulaşılabilir olmaktan uzaktır. Ancak yeni medya, verilmek istenilen mesajları, fikirleri, görüşleri, organizasyonu, multimedyaaları çok düşük maliyetlerle ve basit bir şekilde karşılamaktadır.

1.1.3.1. Sosyal Medya Uygulamaları

2000’li yıllardan itibaren hızlı bir şekilde gelişen ve hayatın her alanında dönüşümlere sebep olan internet ürünü sosyal medya uygulamaları, günümüzde tüm dünyada en yoğun kullanılan kitle iletişim araçları olmuştur (Polat, 2022: 8). Sosyal etkileşim alanlarının oluşturulduğu mecralarda üreticilerin ve tüketicilerin kullanıcı olduğu dinamik bir yapı karşımıza çıkmaktadır (Coşkun, 2021: 102).

Kullanıcılar tarafından zaman ve mekân gözetmeksizin veri etkileşimi kesintisiz şekilde gerçekleşmektedir. Ara yüzlerin basite indirildiği ve uygulamaların kolay bir şekilde yönetilebilir olduğu sosyal mecralar her geçen gün insanların dikkatini daha fazla çekmekte ve kullanımlarını artırmaktadır (Polat, 2022: 105). Resmi işlemler, eğitim, ticaret, sanat ve kültür gibi kavramların önemli ölçüde takibi bu mecralardan yapılmaktadır. İnterneti olan hemen herkesin rahatça kullanabildiği herkese eşit haklar tanıyan bu mecralarda insanlar kendilerine ait profiller oluşturmakta, fotoğraf ve video paylaşmakta, içgüdüsel olarak sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Türk ve Avcı, 2020: 413). İnternetin ortaya çıkmasından hemen önce yoldan geçen her hangi bir insandan fotoğrafını istemek çok anormal bir durum olarak karşılanırken günümüzde bu uygulamalarla milyonlarca insanın fotoğraf, video ve kişisel bilgileri başkaları tarafından açık erişim haline gelmiştir. Özellikle kişi mahremiyeti noktasında önemli değişimlere neden olan sosyal medya uygulamalarıyla birlikte kullanıcılar göz önünde olmayı kendi rızaları ile istemektedir (Bauman ve Lyon, 2013: 37).

Genel bir tanım olarak sosyal medya, bireylerin karşılıklı iletişim kurduğu, görüş ve fikirlerini görsel, işitsel ve yazı olarak paylaştığı çevrimiçi platformlardır (Eraslan, Çakıcı Eser, 2015, s.9). Gündelik hayatta milyonlarca insan, şirketler, kamu kurumları bilgisayarlar, tablet veya mobil telefonlar aracılığıyla bu mecralarda aktif bir şekilde karşılıklı etkileşim sağlamaktadır. Kullanıcı sayısı büyük bir potansiyele sahip olan sosyal medyalar, ürün ve marka sahipleri tarafından önemli bir tanıtım merkezi olarak görülmekte ve kullanılmaktadır (Şen, 2019: 25).

Sosyal Medya Uygulamalarının temel özellikleri ve yoğun kullanım nedenlerinden birçoğu aşağıda açıklanmıştır (Eraslan ve Eser, 2015: 20-35).

Sosyalleşme: Sosyal medya insanların sosyalleşmesi için oluşturulmuş bir alan olmasıyla ön plana çıkmaktadır. İnsanlar gerçek yaşamlarında arkadaşlık, dostluk, flört gibi sosyal hissettiren davranışlarını buralara taşıyarak sosyalleşme çabalarına girmiştir. Her konuda fikirlerin ve görüşlerin bulunduğu sosyal medyada insanlar, sadece arkadaşlık değil yeni şeyler öğrenmek, merak edileni aramak, bir yeri tanımak hatta günlük planlarını oluşturmak için dahi bu mecralarda fikir alışverişinde bulunmaktadır. Örneğin insanlar tarafından almaya karar verilen bir ürünle ilgili yapılacak ilk iş ilgili yorumları okumaktır. Daha önce aynı ürünü alıp kullananlar varsa olumlu olumsuz yönlerini araştırmaktır. Böylece ürün hakkında satın alınmadan ve kullanılmadan fikir sahibi olunmaktadır.

Çeşitlilik: İnsanların en çok ilgisini çeken bir başka nokta ise sosyal medya ortamında sınırsız çeşitlilikler olmuştur. Doğup büyüdüğü bölgenin yerel kültürü ile harmanlanan ve hemen herkesin bu şekilde yetiştiği bir ortamdan, dünyanın her kesiminden her kültüründen olan insanların bulunduğu bir ortam olması sosyal medyanın popülerliğini artırmıştır. Gerçek yaşamda farklı bir ülkeden, dilden, kültürden bir insanla tanışmak için çaba sarf etmek gerekirken, sosyal medya araçlarını kullanarak oldukça kolay bir şekilde iletişim sağlanabilmektedir.

Serbestlik: Geleneksel medya araçlarının tek yönlü etkileşimsiz bilgi aktarımına karşı sosyal medyalar, kullanıcıların isteklerine göre şekillenen ve kimse tarafından kontrol edilmeden bilgi, belge, içerik paylaşım serbestliğine sahiptir. Düşüncelerin herhangi bir üst akıl tarafından kontrol edilmediği veya engellemediği bir ortam olması, kullanıcıların fikirlerini istedikleri biçimde istedikleri alanlarda paylaşması önemli bir

özgürlük ortamı oluşturmıştır. Demokrasinin ileri ve gelişmiş olduğu ülkelerde bu serbestlik e-demokrasi olarak algılanmakta ve dikkate alınmaktadır.

Hız ve Eşzamanlılık: Dünyanın neredeyse dört bir yanına dağılarak insanları ağ bağlantılarıyla birbirine bağlayan bu teknoloji iletişimde daha önce görülmemiş bir yenilik getirmiştir. Kullanıcılar sadece yazı değil resimleri, videoları ve sesleri saniyeler içerisinde milyonlarca kişiye gönderebilmektedir. İnternetin bu denli yaygın ve yoğun kullanımının en önemli sebeplerinden biri hızlı ve eşzamanlı olmasıdır.

Eğlence ve Mizah: Sosyal medyada yayınlanıp birçok insanın ilgisini çeken en önemli içeriklerin başında şüphesiz mizah gelmektedir. İnsanların eğlence ve espri anlayışını da dönüştüren sosyal medya uygulamalarında gündelik yaşam, siyasi, kültürel gibi konular bile yoğun mizahi argümanlara çevrilmektedir. Yoğun olarak gençler tarafından üretilen ve ilgi gören mizah içerikli paylaşımlar kullanıcılar tarafından beğenilmekte ve paylaşılmaktadır.

Arşiv ve Süreklilik: Bu platformlarda paylaşılan yazılar, videolar, beğeniler, paylaşımlar, olumlu-olumsuz düşünceler kullanıcılar tarafından silinmedikçe paylaşılan sosyal medya uygulamasında kalmaktadır. Birçok avantaj ve dezavantaj içeren bu durum karşısında kullanıcılar çok uzun yıllar önce paylaştığı bir fotoğrafın, bir fikrin veya bir mesajın yeniden gündeme gelmesinden rahatsızlık duyabilmektedir. Dönemsel olarak sosyal medya uygulamalarının içerikleri ve özellikleri değişip yenilense de ana amaç sürekliliğin devam etmesidir.

Sosyal Medya Fenomenleri: Sosyal medya ile hayatımıza giren fenomenler ve influencerlar kendi alanlarında ürettiği içerikleriyle gün geçtikçe popüler olmaya ve takipçi sayılarını artırmaya başlamıştır. Tüm dünyada insanlar tarafından en yoğun kullanılan sosyal medya araçları Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Twitch ve Youtube gibi platformların kendine has fenomenleri bulunmaktadır. Kullanıcılar bu fenomenlerin gündelik hayatını, gönderilerini, paylaşımlarını düzenli olarak takip etmektedir. Ticari firmaların ürün tanıtımları için özellikle influencerlarla reklam anlaşmaları yapmaları birçok kişiyi bu mecralarda ünlü olma gayretine itmiştir. Bireysel performansa dayalı içeriklerin herkes tarafından yayınlanabilir olması ve gelir amaçlı kullanımı sosyal medya uygulamalarına ilgiyi artırmıştır.

Sosyal Medya Akımları: Sosyal medya uygulamalarının ilgi çekiciliğini koruyan bu davranış biçimi bazı kullanıcılar tarafından paylaşılmakta ve çığ gibi tüm sosyal mecralara yayılmaktadır. Genelde fotoğraf veya video içeriğinde yer alan bir davranış, anlamsız bir hareket, dans figürleri, fotoğraf pozu gibi içerikler çok kısa bir sürede sosyal medyada dalga dalga yayılarak ‘sosyal medya akımı’ haline gelmektedir. Bu akımların en belirgin özelliği ise tamamen kısa süreli ve dönemsel olmalarıdır. Bir içerik akım haline gelmekte, milyonlarca insan tarafından taklit edilip sosyal medyalarda paylaşılmakta ve paylaşıldıktan kısa bir süre sonra unutulmaktadır.

Yukarıda sıralanan sosyal medyanın özellikleriyle, bireylerin mobil telefon, bilgisayar ve tablet gibi teknolojik aletlere ulaşım kolaylığı, sosyal medya ile güçlü bir bağ kurmasına neden olmuştur. Evde, işte, dinlenirken, spor yaparken, sinemada yani insanın istediği her yerde iletişim kurma isteği bu araçların gereklilikten daha çok zaruri bir ihtiyaç haline geldiğini göstermektedir (Göker, 2015: 394).

Kullanım yoğunluğuna göre internette birçok sosyal medya ortamı bulunmaktadır. İçerik bakımından farklı olan bu ortamlar kullanıcıların tercihlerine göre oluşturulmakta ve kullanılmaktadır. Günümüzde kabul görmüş ve düzenli şekilde kullanılan sosyal paylaşım siteleri, bloglar, forumlar, wikiler, mikrobloglar ve video paylaşım siteleri sosyal medya uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır (İşliyen, 2018: 162-163).

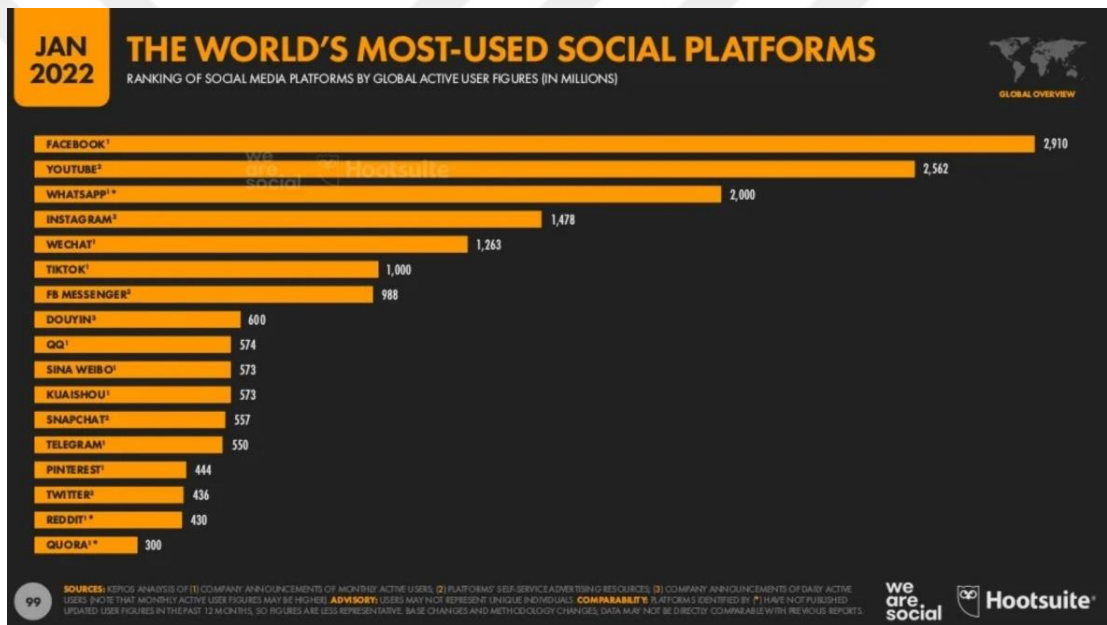
Kullanım yoğunluğuna göre internette birçok sosyal medya ortamı bulunmaktadır. İçerik bakımından farklı olan bu ortamlar kullanıcıların tercihlerine göre oluşturulmakta ve kullanılmaktadır. Günümüzde kabul görmüş ve düzenli şekilde kullanılan sosyal paylaşım siteleri, bloglar, forumlar, wikiler, mikrobloglar ve video paylaşım siteleri sosyal medya uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır (İşliyen, 2018: 162-163).

1.1.3.2. Sosyal Paylaşım Siteleri

Günümüzde milyarlarca kişinin kullandığı çoklu ağ bağlantıları toplumsal hatta küresel boyutlara ulaşarak sosyal ağ kavramını ortaya çıkarmıştır (İşliyen, 2018: 163). Sosyal ağlar, internet teknolojisinin ikinci basamağı olan Web 2.0 teknolojisi ile aktif bir hal almıştır (Dilmen ve Söğüt, 2010: 238). İnsanlar tarafından yoğun bir şekilde kullanılan ağ bağlantılarının önemli bir kısmını sosyal paylaşım siteleri oluşturmaktadır.

Bu ortamlar, karşılıklı etkileşime açık, sesli ve görüntülü iletişim sağlayarak hem iki kişi arasında hem de milyonlarca kullanıcı arasında bağlantı olanağı sunmaktadır. Van Dijk (2016: 251) sosyal paylaşım siteleri için “Hem bireysel hem de sosyal dünyaları birbirine bağlar ve kişilerarası kitle iletişiminin bir bileşimini sunar.” tanımını yapmıştır.

Sosyal medyada her geçen bir saniyede ortalama 13 yeni kullanıcı, sosyal medyayı ilk kez kullanmaya başlamaktadır. Sınırları olmayan ve bitmez tükenmez keşifleriyle sanal evren kullanıcılarını düzenli bir şekilde artırmaktadır. Öyle ki 2022 yılının yarısına kadar dünya nüfusunun %60'ının sosyal medya kullanıcısı olması öngörülmektedir (We Are Social, 2022).



Kaynak: We Are Social (2022)

Şekil 6. Dünya’da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları

1.1.3.2.1. Facebook

Yukarıda ki tabloda görüldüğü üzere 2022 yılının Ocak ayı verilerine göre 2 milyar 910 milyon ile dünyada en fazla kullanıcısı olan Facebook öne çıkmaktadır (We Are Social, 2022). Şüphesiz birçok kullanıcının ilk sosyal medya deneyimi olan Facebook, kendisinden sonra çıkan sosyal medya uygulamalarını geride bırakmıştır. 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kullanıma açılan Facebook, ilk zamanlar Harvard Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin ilgi duyduğu alanları ve

fotoğraflarını ekleyebildiği çok az sayıda kullanıcıya sahip bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece okul e-mail adresi ile kayıt olunabilen Facebook’a ilk ayda öğrencilerin yüzde ellisi kayıt olarak profil açmıştır. 2004 yılının sonuna doğru ABD ve Kanada’da yer alan tüm üniversite öğrencilerinin kullanımına açılan bu uygulama çok geçmeden Microsoft ve Apple çalışanlarına da kayıt hakkı sunmuştur (Akkaş & Bakırtaş, 2019: 1886). İki yıl gibi kısa bir sürede ününü tüm ABD’ye duyuran Facebook 2006 yılının Eylül ayında e-mail adresi olan 13 yaşının üzerindeki herkesin erişebildiği bir platform haline gelmiştir.

Çalışma prensibi olarak kayıtlı kullanıcılar e-mail adresi ile kayıt olup profil oluşturduktan sonra diğer kayıtlı profillerle arkadaşlık kurma, mesajlaşma, beğeni ve yorum yapma gibi olanaklar sunmaktadır. Her kullanıcının şahsına özel bir sayfasının olduğu Facebook’ta kişiler istedikleri mesajları, fotoğrafları, videoları paylaşmakta ve diğer profilleri ziyaret ederek kullanıcıların gönderileri ile etkileşime girmektedir (Kutlu, 2019: 52). İsteğe göre paylaşım sınırlılıkları bulunan bu platformda kullanıcılar, içerikler ve kullanıcılar hakkında kısıtlama imkânına sahiptir. Tüm dünyada en çok kullanıcısı olan Facebook, diğer kitle iletişim araçları Whatsapp ve Instagram’ı satın almıştır. Yukarıdaki şekilde aktif 988 milyon kullanıcısı olan FB Messenger’da Facebook tarafından kullanıcılar için özel bir mesajlaşma, görüntülü arama ve grup görüşmelerine imkân tanımaktadır. Kendisinden sonra onlarca sosyal medya uygulaması çıkmasına rağmen Facebook kendi bünyesinde belirli aralıklarla yaptığı iyileştirme ve güncelleştirmelerle kullanıcıların ilgisini canlı tutmaya çalışmıştır (Yeniciler, 2020: 51). Nitekim görüldüğü üzere bu arzusunda başarılı olan Facebook, dünyada en çok kullanılan sosyal medya uygulaması olmuştur.

1.1.3.2.2. Youtube

Dünyanın en büyük video paylaşım uygulaması olan Youtube ise 2 milyar 562 milyon kullanıcısı ile hemen Facebook’un ardından ikinci sırada yer almaktadır (We Are Social, 2022). Youtube uygulaması da Web 2.0 döneminin en büyük ürünlerinden biri olmuştur (Ayaz, 2021: 72). 2005 yılında Kaliforniya’da Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim isimli üç arkadaş tarafından kurulan bu uygulama “kendin yayınla” sloganı ile dünyaya açılmıştır (Çelikli, 2021: 58). Zaman içerisinde diğer sosyal medya uygulamaları gibi kendi içerisinde yenilikler ve değişiklikler yapan Youtube platformu,

yüklenilen videolara getirilen beğenme, yorum yapma ve paylaşma gibi etkileşimlerle kullanıcı sayısını artırmıştır. Google, kullanıma sunulduğu ilk yıllarda sloganı ve çalışma şekli ile dikkat çeken sosyal medya platformunu satın alarak kendi bünyesine katmıştır.

Günümüzde güncel haliyle Youtube platformu, kullanıcıların kendilerine özel bir kanal oluşturduğu, farklı kanallara abone olabildiği, özel oynatma listeleri oluşturabildiği ve üretilen içeriklerden para kazanabildiği bir ortam haline gelmiştir (Şener ve Biçer, 2020: 600). Youtube uygulamasının en büyük sıçraması ve insanlar tarafından kullanım oranlarının en fazla arttığı dönem, yüklenilen videolara reklam alması, alınan reklam ücretlerini içerik üreticileri ile paylaşmasıyla olmuştur. Youtube ve içerik üreticileri arasında karşılıklı kazanım anlaşması bir anda bütün ilgiyi bu platform üzerine toplamıştır. İçerik üreticilerinin daha fazla izlenme ve daha fazla para kazanma istekleriyle oluşturduğu farklı konudaki videolar insanların dikkatini çekmekte ve günlük milyarlarca izlenme oranlarına ulaşılmaktadır.

1.1.3.2.3. Whatsapp

Dünya’da en çok kullanılan üçüncü sosyal medya uygulaması olan Whatsapp (We Are Social, 2022), içeriğindeki birçok farklı özelliği ile mesajlaşma uygulamaları arasında en çok tercih edilen konumuna ulaşmıştır. 2009 yılında Brian Acton ve Jan Koum tarafından Kaliforniya’da kurulan bu uygulama özel telekomünikasyon şirketlerinin SMS’i ücretli kullandırmasına karşılık ücretsiz bir mesaj uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. Ara yüzü oldukça kolay ve hızlı olan bu uygulama sayesinde kullanıcılar anlık olarak birbirlerine veya gruplara mesaj, fotoğraf, video ve ses gibi iletiler gönderebilmektedir(Göncü, 2018: 592).

Kullanımına başlanıldığı ilk zamanlarda Whatsapp’a kaydolmak için cep telefonunun IMEI numarası kullanılmıştır. Zaman sonra whatsapp profillerinin tek bir telefona bağımlılığını ortadan kaldırmak için mobil telefon numarası ile kayıt olma özelliği getirilmiştir. Kısa sürede popülerliğini artıran Whatsapp, Facebook tarafından 2014 yılında yüksek bir bedelle satın alınmıştır (BBC, 2014). Facebook kendi bünyesinde bulunan uygulamaları yenilediği ve güncellediği gibi Whatsapp’a birçok yeni özellik getirmiştir. Özellikle grup organizasyonlarında etkin bir rol üstlenen Whatsapp, anlık

mesajların, videoların, fotoğrafların, seslerin, emojiilerin gönderildiği sesli ve görüntülü arama özelliklerinin olduğu bir sosyal medya platformu olmuştur (Uzun ve Uluçay, 2017: 221).

1.1.3.2.4. Instagram

Dünyada kullanımı en yoğun dördüncü sosyal medya uygulaması 1 milyar 478 milyon kullanıcısı ile Instagram olmuştur (We Are Social, 2022). Anlık anlamına gelen İngilizce “instant” kelimesi ile telgraf anlamına gelen İngilizce “telegram” kelimelerinin birleşiminden oluşan Instagram 2010 tarihinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016: 113) fotoğraf paylaşma platformu Instagram’ı açıldığı ilk gün 25 bin kişi kullanmaya başlamıştır. İnsanlık varoluşundan beri özel anlam taşıyan nesneleri anı olarak saklama eğilimine gitmiştir. Fotoğraf makinesinin icadının ardından saklanan nesneler arasına fotoğraf kareleri dahil olmuştur. Instagram’ın ana mantığı kullanıcıların dijital ortama yükledikleri fotoğrafları ve videoları arşivlemektir. Uygulama içeriği oldukça ilgi uyandıran Instagram çok kısa bir sürede milyonlarca takipçiye ulaşmış ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır (Yavuz, 2018: 3)

Facebook’un, Instagram’ı kendi bünyesine katmasının ardından uygulama içinde yenilik ve değişiklikler yapılmış ve günümüzdeki halini almıştır (Aktan, 2018: 130). İlk olarak fotoğraflara etiketleme özelliği ile birden fazla kullanıcı aynı fotoğraf karesi altında buluşmuş ardından bir yenilik daha yapılan uygulamada 15 saniyelik videolar yükleme imkanı getirmiştir. Diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi Instagram Direct özelliğiyle kullanıcılar birbirlerine mesaj, fotoğraf ve video gönderebilmektedir (Efendioğlu, 2019: 22)

1.1.3.2.5. WeChat

2011 yılında Tencent Company tarafından ücretsiz bir şekilde kullanıcılara sunulan WeChat uygulaması, Facebook, Youtube, Whatsapp ve Instagram’dan sonra dünyada en çok kullanılan beşinci sosyal medya uygulaması olmuştur (We Are Social, 2022). Merkezi Çin’de olan WeChat uygulaması, diğer internet tabanlı iletişim

ağlarından daha güvenli olması ve içeriğindeki farklı özellikleriyle popülerliğini artırmıştır (Tailiaiti, 2020: 42).

1.4 milyarlık insan nüfusuyla Dünya'nın nüfus yoğunluklu en büyük ülkelerinden biri olan Çin'de yoğun şekilde kullanılan WeChat, ses, mesaj ve video gönderme gibi özelliklerinin yanında kendi içerisinde bir bankacılık sistemi oluşturmuştur. Bu sayede kullanıcılar, WeChat ile profiller oluşturarak mevcut arkadaşlarını ekleyebilme, aynı uygulamayı kullanan yabancıları ekleme ve ödeme yapmak için yine WeChat'i kullanabilmektedir. Diğer sosyal medya uygulamaları gibi düzenli aralıklarla güncellenen WeChat platformu, günümüzde birçok farklı iletişim seçenekleri sunmaktadır. Akıllı telefonlarda var olan işletim sistemlerinin çoğu ile uyumlu olan WeChat aynı zamanda farklı dil seçenekleri ile kullanılma imkanına sahiptir (Ertürk, 2020: 78).

1.1.3.3. Bloglar

Bloglar, büyük kitlelere ulaşabilme özelliği ve kullanım farklılıkları ile çeşitli anlamlar ifade etmektedir. İlk zamanlarda kişisel günlük olarak kullanılan bu yapı zamanla farklı formlara bürünmüştür (Aykaç, 2020: 18). Bireysel içerik üreticilerin gündelik anılarını paylaşması ve milyonlarca kullanıcıya ulaşması bu platforma ilgiyi artırmıştır. Kısa bir süre sonra siyasi kampanyalar, sivil toplum örgütleri, eğitim materyalleri ve tüketici değerlendirmeleri bu ortamlarda yayımlanmaya başlanmıştır (Demirörs, 2020: 10).

Blog kavramı, İngilizce “weblog” kelimesinin kısaltılmış hali olarak kullanılmaktadır. Blog sözcüğünün Türkçe karşılığı ise “web günlükleri” olarak ifade edilmektedir (İşliyen, 2018: 179). Kullanıcıların teknik bilgi gerektirmeden kullandığı bloglar, herhangi bir sınırlama olmadan içerik özgürlüğü sunan günlük web siteleri olmuştur. Blogların interaktif yapısı hem bireysel kullanıcılar hem de çalışmalarının tanıtımını bu alanda yapan kurumlar adına oldukça fayda sağlamıştır.

İlgi alanlarına göre çeşitli ortamlara katılma imkânı sunan bloglar, kullanıcılarına gün içinde yaşanan tecrübe, gündem olan bir konu, kültürel içerik, seyahat planlaması, yemek tarifi gibi yüzlerce içeriğe yorum yapabilme ve etkileşime girebilme imkanı sunmuştur (Çınar, 2019: 9). Blogların mevcut yapısı normal web siteleri ile oldukça

benzer şekilde karşımıza çıkmaktadır. Altyapı olarak aynı ancak kullanım alışkanlıklarının değiştiği bu ortamda ayırt edici özellikler bulunmaktadır. Aşağıda bloglar ve internet sitelerinin belirgin farklılıkları karşılaştırmalı olarak açıklanmıştır.

- Bloglar, içeriğindeki mesajın doğrudan verilmesi adına genellikle bir sayfadan oluşmaktadır. İnternet siteleri ise birden fazla sekme ve bağlantılı sayfalara sahiptir.
- Bloglar, genelde tek bir konu üzerine kullanılmakta ve düzenli olarak güncellenmektedir. İnternet siteleri daha geniş içeriklerle oluşturulmuştur.
- Teknik olarak bir internet sitesini kullanmak, blog sayfasını kullanmaktan daha zordur. Bloglarda yeni bir sayfa için basit bir işlem gerekirken internet sitesinde yeni bir sayfa oluşturmak profesyonel destek gerektirmektedir.
- Web günlükleri olarak tanımlanan bloglarda doğal olarak daha sık güncellemeler yapılmaktadır. İnternet sitelerinde yapılan güncellemeler uzun periyotlara yayılmıştır.
- Karşılıklı etkileşime dayanan blog mantığı normal internet sitelerine nazaran daha dinamik bir yapıya sahiptir. Kullanıcıların anında görüş bildirdiği bu ortamda paylaşılanlar herkes tarafından görünürken internet sitelerinde bu durum oldukça sınırlı kalmıştır (Çelebi, 2009: 56).

1.1.3.4. Forumlar

Forum siteleri, kullanıcıların bir konu hakkında bilgi edinmek, öneri almak, tartışmak veya görüş bildirmek için kullanılan bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Forumlarda kullanıcılar, aynı anda belirli bir konu üzerinde tartışmaya katılabildiği gibi farklı konularda açılan başlıklar altında diğer kullanıcılar ile etkileşim özgürlüğüne sahiptir (Vikipedi, 2022).

Forum yöneticileri tarafından sürekli denetlenerek argo mesajlar ve içeriğe uygun olmayan iletilerin silindiği platformda zaman geçirmek, haber paylaşmak, öneri ve tavsiye almak gibi onlarca kullanım alışkanlığı ortaya çıkmıştır. Birçok forum sitesi içerik paylaşımı ve başlık oluşturma için kullanıcılarına üyelik şartı koşmuştur. Ancak ziyaret edilen ve başlıklar altındaki diyalogları okumak isteyenlere üyelik şartı oluşturulmamış ve genellikle açık erişim imkânı sunulmuştur (Genç, 2015: 8)

Web 2.0 ürünü olan forumlar bir dönem oldukça popüler olarak kullanılmıştır. Daha sonra Facebook'un ortaya çıkması ve küresel bir topluluk ortamı oluşturması forumlara olan ilgiyi azaltmıştır. Günümüzde aktif olarak kullanılmaya devam edilen forumlar kullanıcıların aktif etkileşimler kurmasından dolayı önemli bir kitle iletişim aracı olmuştur(Ceylan, 2013: 31)

1.1.3.5. Wikiler

Türkçesi "Bildiğim Kadarıyla" yani ingilizce "What i know is" cümlesindeki kelimelerin baş harfleriyle oluşan Wiki sözcüğü, kullanıcıların içerik eklemesine izin veren veya diğer kullanıcılar tarafından eklenen içeriklerin düzeltilmesine imkân tanıyan internet siteleri olarak ön plana çıkmıştır (Tailiaiti, 2020: 15).

Wiki'ler sürekli güncellenebilen, hızlı, sade ve kullanım kolaylığı bakımından oldukça aktif ve önemli bir araç haline gelmiştir. Kullanıcılar, herhangi bir wiki sayfasına girdikten sonra orada var olan konu hakkında eklemeler, çıkarmalar ve düzeltmeler yapabilmektedir. Kullanıcılara sunulan bu imkanlar sayesinde içerikler ortak ve doğruluğu güvenilir enformasyon yığınları oluşturmuştur (Genç, 2015: 8-9).

Wiki'ler, bloglar ile benzerlik gösterse de bu iki yapıyı birbirinden ayıran temel özellik, okuyucuların içeriğe doğrudan müdahalesi olmuştur. Blog yazarı tarafından paylaşılan içeriğe sadece yorum yazılarak katılım sağlanırken Wiki'lerde içeriğe ekleme ve düzeltmeler yapılabilmektedir.

Wiki'ler günümüz modern ve sürekli yenilenen bilgi ansiklopedileri olarak görülmektedir. En büyük wiki sitesi olan Wikipedia kullanıcılarına sınırsız sayıda bilgi, belge ve görseller sunmaktadır. Wikipedia, topluluk katılımını öne alan ve uygulamalarını bu doğrultuda geliştiren Wikimedia vakfının bir projesi olarak ortaya çıkmıştır (Vikipedi, 2022). Her konuda enformasyon zenginliği bulunan sanal ansiklopedi, araştırmacıların internette çoğu zaman başvurduğu birincil kaynak olarak kullanılmaktadır(Caverly ve Ward, 2008). Aranılan konu ile ilgili açıklamaların yer aldığı sitede aynı konu ile doğrudan veya dolaylı birçok bağlantı yer almaktadır.

Dünya'nın en büyük wiki kuruluşu olan Wikimedia çalışmaları sadece sanal ansiklopedi Wikipedia ile sınırlı kalmamıştır. Verilere ulaşım adına çeşitli platformlar kuran Wikimedia kuruluşunun hizmetleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Wikimedia Vakfının Wiki Hizmetleri

KAYNAK	İÇERİK
Wikipedia	Dünya'nın en büyük sanal ansiklopedisi
Wiktionary	Çok yönlü ve 370 farklı dilde özgür sözlük
Wikibooks	Açık erişimli ücretsiz kitap topluluğu oluşturma
Wikisource	Her konu ile ilgili kaynak metinlerin yüklenmesi
Wikiquote	Özlü söz, deyimler ve atasözleri kaynağı
Wikispecies	Bütün türlerle ilgili bilgilendirme verileri
Meta-Wiki	Wikimedia projelerinin uygulanması ve takibi
Wikinews	Tüm dünyadan işbirlikçi gazetecilerle oluşturulan haberler
Wikiversity	Öğretim araç gereçleri ve ders niteliğinde çalışmalar
Wikidata	İnsanlar ve bilgisayarlar için özgür veri tabanı
Mediawiki	Bilgilerin oluşturulması, düzenlenmesi ve paylaşılmasına imkân sağlayan özel yazılım
Wikimedia Commons	Kullanımı serbest olan resim, ses ve diğer çoklu ortam deposu
Wikimedia Incubator	Yeni proje araştırma ve geliştirme merkezi

Kaynak: wikimedia.org

1.1.2.5. Mikrobloglar

Sosyal medya türleri arasında önemli kullanım yoğunluğuna sahip diğer bir yapı mikrobloglar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya'da olup biten her şeyi anlık olarak kullanıcılara aktarma fırsatı sunan bu platformun en önemli özelliği hızlı olmasıdır.

Akıllı telefon kullanım oranlarının artması ve internete doğrudan bağlantılar sayesinde kullanıcılar, anlık olarak ileti, fotoğraf ve video paylaşarak yaşantılarını diğer kullanıcılara gösterme gayreti içine girmiştir. İşlev ve yapı olarak bloglarla aynı amacı güden mikrobloglar kullanıcılarına bazı kısıtlamalar getirmiştir. Günümüzde kullanılan en popüler mikroblog uygulamaları olan Twitter, Instagram, Tumblr gibi sosyal medya uygulamaları kullanıcılarına sınırlı yazı karakteri ve video süreleri gibi sınırlı alanlar oluşturmuştur (Yayla, 2018: 42).

Günümüzde sosyal medya araçlarının kullanım yoğunlukları göz önüne alındığında mikroblogların, bloglardan daha yoğun kullanıldığı tespit edilmiştir (We Are Social, 2022). Mikroblogların ön plana çıkması ve kullanımlarının artmasının en önemli nedeni bloglara göre daha basit ve hızlı kullanım özelliği karşımıza çıkmaktadır (Yayla, 2018: 43).

1.1.3.6. Podcastler

Podcast, işleyiş şekli olarak bir yayıncının, belirli zamanlarda paylaştığı video ve sesleri, paylaşım ağına abone olan kullanıcıların mobil cihaz ve bilgisayarlarına otomatik olarak indirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Kaynar, 2021: 45). Radyo yayınları ile benzerlikleri olan Podcastler, kullanıcılarına zaman ve mekan kavramı olmadan içeriklere kesintisiz ulaşım fırsatı sunmuştur. Uygulama olarak basit bir mantık ile çalışan podcastler, radyodan farklı olarak fazla teknik bir ekipmana gerek duymadan basit araç gereçlerle kullanılmaktadır (Toraman, 2021: 60).

“Podcast; sağlık, teknoloji, spor, politika, eğitim, dil, kültür ve sanat gibi alanlara ilişkin konu çeşitliliği sunmaktadır. Bu çeşitliliği sayesinde kullanıcı, ilgi ve ihtiyacına uygun kanalı/programı seçebilir ve takip edebilir” (Kurt ve Göçer, 2021: 82). Bireysel veya birkaç kişinin bir araya gelmesiyle oluşturulabilen podcastlerin temelinde özgür ve herkes tarafından erişilebilir içerik amacı karşımıza çıkmaktadır (Budak, 2021: 376).

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLER

2.1. YEREL YÖNETİMLERİN TANIMI

İnsanlık tarihinin dönüm noktası olarak kabul edilen yerleşik hayata geçişle birlikte hayatın işleyiş şekli tamamen dönüşüme uğramıştır. Bir arada yaşamaya başlayan topluluklar mevcut düzenin korunması, düzenlenmesi ve devam ettirilmesi için bazı formlar üretmiş ve günümüzün yönetim düzeninin temellerini atmışlardır.

Yöneten ve yönetilenle arada köprü görevi üstlenen, belirlenen sınırlar içinde o bölgede yaşayan insanların hür iradeleri ile seçtikleri kurumlar tarafından yönetilen birimler yerel yönetim olarak tanımlanmaktadır. Toplumun refah düzeyini artırmak adına kamu hizmeti veren yerel yönetimler, yönetim, ekonomik ve siyasal düzenin korunması adına önemli bir görevi yerine getirmektedir (Akyol, 2017: 31).

Diğer bir tanıma göre şehir ve kırsalda belirli sınırlar içerisinde seçimle göreve gelen, merkezden bağımsız olarak tüzel bir yapıya sahip olan, kendi içinde karar ve yürütme imkânı olan, sorumlu olduğu bölgede halkın ihtiyaçlarını devlet imkânları ile gideren yönetim birimleri olarak tanımlanmıştır (Bayoğlu, 2021: 50). Tanımda kullanılan belirli sınırlar içerisinde ifadesi sadece toplulukların bulunduğu şehir, köy, kasabalar değil, sınırlar içinde var olan tarla, bahçe, dağ gibi bütün alanlar yerel yönetimlerin sorumluluk alanlarını kapsamaktadır.

Yerel yönetimler, belirli aralıklarla yerel yurttaşlar tarafından o bölgenin idaresi ve kamu kaynaklarına ulaşım imkânı için seçilen, resmi görev ve yetkilere sahip, kendine ait geliri olan, personeli ve bütçesi olan kamu tüzel kişilerdir (Akdemir ve Ulusoy, 2001: 19)

Yerel yönetimlerin ortaya çıkış nedeni ve birincil görevi, iktidar otoritesinin varlığını korumak ve devam ettirmek adına merkezin kaynaklarını, belirli sınırlar ve imkanlar dahilinde ayırım gözetmeden topluluklara ulaştırmasıdır (Güler, 2009: 282-283).

Merkez otoritenin halka ulaşmak adına en önemli birimleri olan yerel yönetimler, etkinliğini artırmak ve işlevlerini çeşitlendirmek adına merkez tarafından mevcut

yapıları güncellenebilir, değiştirilebilir ve dönüştürebilir. Bu sayede yerel yönetimlerin sürekli geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Gelişen ve halkın ihtiyaçlarına en hızlı şekilde karşılık veren yerel yönetim birimleri, merkezin güçlenmesinde çok büyük etki yaratmaktadır (Toprak, 2005: 190)

Görüldüğü üzere yerel yönetim kavramı ile literatürde farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Yerel yönetimin temeli, seçimle göreve gelen kişilerin özerk kuruluşların kaynaklarını vatandaşlara hizmet için kullanmasıdır. Vatandaşların merkeze ulaşma adına en yakın birimleri olan yerel yönetimlerin verimli ve doğru kullanılması merkezi idarenin etki gücünü artırmaktadır.

En sade haliyle yerel yönetim, devletin imkânlarını hiçbir ayırım gözetmeden en uzak coğrafyadaki vatandaşlara dahi ulaştırma birimleri olarak tanımlanabilir. Devletin devamlılığı ve güçlü otoritenin sürdürülebilmesi için düşünülen bu yapı batı ile kıyaslama yapıldığında Anadolu'ya uzun yıllar sonra gelmiştir. Avrupa'da 12. yy'da yerel yönetim örneklerine rastlanırken, Türkiye'de Osmanlı Devleti'nin son dönemleri olan 19. yy'da somut adımlar atılmıştır (Göçoğlu, 2020: 5).

2.1.1. Yerel Yönetimlerin Gelişim Süreçleri

Yerel yönetimlerin tarihsel gelişim süreçleri incelendiğinde Roma İmparatorluğu'nda toplulukların yaşadığı “site” ve Antik Yunanistan'da günümüz şehir yapılaşmasının benzeri olan “polis” isimli kentleşme örnekleri karşımıza çıkmaktadır. 16. yy ile birlikte feodalitenin zayıflaması ve ulus devletlerin egemen güç olması bu yapıya olan ihtiyacı artırmış ve ülke sınırları içerisinde uygulanmaya başlanmıştır (Yıldırım, 2015: 10) Yerel yönetimlerle birlikte halkın devlete bağlılığının ve refahın artması devlet-halk bağına güçlendirmiştir. Batı'da 19. yy başlarında reformlarla birlikte yerel yönetimler artık devletin düzenli yerel hizmet kuruluşları haline gelmiştir (Uygun, 2014: 364). Osmanlı Devleti'nde doğrudan devlet eli ile olmasa da yerel bölgelerde kadılar, vakıflar ve loncalar uzun bir süre yerel yönetimlerin görevini üstlenmiş, halkın ortak ihtiyaçları bu kanallar ile giderilmiştir (Kaya, 2003: 46). Osmanlı'nın son dönemlerinde yerel idare kontrolünün zorlaşması ile birlikte yerel yönetimlere olan ihtiyaç zaruri hale gelmiştir. Ayrıca Osmanlı Devleti'nin batılı devletler ile yoğun ilişkileri neticesinde orada bulunan belediye teşkilatlarının Anadolu'da kurulması

kararlaştırılmış ve tanzimat döneminde yerel yönetim çalışmaları başlatılmıştır (Negiz, 2015: 311). İlk olarak 1855 yılında İstanbul’da kurulan şehremaneti ve 1864 yılında yayımlanan “Vilayet Nizamnamesi” yerel yönetimlerin ilk resmi adımları olmuştur (kmen ve Parlak, 2013: 320).

Osmanlı Devleti’nin resmi olarak son dönemlerine denk gelen bu yapılaşma Cumhuriyet’in ilanı ile Türkiye’de devam ettirilmiştir. 1924 yılında 442 sayılı köy ve 1930 yılında çıkarılan 1580 sayılı belediye kanunu ile yerel yönetimler hukuki nitelikler kazanmıştır (Kavruk, 2004: 60). Cumhuriyet’in ilk yıllarında çıkarılan bu kanunlar ile günümüz yerel yönetimlerin yapısı şekillenmeye başlamıştır.

2.1.2. Yerel Yönetimler ve Demokrasi

Demokrasi, toplumun farklı ve çeşitli yönlerini siyasete taşımakta ve sorunların çözülmesi için meşru ortamlar hazırlamaktadır. Yerel yönetim birimleri de insanlık tarihinin toplumsallaşma süreciyle birlikte ortaya çıkmış ve toplumun ortak ihtiyaçlarını karşılama görevlerini üstlenmiştir (kmen ve Parlak, 2015: 405). Yerel yönetimler ve demokrasi geçmişten günümüze birbirini tamamlayarak ayrılmaz bir bütün halinde gelmiştir. Vatandaşların demokrasi bilinci oluşmasında ve tercihlerinin özgürleşmesinde yerel yönetimlerin rolü fazlasıyla etkili olmuştur (Görmez, 1997: 62).

Yerel yönetim birimlerinin ilk ortaya çıktığı tarihten itibaren sürekli geleişmesi ve farklı görevler edinmesi günümüzde yerel yönetimlerin önemini daha fazla artırmıştır. Modern demokrasi olarak tanımlanan katılım, temsil, şeffaflık, hesap verme ve bilgi edinme gibi özellikler, devletler tarafından benimsenmiş ve yerel yönetim politikalarını bu yönde değiştirip geliştirmeye devam etmektedir (Grn, 2006: 166).

Halkın gündelik hayatına doğrudan etki eden, kararları alan ve uygulayan, karar alma ve uygulama yetkisini yine halkın kendisinden alan yerel yönetimler, ulaşılabilirlik ve talep iletme açısından merkezi idarenin ilk basamağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla halk katılımının daha etkin olduğu yerel yönetimler demokrasinin ilk basamağı olarak değerlendirilmektedir (Sezer, 1996: 61).

Sonuç olarak demokrasinin ilk basamağı olarak nitelendirilen yerel yönetimlerde, halkın ilgili yatırım, çalışmalar ve faaliyetlerden istediği an bilgi sahibi olması, kendi içinde özel btcesinin olması ve vatandaşların ortak ihtiyaçlarını giderilmesi için

kullanılması, seçim zamanlarında halkın oyu ile iş başına gelmeleri, yönetim sürecine yine halkın kendi katılım imkânı olması yerel yönetimlerin demokratik yapıları arasında gösterilmektedir (Keleş, 2012: 82).

2.1.3. Türkiye'nin Yerel Yönetim Birimleri

Ülkemizde kanunla kurulan yerel yönetimler, il özel idareleri, büyükşehir belediyeleri, belediyeler ve köy idarelerinden oluşmaktadır (1982 Anayasası, madde 127). Kamu tüzel kişiliği olan yerel yönetimler, kanun ve yönetmeliklere göre belirli bir düzenle faaliyetlerini sürdürmektedir. Yerel yönetimlerin kendine ait yetkisi, görevleri, bütçesi ve personeli bulunmaktadır.

Türkiye'de yerel yönetimler, tek bir kanun ile değil farklı dönemlerde çıkarılmış kanunlar ile idare edilmektedir. 03.07.2005 tarihinde 5393 sayılı Belediye Kanunu, 10.07.2004 tarihinde 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, 22.02.2005 tarihinde 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ve 18.03.1924 tarihinde 442 sayılı Köy Kanunu gibi her yerel yönetim birimi için farklı kanunlar çıkarılmıştır.

5032 sayılı ve 22.02.2005 tarihinde çıkarılan İl Özel İdaresi Kanunu'nun 3. maddesi, il halkının genelinin ortak ihtiyaçlarını gidermek için kurulan ve karar organları halk tarafından seçilen, idari ve mali özerk yapıda bulunan kamu tüzel kişisidir. İl özel idarenin yönetim birimleri vali, il genel meclisi ve il encümeni olarak açıklanmıştır.

442 sayılı ve 18.03.1924 tarihinde çıkarılan Köy Kanunu'na göre nüfusun 2.000'den az olan yerleşim alanları köy olarak tanımlanmıştır. Diğer yerel yönetimler gibi hizmet sorumluluğu bulunan köy yönetimleri, muhtar, köy derneği ve köy ihtiyar meclisinden oluşmaktadır.

5393 sayılı ve 03.07.2005 tarihinde çıkarılan Belediye Kanunu'na göre belediye, mali ve idari açıdan özerk, kendi sınırları içerisinde vatandaşların ortak ihtiyaçlarını gideren, karar organları seçimle iş başına gelen, belediye başkanı, belediye meclisi ve belediye encümeni olan kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmaktadır.

6360 sayılı ve 06.12.2012 tarihinde çıkarılan Büyükşehir Yasası'na göre büyükşehir belediyeleri, mevcut nüfusu 750.000'den fazla olan, sınırları içerisinde il

genelinden sorumlu, bünyesinde bulunan ilçe belediyeleri ile uyumlu çalışan, kanunla verilmiş görev ve sorumlulukların yerine getiren, mali ve idari özerkliği bulunan kamu tüzel kişisidir. Ayrıca karar birimleri halkın kendisi tarafından seçilmiş, büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediye encümeni ve büyükşehir belediye başkanı bulunan yerel yönetim birimleridir.

2.1.3.1. İl Özel İdaresi

İl özel idare kurumu anayasal statüye sahip, kendi sınırları içinde, belediyelerin sınırları dışındaki alanlarda görevleri olan yerel yönetim birimleridir. İl sınırları içerisinde mahalli müşterek nitelikli ihtiyaçları gideren il özel idareleri şehrin geneline karşı görev ve sorumlulukları olduğu belirtilmektedir (Odyakmaz, Kaymak ve Ercan, 2008).

1864 yılında Osmanlı Devleti zamanında Fransa'dan esinlenerek kurulan il özel idareleri geçmişten günümüze kadar kendi içinde birçok değişikliğe uğrayarak geliştirilmiş ve mülki idare yapısında önemli bir yer tutmuştur (Karakılçık, 2013: 135)

Kurulduğu 1864 yılından 1950 yılına kadar özellikle kırsal alanlarda birçok kamu hizmetini yerine getiren il özel idareleri, uzun bir süre ilgili bakanlıkların görevlerini yerine getirmiştir. 1950 yılından sonra merkez idare, kamu hizmetlerini ilgili bakanlıklara ve diğer birimlere aktarınca il özel idarelerinin iş yükü azalmıştır (Karakılçık, 2013: 140). Bakanlıklar, belediyeler ve büyükşehir belediyelerinin devraldığı kamu hizmetleri neticesinde il özel idarelerinin faaliyet alanları küçülmüş ve görev karmaşaları doğmuştur (Ulusoy ve Akdemir, 2007: 159).

İl özel idarelerinin görevleri arasında 5302 sayılı kanunla açıklanan “Sağlık, tarım, sanayi ve ticaret; ilin çevre düzeni planı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları; ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini, binaların yapım, bakım ve onarım ile diğer ihtiyaçların giderilmesi...” yer almaktadır.

Yukarıda 5032 sayılı kanunla açıklanan il özel idare görevlerinin birçoğu belediyeler tarafından da yapılmaktadır. Hukuki tüzel kişilik olan il özel idareleri ve belediyeler arasında yürütülen görev ve sorumlulukların uyuşmazlığı halinde,

uyuşmazlığa neden olan konu valiler tarafından çözüme kavuşturulmaktadır (Derdiman, 2005: 91).

İl özel idareleri, yerel yönetim birimi olmaktan daha çok merkezi idarenin ildeki temsil makamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut kaynakları ve yönetim biçimi bakımından halkın seçtiği biri tarafından değil merkez idare tarafından atama yapılan valiler tarafından yönetilmektedir. İl özel idareleri, vali, il genel meclisi ve il daimi encümenleri ile toplamda üç birimden oluşmaktadır (Derdiman, 2005: 94).

Merkez idarenin ildeki temsilcisi, Cumhurbaşkanlığı atamalarıyla göreve gelen validir. Valiler, şehirlerde il özel idarelerin yürütme faaliyetlerini yapmaktadır. Başlıca valiler: İl özel idaresi yönetimi, il encümenine başkanlık, planlama ve stratejiye uygun bütçe hazırlanması ve kontrolü, temsil makamı, kurum hak ve çıkarlarını korumak, il özel idare çalışmaları ve personellerin görevlerini belirlemek, ihtiyaç sahipleri için bütçe kullanmak, bağlı kurum ve kuruluşları denetlemek, menkul ve gayrimenkul malları yönetmek, il sınırları içerisinde vatandaşların huzur ve refah ortamında yaşamaları için önlemler almak gibi birçok önemli görev ve sorumlulukları bulunmaktadır (Keleş, 2016: 182).

İl özel idare yönetimlerinde karar birimi olarak mevcut şehrin il genel meclisi karşımıza çıkmaktadır. Seçilebilme şartlarını taşıyan her vatandaş, il genel meclisine üye olabilmektedir. İl sınırları içerisinde bulunan seçmenler tarafından seçilen il genel meclis üyeleri bir aylık tatil dışında her yeni ayın birinci haftası belirlenen tarih ve saatte bir araya gelmektedir. İl genel meclisinde bulunan üye sayıları, temsil edilen ilçelerin nüfusları ile orantılıdır. Nüfus olarak yoğun olan bölgelerden daha fazla il meclis üyesi çıkmaktadır. İl genel meclisine başkanlık edecek kişi, il genel meclisi üyeleri tarafından seçilmektedir. İl genel meclisinde alınan karar veya kararlar, yürütmeye girebilmesi için beş gün içinde vali onayına gönderilmektedir. Vali tarafından onaylanan kararlar yedi gün içerisinde halka duyurulurken, valinin onaylamadığı kararlar yürürlüğe girmemektedir. Vali, kanuna aykırı bir karar olduğunu tespit ederse alınan kararların gözden geçirilmesi için 7 gün içerisinde il genel meclisine geri göndermektedir (Gözler ve Kaplan, 2013: 83).

İl özel idarelerinde, il genel meclisi görev ve sorumlulukları oldukça geniş yer tutmaktadır. Büyükşehir belediyeleri dışında il belediyelerinde çevre düzeni planı, bütçe

planı ve kabulü, yap işlet veya yap - işlet – devret uygulamaları, yönetmelik düzenlenmesi ve kabulü, stratejik planların yapılması, çevre şehircilik il müdürlüğü ve belediyelerin sınırları dışında kalan bölgelerin imar planlarını görüşmek ve karara bağlamak, borçlanma kararları, encümen üyeleri ve komisyonlar seçmek gibi şehrin idari olarak yönetilmesinde önemli kararlar almaktadır (Derdiman, 2005: 100).

Vali ve il genel meclisinin ardından il özel idarelerinin diğer bir önemli birimi il daimi encümenliğidir. Vali başkanlığında il genel meclisinin gizli oy ile seçtiği beş üye, haftada en az bir kere üye sayısının salt çoğunluğu ile toplanmakta ve gündem olan konuları görüşerek karara bağlamaktadır. Daimi encümenlerin toplantı gündemi valiler tarafından belirlenmektedir. Bu toplantılarda alınan karar veya kararlar, vali tarafından yönetmelik, kanun veya tüzüğe aykırı görülürse bir sonraki toplantıda yeniden görüşmek üzere geri göndermektedir. Bir sonraki toplantıda encümen aldığı kararda ısrar ederse karar yürürlüğe girer. Böylece vali, yürürlüğe giren kararın durdurulması için adli mercilere başvurması gerekmektedir (Karakılçık, 2013: 145).

2.1.3.2. Köy Yönetimi

Türkiye’de yerel yönetim sisteminin en eski ve yaygın olan yönetim birimleri köylerdir. Osmanlı devletinin ilk ortaya çıktığı dönemlerden Cumhuriyet’in ilanı ile günümüze kadar gelen köy yönetim şekilleri, dönemin şartlarına göre düzenlenerek varlığını devam ettirmiştir (Karakılçık, 2013: 208). Köylere ilişkin ilk yasal düzenleme Osmanlı’nın son zamanlarında 1864 Vilayet Nizamnamesi adı ile çıkarılmış ancak köylere tüzel kişilik kazandırmamıştır. Köy yönetimlerinin günümüzde tüzel kişilik olarak tanımlanması 1924 yılında 442 sayılı Köy Kanunu ile olmuştur (Tortop vd. 2010: 404).

Çıkarılan 442 sayılı Köy Kanunu’nda köy üç şekilde tanımlanmıştır :

-Nüfusu 2 binin altında olan yerleşim birimi köy olarak kabul edilmektedir.

- Cami, okul, mera, yayla ve orman bölgesi gibi ortak kullanım alanları olan, belirli bir alanda dağınık veya toplu yaşayan insanlar; tarla, bağ, bahçe ve hayvanları ile köyleri oluşturmaktadır.

- Bir yerden diğerk bir yere götürülen veya götürülemeyen mallara sahip ve mevcut kanun ile kendisine verilen işleri yapan tüzel kişidir (442 sayılı Köy Kanunu, 1924).

1924 yılında çıkarılan kanun, özünde köy yerleşim birimlerinde o bölgenin özelliklerine göre çıkarılmış küçük belediye yasası olarak ifade edilmektedir. 1924 yılında çıkarılan 442 sayılı Köy Kanunu günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Aynı yasaya göre bir bölgeye resmi olarak köy tanımlaması yapabilmek için en az 150 en fazla 2000 nüfusa sahip olmak gerekmektedir (442 sayılı Köy Kanunu, 1924). 5442 sayılı İl İdaresi Kanunun 2. maddesine göre, “Yeniden köy kurulması veya yerinin değiştirilmesi, Bayındırlık ve Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlıklarının mütalaası alınmak suretiyle, köy ve kasabaların aynı ilçe içinde bir bucaktan başka bir bucağa bağlanması, köy adlarının değiştirilmesi, köylerin birleştirilmesi ve ayrılması, bir köy, mahalle veya semtin o köyden ayrılıp başka bir köy ile birleştirilmesi İçişleri Bakanlığının vereceği kararla olacağı” ifade edilmiştir.

Nüfusun 150’nin altına düştüğü köylerde tüzel kişilik kalkmakta ve köy statüsünden çıkarılmaktadır. Bu durumda o bölgede yapılacak olan bir çalışmayla mevcut seçmenlerin yarısından çoğunun istemesi halinde köy statüsünden çıkarılan bölge, kendisine en yakın köye bağlanmaktadır. Eğer o bölgede köy statüsünden çıkarılmış birden çok yer varsa bunların hepsi toplanarak tek bir köy oluşturulmaktadır (Ulusoy ve Akdemir, 2017: 368).

Hukuki olarak yerel yönetim birimleri olan köy idareleri, o bölgede yaşayan vatandaşların ortak ihtiyaçlarını gidermek ve vatandaşlara karşı sorumlu hizmetleri yerine getirmekle görevlendirilmiştir (Aytaç, 1995: 19).

Köy, diğerk yerel yönetim birimleri gibi tüzel kişiliktir. Kamu ayrıcalıklarından faydalanabilir, davalı veya davacı olabilir, hukuki işlemler yapabilir ve köy genelinden toplanmak üzere vergi salabilmektedir. Yerel yönetim birimleri olduğu kadar merkezi idare yönetiminin bir parçası olan köy idareleri, milli savunma, kolluk kuvveti oluşturma, kültür ve eğitim faaliyetlerinde bulunma, çevre görevleri, sosyal yardımlar gibi merkezi idarenin görevlerini yerine getirmektedir.

Köylerin hem yerel yönetim hem merkezi yönetim görevlerinin sürdürülmesi diğerk idari kurumlarda olduğu gibi köyde bulunan yönetim organları tarafından sağlanmaktadır. Köy derneği, köy ihtiyar meclisi ve muhtar, köy idarelerinin yönetim

organlarını oluşturmaktadır. 442 sayılı Köy Kanunu'nda belirtildiği üzere köy dernekleri; köy azaları ve muhtarı seçme hakkına sahip olan kadın ve erkeklerin tümüdür. Muhtar ve ihtiyar meclisi, köy derneği tarafından göreve getirilmektedir. Göreve getirilen muhtar ve ihtiyar meclisi ise kendilerine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirmekle mükelleftir.

İhtiyar meclisi üyeleri 5 yıl süreyle görev yapmaktadır. 20 yaşını dolduran ve mevcut köyde 6 yıldan fazladır ikamet eden her Türk vatandaşı ihtiyar meclisine seçilme hakkına sahiptir. İhtiyar meclisine seçilen üyeler, köy nüfusu binden az ise 8, nüfusun binden fazla olduğu yerlerde ise 12 kişi olarak seçilmektedir. İhtiyar meclisinin görevleri Köy Kanunu'nun 42. ve 46. maddeleri arasında açıkça belirtilmiştir. Bunlardan bazıları; imece ve salma kararları vermek, muhtarın idaresini ve harcamalarını denetlemek, kamulaştırma kararları vermek, köylü arasındaki anlaşmazlıkları gidermek, imeceye katılmayanlara ceza vermek ve köy bütçesini kabul etmektir. Köy Kanunu'n 23. maddesine göre köyde bulunan öğretmen ve imam, köy meclisinin daimi üyeleridir.

Muhtar, kanunun ilgili maddeleri uyarınca seçilme yeterliliği bulunan ve belirli aralıklarla köylüler tarafından seçilen köy idaresinin başı olarak belirtilmektedir. Siyasi partiler tarafından aday gösterilmeyen muhtar, devletin köydeki direkt temsilcileri konumundadır. Muhtar, devletten düzenli olarak görev yaptıkları süre içerisinde maaş almaktadır. Muhtar tarafından verilen kararlar, kaymakam ve valinin vesayet denetimine bağlıdır. Görevini layıkıyla ve gerektiği gibi yerine getirmeyen muhtar, il idare kurulu tarafından görevden uzaklaştırılabilmektedir.

Muhtarın görevleri köy işleri ve devlet işleri olarak ikiye ayrılmış durumdadır. Devlet işleriyle ilgili muhtar; devlet tarafından bildirilen kanunları köylüye bildirmek, köyün asayişini sağlamak, asker ve vergi toplanmasına yardımcı olmak, köye yabancı giriş çıkışını kontrol etmek, sağlıkla ilgili problemleri yetkililere bildirmek, köyün güvenliğini sağlamak gibi önemli merkez idare görevlerini yerine getirmektedir.

Muhtarın, köy işleri ile ilgili görevleri; kamu tüzel kişilik olan köyü temsil, ihtiyar meclisi kararlarını uygulamak, köy için kullanılacak bütçeyi toplama ve kullanmak, köy ile ilgili davalarda davalı ya da davacı rolü üstlenmektir (442 sayılı Köy Kanunu, 1924).

1924 yılında yayımlanan bu kanun o zamanın şartlarına göre düzenlenmiş ve nüfus yoğunluğunun köylerde olduğu dönemlerde yürürlüğe girmiştir. Zamanla hızla artan köyden kente göç hareketleriyle birlikte köy nüfusları ciddi oranda azalmıştır. Bunun sonucunda köylerin mevcut görevleri yerine getirmede aksaklıklar yaşamasıyla yol, su, kanalizasyon, sağlık ve eğitim gibi hizmetler merkezi idareler tarafından yerine getirilmeye başlanmıştır (Eryılmaz, 2013: 222).

2.1.3.3. Belediyeler

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 3. Maddesine göre belediyeler, kent olarak tanımlanan ve yerleşik yaşamın sürdürüldüğü sınırlar içerisinde ikamet eden halkın ortak yerel ihtiyaçlarını karşılayan, karar organları yine halkın kendisinin seçimle iş başına getirdiği, kamu tüzel kişiliğine sahip yerel yönetim birimleridir (Dursun, 2007: 363).

2005 yılında çıkarılan ve AB ile müzakere sürecinin etkilerini taşıyan 5393 Sayılı Belediye Kanunu ile belediye kurulması oldukça kolaylaştırılmıştır. 5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 4. maddesine göre nüfusun 5.000'den fazla olduğu il ve ilçe merkezi olan iskân alanlarına belediye kurmak zorunlu hale getirilmiştir. İçme ve kullanma suyuna yakın bölgeler, doğal koruma alanları ve yerleşim uzaklığı en yakın belediyeye 5 kilometreden az olan alanlara belediye kurulamamaktadır. Güncel yönetmelikte köy olarak tanımlanan bölgelerin belediye statüsüne girebilmesi için yerleşim bölgesinde merkez sayılan yerden en fazla 5.000 metre uzaklık içinde en az 5.000 kişilik nüfus şartını sağlaması gerekmektedir. Belediye Kanunu'nun da belirtilen şartların sağlanması halinde bir veya birden fazla köy, ihtiyar meclisinin veya seçmenlerin yarısından fazlasının mülki idare amirine belediye statüsüne kavuşmak için yazılı başvuru yapması gerekmektedir. 15 gün içerisinde yapılacak olan oylama sonucu valiliğin görüşü alındıktan sonra İçişleri Bakanlığı'na gönderilmektedir. Sürecin sonunda Cumhurbaşkanı onayı ile o bölgede yeni bir belediye kurulması kararlaştırılmaktadır. Ayrıca göç veya doğal afet gibi bazı nedenlerden dolayı nüfusu 2000'nin altına düşen belediyelerin tüzel kişiliği, İçişleri Bakanlığı tarafından Danıştay görüşü alınarak sona erdirilmektedir.

Yeni kanunla birlikte belediye görev ve sorumluluk alanları maddeler halinde sıralı bir şekilde değil daha esnek bir halde karışık olarak belirtilmiştir. Belediyelerin Görev ve sorumlulukları 5393 sayılı kanunun 14. maddesi ile açıklanmıştır. Buna göre;

- İmar, su ve kanalizasyon gibi altyapı, kent bilgi sistemleri, çevre sağlığı, temizlik, katı atık, zabıta, itfaiye, acil yardım ve kurtarma, şehir içi trafik, ağaçlandırma, mezarlık işleri, park - bahçe, kültür ve sanat, sosyal yardımlar, evlendirme daireleri ve meslek kazandırma kursları gibi görevleri yapmakta veya yaptırmaktadır.
- Belediye sınırları içerisinde hizmetlerin öncelik sırasını belirler. Avrupa Birliği Yerel Özerklik Şartı ile öngörülmüş olan hizmetlerin halka en yakın yerde, en uygun yollarla yapılması esas olarak belirtilmiştir.
- Nüfusun 50 binden fazla olduğu yerlerde kadın ve çocuk sığınma merkezleri açmaktadır.
- Belediyeler, devlet okullarını tamir edebilir, okul öncesi eğitim kurumları açabilir, amatör spor branşlarına destek verebilir, kendi bünyesinde başarılı sporculara meclis kararı ile ödül verebilir, gıda bankacılığı yapabilir, özellikli tarihi yapı, sit alanı gibi yerlerin korunması sağlayabilir, sağlık alanı ile ilgili tesis ve işletme açabilir, vatandaşlardan ihtiyaç fazlası yaşam ürünlerini toplayabilir ve ihtiyacı olanlara dağıtabilir (5393 Sayılı Belediye Kanunu, madde 14)

Yeni yasaya göre belediyenin organları; belediye meclisi, belediye encümeni ve belediye başkanından oluşmaktadır (5393 Sayılı Belediye Kanunu)

Belediye meclisi, 2972 sayılı mahalli idareler ve muhtarlıkların seçim kanunu uyarınca seçilmiş üyelerden oluşmaktadır. Seçimin yapıldığı il sınırları içerisinde sayıları nüfus yoğunluğuna göre belirlenen meclis üyeleri, seçimden sonraki beşinci gün belediye başkanı başkanlığında toplanmaktadır. Kendi üyeleri içerisinde ilk 2 yıl için 1. ve 2. Başkan Vekili ile 2 kâtip üye seçilir ve Meclis Başkanlık Divanı oluşturulmaktadır. Belediye meclisine, belediye başkanı başkanlık etmektedir. Belediye başkanının olmadığı zamanlarda 1. Başkan Vekili meclise başkanlık etmektedir. Yıllık

faaliyet raporunun görüldüğü toplantılarda belediye başkanı kanunen katılması yasaktır (5393 Sayılı Belediye Kanunu).

Belediye meclisinin görev ve yetkileri, yasada açıkça belirtildiği üzere şunlardır; sunulan stratejik planı kabul etmek, belediye bütçesi ve kesin hesabı kabul etmek, imar planlarını görüşmek, borçlanmaya karar vermek, meydan ve caddelere isim vermek, mahalle kurulması ve kaldırılmasına karar vermek, belediye tarafından çıkarılan yönetmelikleri kabul etmek gibi görevleri yürütmektedir (5393 Sayılı Belediye Kanunu, madde 18).

Belediye meclisi toplantıları demokrasi adına şeffaflığı artırmak için halka açık yapılmaktadır. Meclis başkanı veya üyelerden herhangi birisinin önerisiyle meclisin kapalı olarak yapılmasına karar verilebilir. Kapalı oturum kararı yine meclis üyelerinin salt çoğunluğu ile alınmaktadır. Mecliste yapılan oturumda bahsi geçen bütün görüşmeler tutanağa geçirilir ve belediye başkanlığı ile meclis üyeleri tarafından imzalanmaktadır (Keleş, 2006: 240)

Belediye Encümeni, yeni yasa ile birlikte idari bir organ olarak öne çıkmaktadır. İl belediyelerinde ve nüfusun 100 binin üstünde olan belediyelerde meclisin kendi üyelerinden seçilen 3 üye ile başkanı birim amirlerinden bir yıllıkına seçtiği 3 üye ve belediye başkanının kendisi ile toplamda 7 kişiden oluşmaktadır. Nüfusun 100 binin altında olduğu belediyelerde ise meclis üyelerinden seçilen 2, birim amirlerinden seçilen 2 ve belediye başkanının kendisi ile toplamda 5 kişiden oluşmaktadır (Tortop,1986: 98-99).

Encümen toplantılarına başkanın katılamadığı zamanlarda yerine tayin ettiği başkan yardımcısı veya bir encümen üyesi başkanlık etmektedir. Encümen gündemi belediye başkanı tarafından belirlenmektedir. Gündem dışı konular toplantıda konuşulamaz, başkanın uygun görmesi halinde encümen üyeleri gündem önerebilmektedir.

Belediye başkanı, belediye yönetiminin en üst noktası ve tüzel kişiliğin temsilcisi konumundadır. İl sınırları içerisinde yaşayan vatandaşlar tarafından düzenli aralıklarla seçimle iş başına getirilmektedir (Eryılmaz, 2008: 155). Belediye başkanı, yerel yönetimin başına geçtiği zamandan itibaren siyasi partilerde görev alamaz, profesyonel spor kulüplerine başkanlık yapamaz ve yönetimde bulunamaz.

Belediye başkanının görev ve sorumlulukları başlıca şunlardır; meclise ve encümene başkanlık etmek, sosyal yardımlarda bulunmak, belediyeyi stratejik plan doğrultusunda yönetmek, mecliste kabul edilen bütçeyi uygulamak, belediyeyi yargı alanlarında temsil etmek, belediyenin gelir ve giderlerini yönetmek, belediyeye personel atamalarını yapmak, diğer özel ve kamu kurumları ile sözleşme yapmak ve yasaların verdiği diğer görevleri yapmaktadır (5393 Sayılı Belediye Kanunu).

2.1.3.4. Büyükşehir Belediyeleri

Tüm dünyada olduğu gibi sanayileşme ve küreselleşmenin etkileri Türkiye’de de önemli nüfus hareketlerine sebep olmuştur (Şengül, 2019: 133). Özellikle 1950’li yıllardan günümüze kadar kırsalda nüfus oranları hızla azalmış ve kent merkezlerine doğru büyük göçler gerçekleşmiştir (Bekdemir, Kocaman, Polat, 2015: 280).

Türkiye’de sanayileşme tam anlamıyla gerçekleşmemesine rağmen kırsaldan kente düzensiz göç dalgaları, sanayileşme hızını geride bırakmıştır. Belirli bir plan ve uygulamalarla düzenlenmeyen göç hareketleri kentlerde önemli sosyal ve ekonomik sorunlar oluşturmuştur. Göçlerin yoğun olarak yaşandığı bölgelerde kamu hizmeti yürüten yerel yönetimlerin faaliyet yükü doğal olarak artmış düzensiz kentleşme sonucu çevre, ulaşım, altyapı, istihdam, konut gibi kent olgusunun yapı taşlarında aksaklıklar meydana gelmiştir (Ökmen ve Parlak, 2010: 239).

TÜİK tarafından yayımlanan arşiv bilgilerinde 1950 yılında Türkiye’de yapılan nüfus sayımına, 63 il merkezi, 422 ilçe ve 34.252 köy ve belde dahil edilmiştir. Türkiye nüfusunun 1950 yılında 20.947.188 kişi olduğu belirlenmiştir. Toplam nüfusun sadece %25.4 ’lük kısmı il ve ilçe merkezlerinde, %74.96’lık kısmı ise kırsal alanlarda yaşadığı tespit edilmiştir. (TÜİK, 2010).

2021 yılında TÜİK tarafından yayımlanan adrese dayalı nüfus kayıt sistemi araştırmasına 81 il merkezi, 973 ilçe, 32.125 mahalle ve 18.211 köy dahil edilmiştir. Türkiye’nin nüfusu 84 Milyon 680 Bin 273 kişi olarak açıklanmıştır. Toplam nüfusun %93.2’lik bölümü il ve ilçe merkezinde yaşarken belde ve köy olarak tanımlanan bölgelerde toplam nüfusun sadece %6.8’i yaşamaktadır (TÜİK, 2022).

1950 yılından günümüze kadar yaşanan bu hızlı değişimin etki ettiği ilk nokta yerel yönetimler olmuştur. Artan nüfusla birlikte nüfusun yoğun olarak toplandığı

kentlerde planlı çalışmalar ve kent yönetimleri için özel yönetim yapısı aramak merkez idare için kaçınılmaz olmuştur (Türkoğlu, 2009: 117). Denetim dışında kalan yaşam yerlerinin düzenlenmesi, bazı yerel yönetim birimlerinin iş birliğine katılması, planlı kentleşme ve takibi için büyükşehir uygulaması gündeme gelmiştir. 1984 yılında çıkarılan 3030 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, büyük kent olarak adlandırılan şehirlerin gelir ve görevlerini yeniden düzenlemiştir. Daha sonra 2004 yılında çıkarılan 5216 sayılı kanunla büyükşehir belediyelerine yeni düzenlemeler getirilmiştir. Türkiye'nin AB'ye uyum süreci ve müzakereleri, yeni çıkarılan büyükşehir belediye kanununa etki etmiştir.

İlk olarak 1984 yılında çıkarılan 3030 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, Türkiye'de uygulanmaya başlanmış İstanbul, İzmir ve Ankara'da büyükşehir belediyeleri kurulmuştur (Arikboğa, 2013: 50-51) Bu kanunun çıkarılması ve uygulanma amacının temelde iki nedeni vardır. Birincil olarak nüfus olarak büyük kentlerde kamu hizmetlerindeki etkinlik ve verimliliği artırmak, ikincil olarak ise yerel demokrasiyi güçlendirmektir (Eke, 1985: 53).

3030 sayılı Kanun ile birlikte büyükşehir belediye yapısı 2000'li yılların başına kadar çeşitli düzenlemeler ve eklemelerle birlikte 13 ilde daha uygulanmıştır. Böylece İstanbul, Ankara ve İzmir'in ardından sırasıyla Adana, Bursa, Gaziantep, Konya, Kayseri, Antalya, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Kocaeli, Mersin, Samsun ve Sakarya'da büyükşehir belediyesi kurulması kanunlaşmıştır.

2004 yılına gelindiğinde 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile birlikte günümüz büyükşehir belediye sisteminin temel görev, yetki ve idari yapısı şekillenmiştir. 33 madde ve 4 geçici maddeden oluşan 5216 Sayılı Kanun'a göre büyükşehir belediyeleri en az 3 ilçe veya ilk kademe belediyesini kapsayan, ilçe belediyeler arasında koordinasyon ve uyum sağlayan, idari ve mali özerkliğe sahip, karar organı o ilin seçmenleri tarafından oluşturulan kamu tüzel kişisi olarak tanımlanmıştır.

5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'na göre büyükşehir belediyelerinin görev ve sorumlulukları açıkça belirtilmiştir (madde 7);

- İlçe belediyelerinin görüşleri alınarak büyükşehir belediyesinin stratejik planını yapmak ve bütçesini denetlemek,

- Büyükşehir Belediyesi'nin sorumluluğu altındaki bölgelerde işyeri ruhsatı vermek,
- Ulaşım planı yapmak, güzergâhları ve ulaşım araçlarının ücret tarifelerini belirlemek,
- Büyükşehir Belediyesi'ne verilen sorumluluk doğrultusunda proje yapım, bakım ve onarım işlemlerini yürütmek,
- Şehir içinde cadde, meydan ve yollar yaptırmak,
- İçme suyu ve atık su arıtma tesisleri kurmak ve işletmek,
- Su ve kanalizasyon işleri yapmak,
- Doğal afet planlamaları, itfaiye hizmetleri ve yangın önlemleri almak,
- Sağlık hizmetleri sunmak,
- Park, bahçe, barınak, eğlence ve dinlenme merkezleri, sosyal tesisler kurmak ve işletmek,
- Zabıta hizmetleri yapmak,
- Coğrafi ve kent bilgi sistemleri oluşturmak,
- Mezarlık ve mezbaha hizmetleri sunmak,
- Tarihi doku, kültür ve tabiat varlıklarını korumak,
- Her türlü toptan işletmelerin bir araya getirilmesine ön ayak olmak (Toptancı hali, hurdacılar sitesi, galericiler sitesi vb.)

Yukarıda sıralanan görev ve sorumluluklardan anlaşıldığı üzere büyükşehir belediyeleri o ildeki en geniş kapsamlı yerel yönetim birimleri haline gelmiştir(Baykal, 2010: 486). İlçe ve ilk kademe olarak tanımlanan ilçe belediyelerinin görev ve sorumlulukları daha sınırlı olmakla birlikte şu şekilde sıralanmaktadır; Yasaların verdiği görevi yapmak, katı atık hizmetleri sunmak, 2. ve 3. sınıf işyerlerini ruhsatlandırmak, Otopark ve rekreasyon alanları yapmak, mesleki eğitim ve beceri kursları açmak, sağlık ve sosyal yardım işleri yapmak.

2004 yılından 2012 yılına kadar varlığını devam ettiren 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu 2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı Büyükşehir Yasası ile birlikte yeniden düzenlenmiştir (Arıkboğa, 2013: 66). Böylece Türkiye'de mevcut büyükşehir belediye sayısı 16'dan 29'a çıkarılmış ve 26 ilçe daha kurulması kanunlaştırılmıştır

(Toprak, 2019: 51). Ayrıca bir şehrin büyükşehir belediyesi olabilmesi için 750.000 nüfusa sahip olması bu yasa ile birlikte yeterli görülmüştür (İzci ve Turan, 2013: 124).

Birçok yenilik barındıran bu yasanın en önemli özelliklerinden biri de büyükşehir belediyelerinin il ölçekli kurumsal yapılara dönüştürülmesi olmuştur. Yeni Büyükşehir Yasası'nın getirdiği diğer yenilikler ise şöyle sıralanmıştır;

- Büyükşehirlerin hepsinde il özel idarelerinin tüzel kişiliğine son verilmiş olup il özel idarelerinin görev, yetki ve sorumlulukları, personeli, bütçesi ve malları büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere diğer kamu kurumlarına aktarılmıştır.
- İl özel idarelerin kaldırılmasıyla birlikte valilerin yerel yönetimlerle ilgili yetki ve sorumlulukları, merkez idare tarafından kurulan Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı'na devredilmiştir.
- Büyükşehirlerde köylerin tüzel kişiliklerine son verilerek köyler mahallelere dönüştürülmüş ve büyükşehir belediyesine bağlanmıştır.
- Tüm büyükşehir ve diğer il belediyelerinde belde belediyelerinin tüzel kişiliklerine son verilmiştir. Böylece beldeler, büyükşehirlerde mahallere, diğer illerde ise köylere dönüştürülmüştür.
- Tüzel kişilikleri sona erdirilen köy ve belde belediyelerinin görev, yetki, sorumluluk, malları ve alacakları mevcut ilçe ile büyükşehir belediyelerine aktarılmıştır.
- Yine bu yasa ile birlikte Türkiye'nin değişik bölgelerinde bulunan yerleşim yerleri, mahalleler ve köyler birleştirilerek ilçeler yapılmıştır.
- Yeni yasa ile birlikte büyükşehirlerde ki en büyük yerel yönetim birimleri olan büyükşehir belediyeleri her bakımdan daha güçlü hale getirilmiştir.

Kısaca 2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı Büyükşehir Yasası mevcut büyükşehir belediye hizmetlerini il mülki sınırlarına genişletmiş ve il özel idaresi, köy yönetimi gibi yerel yönetim birimlerinin görev, yetki ve sorumluluklarını büyükşehir belediyelerine devretmiştir (Arıkboğa, 2014: 36).

Büyükşehir belediyeleri de tıpkı diğer yerel yönetimlerinin bir benzeri olan üçlü organ yapısı ile idare edilmektedir. 5216 sayılı kanunun dördüncü bölümünde

büyükşehir belediyesinin organları; büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediye encümeni ve büyükşehir belediye başkanından oluşmaktadır.

2.1.3.4.1. Büyükşehir Belediye Meclisi

Büyükşehir belediye meclisinin görevleri 5216 Sayılı Kanun'un 12. ve 14. Maddeleriyle düzenlenmiştir. Buna göre meclis, büyükşehir belediyesinin karar organı olarak kabul edilmiştir. Büyükşehir meclis üyeleri doğrudan seçilmemekle birlikte ilçe belediye meclis üyelerinin beşte birinin büyükşehir meclisine seçilmesiyle oluşmaktadır. Büyükşehir belediye başkanı oluşturulan büyükşehir belediye meclisinin başkanlığını yapmaktadır.

Büyükşehir meclisi diğer il belediyelerinde olduğu gibi her ayın ikinci haftası önceden belirlenen gün ve saatte toplanmaktadır. Kasım ayı toplantısı dönem başı toplantıları olarak kabul edilmektedir. Bütçe gibi uzun süreli görüşmelerin yapıldığı toplantılar en fazla 20 gün sürerken diğer toplantıların süresi en fazla 5 günle sınırlı kalmaktadır.

Büyükşehir belediye başkanı, meclis tarafından çıkarılan kararları veto etme hakkına sahiptir. Veto ettiği kararın yeniden görüşülmesi için meclise geri göndermektedir. Ancak görüşülmek için geri gönderilen karar meclis salt çoğunluğu tarafından tekrardan kabul edilirse karar yürürlüğe girmektedir. Büyükşehir belediye başkanı bu noktada tekrar veto hakkını kaybeder ve gerekli görürse kararın durdurulması için 10 gün içinde idari yargıya başvurabilmektedir.

Meclis tarafından kabul edilen ve büyükşehir belediye başkanı tarafından kabul edilen kararlar 7 gün içerisinde en büyük mülki amire gönderilmektedir. Mülki amirlerin bu noktada kendilerine gönderilen kesinleşmiş kararları veto etme yetkisi yoktur. Büyükşehir belediye başkanı gibi kendisine gönderilen kararlar hakkında gerekli görürse yine 10 gün içerisinde idari yargıya başvuru yapabilmektedir.

Büyükşehir meclisi karar organı göreviyle sorumluyken, ilçe ve ilk kademe belediyeler arasında uyum sağlamak ve çıkabilecek anlaşmazlıkları büyükşehir meclisinde karara bağlamakla sorumlu tutulmuştur.

2.1.3.4.2. Büyükşehir Belediye Encümeni

5216 Sayılı Kanun'un 16. Maddesi'ne göre büyükşehir belediye encümenleri, meclisin her yıl ilk olağan toplantısında büyükşehir belediye başkanı başkanlığında bir yıl görev yapmak suretiyle gizli oylama ile seçilmektedir. Seçilen 5 üye ile birlikte büyükşehir belediye başkanının kendisi, genel sekreter, mali hizmet amiri olmak üzere birim amirleri arasından seçilen toplamda 11 üyeden oluşmaktadır (Eryılmaz, 2020: 208-209).

Büyükşehir belediye başkanının olmadığı encümen toplantılarına genel sekreter başkanlık etmektedir. 5216 sayılı yasa encümen görevlerini açıkça belirtmemiştir dolayısıyla büyükşehir belediyesi kararları yerine büyükşehir belediyesinin meclis kararları uygulanmaktadır. Yani büyükşehir belediye encümenleri normal il belediye encümenleri ile aynı görev ve sorumlulukları paylaşmaktadır.

2.1.3.4.3. Büyükşehir Belediye Başkanı

5216 Sayılı Kanun'un 17. ve 18. maddelerinde büyükşehir belediye başkanının görev ve sorumlulukları açıkça belirtilmiştir. Buna göre büyükşehir belediye başkanlarının görevleri arasında şunlar vardır;

- Meclise ve encümene başkanlık etmek, alınan kararları uygulamak,
- Her türlü adli ve idari davalarda kurumu temsil etmek,
- Belediyeyi sevk ve idare etmek,
- Halkın refah düzeyini ve menfaatlerini korumak,
- Belediyeyi belirlenen stratejik plana göre yönetmek, bütçeyi hazırlamak, personellerin çalışma yeterliliklerini belirlemek ve kontrol etmek,
- Sözleşme yapmak ve şartlı- şartsız bağış kabul etmek,
- Nikâh kıymak ve nikah kıydırma yetkisi vermek,
- Sosyal yardımlar için oluşturulan bütçeyi kullanmak ve denetlemek,
- Bazı görev ve sorumluluklarını isteği dahilinde ilçe belediye başkanına devretmek,
- Belediye içinde personeli atamak, belediye ve belediyeye bağlı kuruluşları denetlemek

Büyükşehir belediye başkan vekili ise 5393 sayılı kanuna göre belirlenmektedir. Meclisin ilk toplantısında ilçe ve ilk kademe belediye başkanları haricinde meclis üyeleri arasından seçilmektedir.

2.1.4. Yerel Yönetimlerde Dijitalleşme Çalışmaları

Dünyada 1990'lı yıllardan itibaren yaşanan teknolojik gelişmelerin insan hayatına doğrudan etkisiyle birlikte yeni bir yaşam biçimini ortaya çıkmıştır. Özellikle internet kullanımının yayılması, büyük veri, bulut teknolojileri, yapay zekâ, robotik kodlamalar ve sanal gerçeklik gibi yenilikler gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar bu teknolojileri hızlı bir şekilde benimsemiş ve yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Birçok ticari firma faaliyetlerini bu mecralarda yürütmeye başlayarak kullanıcılarla doğrudan iletişim fırsatı yakalamıştır. Zamanla sanal mecraların bu denli etkin kullanımı kamu politikalarına yansımış, ülke ve şehir yönetimleri vatandaşlarına ulaşmak adına yerel ve kamu hizmetlerini internet ortamına taşımıştır (Karaca ve Öztürk, 2019: 529).

Teknolojik okur-yazarlığın artması ve internet bilincinin oluşmasıyla vatandaşların yerel yönetim birimleri ile ilgili işlemlerini, hizmet binasına gitmeden internet ortamında çözüme kavuşturmaları, yine aynı şekilde yerel yönetim hizmet ve çalışmalarını internetten takip etmeleri, yerel yönetimlerin daha şeffaf, katılımcı ve demokratik hale gelmesini sağlamıştır (Şahin, 2007: 165). Artık yerel yönetimler hizmetlerini sadece gerçek hayatta değil sanal ortamlarda da çeşitlendirmeye başlamıştır.

Günümüzde vatandaşlara en yakın yönetsel birimler olan yerel yönetimler, hiç durmadan değişen ve gelişen teknolojik yenilikleri takip etmekte ve kendi bünyesinde kullanmaktadır. Teknolojiyi aktif kullanan yerel yönetimlerin vatandaşlara yönelik yerel hizmet sunum kalitesinin artmasına, talep ve beklentilere anında geri dönüş sağlamasına büyük katkı sağlamıştır (Kaypak, 2009: 215). Dijital gelişmeler ve kamu politikalarının bir araya gelmesiyle merkezi yönetimde e-devlet, yerel yönetimlerde ise e- belediye kavramlarını ortaya çıkarmıştır.

İnsan hayatına adeta yeni bir yaşam biçimi getiren internet, yerel yönetimlerde birçok yeniliklere öncü olmuştur. Bu yeniliklerden birkaçını şöyle açıklayabiliriz (Henden ve Henden, 2005: 59):

- Yerel yönetimler, alınan kararları hızlı ve güncel şekilde vatandaşlara ulaştırmaktadır.
- E- Belediye uygulamalarında bulunan borç, vergi takibi gibi uygulamalar ve çevrimiçi ödeme kolaylıkları oluşturulmuştur.
- Vatandaşların, yerel yönetimlerin karar organı olan meclisin karar alma sürecine doğrudan katılabilme imkânı olmuştur.
- Yerel yönetimlerin açıklık, şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkelerine göre davranmalarını mecbur hale getirmiştir.
- Yerel yönetimlerin sorumlu olduğu geniş kitlelere doğrudan ulaşma fırsatı sunmuştur.
- Yerel yönetimlerin internet öncesi dönemde hizmetlerini duyurmada kullandığı gazete, dergi, broşür ve kitapçık gibi maddi olarak külfetli kâğıt giderlerinin azalması önemli etken olmuştur.
- Yerel yönetimlerde çalışan personellerin performans değerlendirmesinde kurumlara fayda sağlamıştır.
- Yerel yönetimler tarafından vatandaşlara e-posta, sms, sosyal medya gibi uygulamalarla doğrudan bilgilendirmeler yapabilme fırsatları oluşmuştur.
- E-Belediye sistemi oluşturularak vatandaşların hizmet binalarına gitmeden işlemlerini sanal ortamda çözme kolaylığı sağlamıştır.

Yerel yönetimlerde yaşanan bu teknolojik gelişmeler, vatandaşların devletle olan işlerinde geçmişten süre gelen bazı sıkıntıların önemli ölçüde azalması etkin rol oynamıştır. Bürokrasinin aşılarak sanal mecralardan doğrudan muhatap bulunması ve işlemlerin hızlanmasıyla bireylerin yerel yönetimlerle olan ilişkileri kuvvetlenmiştir (Babacanlı vd., 2013: 8).

2.1.4.1. E-Belediye Kavramı

Yerel yönetimler arasında kamu hizmetlerinin halka en yakın olduğu birimler belediyeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla halkın yoğun olarak karşılıklı

etkileşim içinde olduğu belediyeler tarafından vatandaşların istek, görüş ve şikayetlerine daha hızlı cevap vermek ve hizmet kalitelerini artırmak için internet ile teknoloji yeniliklerini kendi bünyesinde uygulamaktadır. E-belediye kavramı, belediyelerin görev ve hizmetlerini sanal mecralarda çevrimiçi şekilde vatandaşların bilgisine sunma olarak tanımlanmıştır (Ulusoy ve Çobanoğluları, 2013: 273).

Diğer bir tanıma göre e-belediye kavramının kökünü e-hizmet oluşturmaktadır. E-hizmet, belediye personelinin direkt müdahalesi olmadan vatandaşların, çeşitli hizmetleri web siteleri veya mobil uygulamalardan alması olarak gösterilebilir (Aktürk, 2013).

E-Belediyecilik, belediyelerin mal ve hizmetlerin sunumunda bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak vatandaşlara hizmet vermesidir (Alodalı vd., 2012: 88).

E-belediye kavramı temelinde yerel hizmetlerin internete taşınması olarak tanımlansa da içerik olarak bundan daha fazlası olarak görülmelidir. Bu kavramdaki “e” boyutu hizmetlerin sunumuna aracılık eden teknik bir araçtır. E-belediyecilikte kullanılan bilgi ve iletişim teknolojileri, belediyelerin vatandaşlara karşı şeffaf, etkin ve verimli hizmet sunmasını ifade etmektedir (Karakaya Polat, 2006, s.10).

Belediyelerin, görev ve sorumlulukları arasında kent yaşamını kolaylaştırmak, planlı ve programlı faaliyetlerde bulunmak gibi önemli bir amacı bulunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin insan hayatını yeniden biçimlendirmesiyle, vatandaşların belediyelerden beklentileri artmakta ve çeşitlenmektedir (Erdal, 2002, s.165).

Henden ve Henden’e (2005, s.16) göre; “E-belediye, belediyenin yaptığı tüm hizmetlerin kayıt altına alınmasından, aldığı tüm kararlarda, planlamalarda, kontrollerde, bu faaliyetlerin halkla paylaşılmasından ve kamu kuruluşları tarafından denetlenmesinde, internet teknolojileri kullanılarak yapılmasından sorumludur. Başka bir ifade ile klasik kamu yönetiminin mekâna hapsedilmiş hizmet tarzının, mekân dışına çıkarak 7 gün 24 saat istenilen bilgiye en kısa ve hızlı bir şekilde ulaşmayı sağlayan bir araçtır.”

E-belediye uygulamasıyla birlikte çağın gerekli kıldığı teknolojilerin kullanımı, klasik belediyecilik anlayışı yerini 7 gün 24 saat ulaşılabilen, sorunların hızla çözülebildiği ve birey odaklı bir belediyecilik anlayışına bırakmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri öncesinde yerel yönetim anlayışı ve e-belediye uygulamaları kapsamında şekillenen yeni yönetim anlayışı arasında ki farklar Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Klasik Yerel Yönetim ve E-belediye Anlayışı Karşılaştırması

Klasik Yerel Yönetim Anlayışı	E-belediye ile Yeni Yönetim Anlayışı
Bürokratik denetleme	Bireysel katılımcılık ve performans ölçümü
Yetkililere başvuru sürecinde zorluk yaşanması	Hızlı erişimin ve sürekli gelişimin temel ilkeleri olması
Yerel halkla ilgili kararların yönetim tarafından alınması	Yerel halkın yönetime katılmasını sağlayan yöntemlerin olması
Kurumlar arası ilişkilerde bürokratik işlemlerin uzun sürmesi	Kurumlar arası ilişkilerde entegrasyon ile etkinlik sağlanması
Vatandaş-yönetim ilişki	Hizmet veren-müşteri ilişki
Bürokratik işlerin uzun zaman alması	Hızlı ilerleyen elektronik süreç
İdari karar sürecinde anlaşmazlık	Kararların elektronik ortamda paylaşımı

Kaynak: H. Burçin Henden ve Rıfki Henden, “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4 Sayı 14, 2005, s. 90)

2.1.4.2. E-Belediye Hizmetleri

Türkiye’de e-belediyecilik olarak bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde bütünleşik yazılım teknolojileri ve dijital uygulamalar kullanılmaktadır. E-belediye hizmetleri ilk zamanlarda sadece tek yönlü bilgi verme amacı ile başlamış olsa da günümüzde birçok alanda vatandaşla karşılıklı etkileşim içine girmektedir.

Bu dijital uygulamalar başlıca “ E-devlet entegrasyonu, Elektronik Belge Yönetimi Sistemi (EBYS), e-dilekçe ve e-imza” şeklinde sayılabilir. Bunların yanı sıra “videokonferans, kiosk uygulamaları, mobil teknolojiler, webcasting ve intranet uygulamaları, çağrı merkezi telefon teknolojileri” (Karakaya Polat, 2006: 40-41) belediyelerin dijital olarak sunduğu basit hizmetler arasındadır.

E-Belediyeciliğin diğer sanal hizmetlerinden bazıları şunlardır (Çoruh, 2008: 154):

- Bir arsanın pafta, ada veya parsel-no bilgileri girilerek arsanın imar durumunun öğrenilmesi,

- İnşaat başvuruları için ruhsat çıkıp çıkmadığının öğrenilmesi,
- Emlak vergisi takibi ve ödeyebilme imkânı,
- Su borcunun olup olmadığının öğrenilmesi ve ödenebilme imkânı,
- İstek ve şikâyet başvurusu ve takibi,
- Yerel yönetimlerin tabii oldukları mevzuatlara ulaşabilme,
- Bilgi edinme dilekçe formu doldurma ve takibi,
- Çevre temizlik vergisi bildirimi ve ödeme imkânı,
- Ödemelerin takibi,
- İhaleler hakkında bilgi edinebilme,
- İşyeri açma ve çalışma ruhsatı başvurusu ve takibi,
- Nikâh başvuru hizmetleri,
- Belediye meclis kararlarına ulaşım,
- Hava durumu bilgisi,
- Nöbetçi eczane bilgileri,
- Belediye bütçe bilgileri ve gerçekleşme durumları,
- Arsa ve Bina Rayiç Değerleri, Aşınma Oranları,
- Başvuru hizmetleri,
- Projeler ve teknik ve finansal detayları

2.1.4.3. İnternet Sitesi (Belediye Web Sayfası)

Yerel yönetimlerde tanıtım ve e-belediyecilik hizmetinin verilmesinde kurumların resmi internet sayfaları başı çekmektedir. Bir nevi kurum kimliği olarak görülen internet sitelerini kullanışlı, sade ve anlaşılır şekilde işlevsel hale getirmek önemlidir. Burada amaçlanan asıl mesele teknoloji aracılığıyla hizmet vermekle birlikte verilen hizmetin verimliliği ve etkinliğini öne çıkarmak, demokratik katılımı tam manasıyla sağlamaktır. E-hizmet verilecek olan kurumda bu konuyla alakalı eğitimli personellerin olması, hizmetlerin aktarıldığı internet sitesinin amacına uygun bir şekilde çalışmasını sağlamaktadır.

Belediyelerin web sayfalarında yer alan bazı içerikler aşağıdaki gibidir (Çukurçayır, 2000: 219):

- Kent nüfusu, kentle ilgili görseller, kentle ilgili bilgiler,
- Belediye yönetim şeması, personel hakkında bilgiler ve bu kişilerin telefon numaraları,
- Belediye meclisi kararları,
- Sosyal aktivitelerin duyurulması,
- Belli günlerde yapılacak olan hizmetlerin tarihleri,
- Sportif faaliyetlerin duyurulması,
- Şehir içi ulaşım araçlarının güzergâh ve saatleri,
- Şehir içindeki diğer resmi ve özel dairelerin adresleri ve ulaşım yollarının duyurulması.

Yukarıda sıralı şekilde açıklanan içerikler, genellikle çoğu belediye internet sitesinde var olan bilgilerdir. Daha önce gitmediği bir şehir hakkında bilgi sahibi olmak isteyen bir kişi, belediye internet sitesinden mevcut şehirle ilgili bilgilere ulaşma imkânına sahiptir. Böylece internet siteleri bir nevi o şehrin çevrimiçi rehber görevini üstlenmiş durumdadır.

Belediyeye dair yığınla bilginin yer aldığı internet sitelerinin anlaşılır olması ve etkin kullanımı için aşağıdaki hususlar göz önünde bulundurulmalıdır (Wilcox 2006, :299):

- Sitenin amacı açıkça belirtilmelidir,
- Site oluşturulurken site düzenini yapan kişi tarafından dışarıdan bir izleyici gözüyle bakılmalı ve ona göre anlaşılır bir site düzeni oluşturulmalı,
- Materyaller site yer almalı ve güçlü grafikler içermeli,
- Site daima güncellenmelidir,
- Görsel grafiklerde aşırıya kaçmamalıdır. Yoğun ve karışık grafiklerin yüklenmesi zaman alır. Bu nedenle sitenin hızlı açılabilmesi için sade ve çok karmaşık olmayan grafikler tercih edilmelidir,
- Site interaktif yapılmalıdır,
- Kullanıcılar için sitede talep ve görüşlerini belirteceği iletişim kanallarının olması gerekmektedir,
- Renk kullanımı ve site ile uyumu iyi olmalıdır,

- Bilgi yerleştirme düzenli ve açık şekilde olmalıdır. Yazılar soldan sağa doğru okunduğu için görülmesi istenen önemli bilgiler sayfanın soluna yerleştirilmelidir,
- Kullanımı basit ve pratik olmalıdır. Sayfalar arası gidiş geliş ve geri dönüşler kolay ve hızlı olmalıdır.

Belediye ve kentle ilgili birçok bilgi sunan kurumsal web sitelerinde ağırlıklı olarak tanıtım bilgileri yer almaktadır. Bu özelliğiyle internet siteleri belediyeler için, dergi – broşür görünümü taşımakta ve kurumla ilgili tanıtıcı bir araç olarak kullanılmaktadır (Sayımer, 2006: 163)

2.1.4.4. Sosyal Medya Hesapları

İnternet, ilk ortaya çıktığı zamanlarda kullanıcılarına dar bir kullanım alanı sunmuştur. Web 1.0’da tek yönlü ve salt bilgi içeren internet web 2.0’ın gelişmesiyle birlikte kendi bünyesinde bambaşka bir yapıya dönüşmüştür. Sosyal ağlar, sanal cemaatler gibi yeni kavramların ortaya çıktığı bu süreçte kişilerin birbirleri ile iletişimi kolay ve hızlı bir hal almıştır. Bugün milyarlarca insan tarafından kullanılan sosyal medya uygulamaları web 2.0 dönüşümünün ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Güçdemir, 2012: 35).

İnsanların hızlı bir şekilde benimsediği ve sürekli takip ettiği sosyal medya uygulamaları şüphesiz devlet politikalarına yansımıştır. Ülke yönetimleri hizmetlerini duyurmak, vatandaşları bilgilendirmek, kamuda şeffaflığı sağlamak ve geri dönüş almak için sosyal medya uygulamalarını etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Böylece ülke yönetimi tarafından verilen hizmetlerin değerlendirilmesi, katkı sağlaması, yorum yapılabilmesi ve geri dönüş alınması devlet-vatandaş ilişkisini sürekli canlı tutmaktadır. Günümüzde sosyal medya araçlarında yapılan yorumlar, istekler ve gündem belirleme çalışmaları, ülke yönetimleri tarafından dikkatle takip edilmektedir (Telli,2012: 113).

Ülke yönetimlerinin sosyal medya uygulamaları ile ilgili politika ve düzenlemelerinin çıkardığı bir ortamda halka en yakın yerel yönetim birimi olan belediyelerin, sosyal medya uygulamalarını kullanması elzem hale gelmiştir. Sosyal medya uygulamaları bir nevi vatandaş ve belediye arasında köprü görevi üstlenmektedir. Sanal mecralarda gerçekleşen bu etkileşimler belediye ve vatandaş

arasında karşılıklı diyalogun gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır (Şengöz ve Eroğlu, 2017: 504-505).

Sosyal medya uygulamaları, çoğu insanının zamanın önemli bir kısmını geçirdiği mecralar olması nedeniyle özel sektör ve kamu işletmeleri için yeni bir reklam, tanıtım ve karşılıklı iletişim seçeneği haline gelmiştir. Geleneksel medya araçlarından daha fazla kişiye ulaşma fırsatı sunan ve bunu oldukça düşük maliyetlerle gerçekleştiren bu uygulamalar zamanla en çok tercih edilen alanlar arasına girmiştir. Belediyeler, halkla ilişkiler kapsamında hedef kitleye ulaşma, tanıma ve tanıtma faaliyetlerini daha verimli hale getirmek için sosyal medya uygulamalarına önem vermiştir (Kaygısız ve Sarı, 2009: 309).

Geçmişten süre gelen belediye ve vatandaş arasındaki önemli sorunlardan biri olan “bürokrasi engeli” sosyal medya araçları ile birlikte engelsiz, ulaşımı kolay bir hal almıştır. Bu süreçte değişen bir başka mesele ise kamu hizmet sunumunu verildiği kadarı ile alan ve bununla yetinen vatandaşlar arasında olmuştur. Önceden yapılan kamu hizmetleri karşısında fikir veya talepte bulunmak uzun uzadıya bir konuyken şuan sosyal medya araçları vasıtasıyla hizmetin düzeyini, kalitesini sorgulayan, talep eden, hesap soran aktif bir vatandaş konumuna gelmiştir.

2.1.4.5. SMS Uygulamaları

Bilgi ve iletişim teknolojilerine bağlı olarak gelişen, halkla ilişkiler bakımından önem arz eden ve günümüzde belediyeler tarafından yoğun olarak kullanılan e-belediye uygulamalarından biri de kısa mesaj servisi (SMS)’dir. 1991 yılında ilk olarak Avrupa’da kullanılmaya başlanılan ve dünyada cep telefonu kullanımının yayılmasıyla daha da popülerlik kazanan SMS uygulaması, kolay bir iletişim ve bilgi aktarma ortamı sağlamıştır (Lai 2004: 353-354)

SMS teknolojisi ile birlikte bireysel aboneler arasında kutlama mesajları, ağ hizmeti veren şirketler tarafından haber ve bilgilendirme, mobil bankacılıkla ilgili işlemler, ticari reklamlar, kamu bilgilendirmeleri gibi geniş bir iletişim ağı söz konusudur (Guthery ve Cronin 2002: 2)

Belediye, yerine getirmekle sorumlu olduğu hizmet ve faaliyetlerini kamuoyu ile paylaşma noktasında SMS uygulamasını kullanmaktadır. Öyle ki kullanışlı ve düşük

maliyetli olan SMS uygulaması belediye – vatandaş iletişimde köprü görevi üstlenmektedir. Halkı bilgilendirmek için ilgili hedef kitleye toplu mesajlar gönderen ve mobil işlemlerin yapılması hususunda SMS uygulaması e-belediye uygulamalarında önemli yere sahiptir.

Belediyeler bilgilendirme amaçlı SMS kullanımıyla; altyapı hizmetleri, yol ve hava durumu, vergi ve fatura yapılandırma, resmi tören ve kutlamalar, kültürel etkinlikler ve belediye başkanının faaliyetleri gibi konularda vatandaşlara toplu kısa mesaj göndermektedir.

2.1.4.6. Dijital Billboardlar

“En basit kelime anlamıyla ‘reklam’, dikkati bir şeye çekmek veya birisini bir şeyden haberdar etmektir. Çok sayıda insana ulaşmak istenilirse kamu duyuruları aracılığıyla reklam yapmaya ihtiyaç duyulmaktadır” (Taşkiran, 2010: 3). Çağımızda yoğun olarak kullanılan reklam araçlarının onlarca farklı türleri vardır. Teknolojinin gelişmesiyle reklam sektörü de önemli ölçüde değişmiş ve gelişmiştir. Özellikle insanların vaktinin önemli bir kısmını dış ortamlarda geçirmesinden dolayı açık hava reklamcılığı, son yıllarda iyice yaygınlık göstermiştir (Yavuz, 2009: 163).

Sabit reklam araçları ile ürün tanıtımlarının yapılmasına olanak tanıyan birçok mecra karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada açık hava reklamcılığı sektörde önemli bir yer tutmaktadır. Hedef kitlesi geniş olan açık hava reklamları hemen herkesin ilgisini çekmektedir. Açık hava reklamları, afiş, billboardlar, megaboardlar, bina kaplama, otobüs durakları, stadyumlar, led ekranlar ve duvarlar gibi dışarıda yürürken herkesin kolayca fark edebileceği noktalarda kullanılmaktadır. Şehir yaşamına uygun bir biçimde oluşturulan reklam alanlarıyla verilmek istenen ileti, 7 gün 24 saat boyunca hedef kitleye ulaştırılabilme imkânına sahiptir (Digitalage, 2019).

Günümüzde artık ekranların olmadığı bir hayat sürdürmek zordur. Televizyon, bilgisayar, akıllı telefon, tabletler ve akıllı saatler gibi, yaşamın her noktasında yer alan bu teknoloji artık kaçınılmaz bir hal almıştır. Teknolojinin gelişimi, her geçen gün insanların yaşam ve çalışma şekillerini değiştirmeye devam etmektedir. Öyle ki dijital tabanlı ekranlar, insanların temel iletişim şekillerini oluşturan araçlara dönüşmüştür.

Dijital medya ürünlerinin getirdiği yeniliklerden birisi de sabit reklam ve duyuru aracı olarak kullanılan billboardların, dijital billboardlara dönüşmesi olmuştur. Elektronik ekranlar, açık hava reklamcılığına yeni fırsatlar ve avantajlar getirmiştir. Sadece yazı ve bazı görsellerin yer aldığı sabit geleneksel reklamlar yerine, ses, video, animasyon gibi çoklu medya ortamlarının sunulduğu dijital billboardlar ortaya çıkmıştır (Bauer, Dohmen, & Strauss, 2011: 137).

Dijital billboardlar, içeriğinin sürekli güncellenebildiği, değiştirilebildiği, zaman ayarlı ve ilgi çekici reklam alanları haline evrilmiştir. Bu özellikleriyle dijital billboardlar belediyeler tarafından da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Belediyenin halka duyurulmak üzere, belediye hizmetleri, yatırım tanıtımları, spor ve kültür etkinlikleri, vergi yapılandırılmaları gibi vatandaşları doğrudan ilgilendiren birçok hususu bu ekranlardan aktarma fırsatına sahiptir.

2.1.4.7. Wifi Alanları

Çağımızın en önemli buluşundan biri olan internet, ağlarla bütün dünyayı saran ve hemen herkes tarafından kullanılan bir teknoloji olmuştur. İnsanların sahip olduğu akıllı telefon, tablet, dizüstü bilgisayarlar, internet ile bütünleşerek farklı bir anlam kazanmış ve kullanım oranlarını katlamıştır. Zamanla internetin zaman ve mekan fark etmeksizin kullanılma isteği, kablosuz internet ihtiyacını yaygınlaştırmıştır.

Kablosuz internet sağlayıcıları arasında, GSM operatörleri ve Wi-Fi (Wireless Fidelity – Kablosuz bağlantı) bulunmaktadır. Son zamanlarda teknolojiye paralel olarak gelişen kablosuz ağlar, mobil teknolojiler, cihazlar ve uygulamalar her geçen gün daha fazla yaygınlaşmaktadır. Wi-Fi ağı, yaşamın önemli bir parçası haline gelerek, kısa zamanda iç mekânlardan dış mekânlara doğru yayılmaya başlamış, şahsi kullanımdan çıkıp kamusal kullanıma açık hale gelmiştir.

Belediyeler, insanların günlük yaşamına fayda sağlama, ihtiyaçların giderilmesi, sosyal yaşamı canlandırma gibi önemli sorumluluklara sahiptir. Dijital teknolojilerin gelişmesi ve insanlar tarafından yoğun bir şekilde kullanılması, belediyelerin hizmet politikalarını bu ortamlara taşımasına neden olmuştur. Dijital olarak birçok hizmet veren belediyeler, bu teknolojileri hem kurumun hem de vatandaşların yararına olacak şekilde geliştirmektedir.

Günümüzde birçok belediye kamuya açık park ve bahçelerde, üniversite yerleşkelerinde, otobüs terminallerinde, havaalanlarında ve vatandaşlar tarafından şehir merkezinde yoğun olarak kullanılan bölgelerde ücretsiz Wi-Fi alanları oluşturmuştur. Kullanıcılar, altyapısı belediyeler tarafından oluşturulan Wi-Fi ağlarına bağlanmakta ve ihtiyaçlarına göre kullanmaktadır.

2.1.4.8. Kiosk Uygulamaları

Günümüzde bilgi verme, yönlendirme, sipariş alma gibi farklı özellikleri olan ve nüfusun yoğun olarak bulunduğu yerlere konumlandırılan kiosk, Avrupa dillerine Türkçe ‘köşk’ kelimesinden geçmiştir (Vikipedi, 2022).

Özel şirketler ve kamu kurumları tarafından da kullanılan kiosklar, e-belediye hizmetleri açısından önemli bir görev üstlenmektedir. Dijital tabanlı ekranlarda şehrin tarihi, turistik yerler, oteller, restoranlar, duraklar gibi şehre dair önemli bilgiler yer almaktadır. Böylece bir nevi sanal rehber görevi gören kiosklar sayesinde birden çok dil seçeneği ile mevcut şehir hakkında genel bir bilgi edinme imkanı sunulmuştur.

Kioskların kurulum amacı farklılık gösterse de asıl amaç iş yükünü azaltarak zamandan tasarruf sağlamak ve işlemleri hızlandırmaktır. Yine aynı şekilde özel şirketler veya kamu kurumları tarafından kullanılan bu teknoloji sayesinde borç ve fatura ödeme gibi işlemler içinde kullanılmaktadır.

2.1.4.9. Kent Bilgi Sistemi

1950 yıllarından itibaren başlayan köyden kente göç hareketleri, yerel yönetimlerin görev, yetki ve sorumluluklarının gelişmesi ve genişlemesini mecbur kılmıştır. Öyle ki bu durum karşısında yoğun göç alan kentlerde düzenli olarak belediye kanunları ve düzenlemeleri çıkarılmıştır. Nüfusun ve yerleşimin arttığı kentlerde mevcut üstyapı, altyapı, imar, yönetim, planlama, mühendislik gibi birçok alanda veri birikimi hızla artmış ve karmaşık bir hal almıştır. Bu bilgilerin ayıklanıp, sınıflandırıp ve düzenli şekilde bilgisayar ortamında kullanılmasına Kent Bilgi Sistemi tanımlaması yapılmıştır. (Yomralıoğlu, 2000: 440).

Diğer bir tanıma göre Kent Bilgi Sistemi, şahısların veya kurumların, kent ve kentliye ait belirli amaç ve ihtiyaçlara göre toplanmış bilgilerin belli bir sisteme göre düzenlenmiş şekilde erişebildiği ve bilgi aldığı sistem demektir(Alkan, 1995).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, yerel yönetimlere bu konularla ilgili oldukça kolaylıklar sağlamıştır. Kente dair her şeyin yer aldığı bilgiler bir araya getirilmekte ve bilgisayar ortamında depolanabilmektedir. Yine aynı şekilde depolanan bilgilerin takibi, güncellenmesi, organizasyonu bilgisayarlar üzerinden hızlı ve kolay şekilde yapılmaktadır.

Kent Bilgi Sistemi, e- belediyeçilik hizmetine dahil edilmesiyle birlikte vatandaşlar, belediye ile ilgili işleri internet üzerinden yapma, planlı projeler hakkında görüş bildirme, doğrudan öneri ve şikayette bulunabilmektedir.

2.1.4.10. Çağrı Merkezi ve Telefon Teknolojileri

Çağrı merkezleri iletişim araçlarını kullanarak müşteri/vatandaşla kurum arasında çift taraflı etkileşimin sağlandığı alınan mal ve hizmetlerle ilgili her türlü talep, şikâyet, bilgi istemi gibi ihtiyaç duyulan hizmetleri sunan altyapılardır (Demirel, 2006: 157).

Çağrı merkezleri, görsel ve işitsel teknolojilerin birleşmesinden oluşmaktadır. Canlı veya kayıtlı sesli yanıt teknolojisine sahip olan çağrı merkezleri, 7 gün / 24 saat esasına göre çalışmaktadır(Robinson ve Morley, 2006: 284). İletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak yenilenen çağrı merkezleri telefon, mobil, internet gibi iletişim kanallarıyla muhatapların istek ve şikâyetlerini değerlendirmektedir. Bu yönüyle halkla ilişkiler açısından önem arz eden bu uygulama özel şirketler ve kamu tarafından kullanılmaktadır (Sarıyer, 2007: 475).

1970’li yılların başlarında hizmet vermeye başlayan çağrı merkezleri, günümüzde kurumsal firmaların ve kamu kurumlarının önemli bir birimi haline gelmiştir. İlk kullanılmaya başlandığı zamanlarda müşteri / vatandaşların istek ve şikâyetlerine cevap verme ilkesine dayanan sistem günümüzde pazarlama, anket, tahsilat ve tanıtım gibi birçok uygulama yapmaktadır(Kohen, 2022).

Çağrı merkezlerinin kamu kurumlarında 2000’li yılların başında e-belediye uygulamalarına geçişle birlikte başlamış ve vatandaşların sorunlarına daha özenli

yaklaşım ve memnuniyetin öne çıkması hedeflenmiştir. Vatandaşların belediye hizmetlerini tek kanaldan alabilmesini sağlayan e-belediye uygulamaları, yerel yönetimlerde hızlilik ve kaliteli hizmet anlayışına hakim olmuştur.

2.1.4.11. Video Konferans

Video konferans sistemi iki veya daha fazla noktada bulunan insanların, iletişim teknolojilerini kullanarak sesli ve görüntülü haberleşme yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Video konferans sistemi özellikle dünyayı etkisi altına alan pandemi dönemi boyunca etkin bir şekilde kullanılmış ve insanlara büyük kolaylık sağlamıştır.

Video konferans sistemi ile insanlar sanal mecralarda bir araya gelerek yüz yüze görüşmek yerine, kişilerin mevcut konumlarıyla diğer kullanıcıların konumları fark etmeksizin bir araya gelerek toplantı, eğitim, konferans yapma imkânı yakalamıştır.

Belediyeler çağın yeniliklerine uyum sağlamak ve kaliteli hizmet sunmak gayreti ile video konferans sistemini etkin şekilde kullanmaya başlamıştır. Özellikle meclis toplantılarını video konferans sistemiyle sosyal paylaşım ağlarında canlı olarak paylaşmaktadır. Bu uygulama bir nevi vatandaşların demokrasiye katılımını ve etkinliğini artırmayı amaçlamaktadır.

Webcasting uygulaması ise belediyeler tarafından daha önceden hazırlanan videoların ve ses kayıtlarının sosyal paylaşım ağları, televizyon, radyo gibi ortamlarda paylaşılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Belediyeyle ilgili başkanın mesajı, yatırım tanıtımları, kültürel etkinlikler, organizasyonlar, bitmiş meclis toplantıları gibi konularla ilgili hazırlanan ses ve videolar, vatandaşların istediği zaman izleyebilmesi için kayıtlı tutulmaktadır (Yılmaz, 2013: 54).

2.1.5. E-Devlet Uygulaması

1975’li yıllardan sonra özellikle iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler, kamu idaresini de doğrudan etkilemiştir. Özellikle bilgisayar teknolojisinin gelişmesi kamuda birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Bilgisayarlar sayesinde kurulan bağlantılarla iletişim sınırsız bir hal almış ve küresel bir ağ yapısı ortaya çıkmıştır. Bu yaşanan değişim sadece bireylerin sosyal hayatlarında değil aynı zamanda kamu ve özel sektöre de yansımıştır (Oğurlu, 2010: 5).

E-devlet kavramının tanımı, günümüzde hızlı bir şekilde değişen ve yenilenen teknolojilerle birlikte dönüşmekte ve gelişmektedir. Literatür içinde Dijital Devlet, Elektronik Devlet gibi tanımlamalar var olsa da e-devlet kavramı geniş bir anlam yelpazesi içermektedir. E-Devlet'i anlamak ve açıklamak adına birçok tanımlama yapılmıştır.

Teknolojik gelişmeleri, devletin kendi bünyesinde uygulaması sonucu ortaya çıkan e-devlet kavramı, devlet işlerinin yerine getirilme şeklinde işlevsellik olarak bir farklılık ifade etmemektedir. Devlet işlerinin yerine getirilmesinde kullanılan araçlar ve teknik farklılığı belirtmek için kullanılmaktadır (Baştan ve Gökbnar, 2004: 73).

En yalın haliyle e-devlet elektronik devletin kısaltılmış hali olarak kullanılmaktadır. Bu yönüyle e-devleti” kamu hizmetlerinin hazırlanmasında ve vatandaşlara sunulmasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması” olarak ifade edilmektedir (Balcı, 2013: 320).

Diğer bir tanıma göre e-devlet; zaman, işgücü ve maddi tasarruf amacı güder, devlet, vatandaş, özel sektör ve bürokrasi arasında internet ağlarıyla bağlantılı bir yapıdır (Erdem, 2014: 734).

Layne ve Lee (2001: 123) e-devletin tanımını, dijital tabanlı internet teknolojileri devlet ve vatandaş arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi; kamu hizmetlerinin tüm vatandaşlara daha hızlı, ucuz ve kapsayıcı bir duruma getirilmesi potansiyeli ile açıklandığını ifade etmişlerdir.

Palvia ve Sharma ise (2007: 2) e-devlet tanımlamalarında farklı açıklamalar olduğunu belirtmiş fakat bu konuda ortak bir görüş bulunduğunu ifade etmişlerdir. E-devlet, halkın zaman kısıtlaması olmadan kamu otoriteleri ile etkileşim halinde olmalarına ve hizmet almalarına olanak tanımakta; vatandaş/özel sektör/diğer devlet kurumlarına sunulan kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi için öncelikli internet olmak üzere, bilgi teknolojilerinin kullanılmasını içermektedir.

Bilgi çağı olarak nitelendirilen günümüzde büyük devlet devletler her alanda söz sahibi olmak ve kendilerini yenilemek adına kamu hizmetlerini elektronik ortamlara taşımıştır.

E-devlet uygulamalarının etkileşim halinde bulunduğu birçok farklı payda vardır. Genel görüş vatandaşların yoğun kullanımı olduğunu gösterse de e-devletin etkileşim kurduğu bir diğer grup mevcut ülke içinde faaliyet gösteren özel sektör şirketleridir. Kamu kurumları ve o kurumlarda çalışan memurlarda e-devletin etkileşim halinde bulunduğu bir diğer grup olarak karşımıza çıkmaktadır (Çeliksoy, 2020: 719).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL YÖNETİMLERİN DİJİTAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI: ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1. ERZURUM HAKKINDA

Erzurum, Fırat Nehri'nin güneydoğusunda Palandöken Dağları'nın Kuzey eteklerinde yer almaktadır (T.C Kültür Ve Turizm Bakanlığı). Doğu Anadolu'nun en büyük kenti olarak bilinen Erzurum'un MÖ 4900 yıllarında kurulduğu tahmin edilmektedir. Osmanlılar 1514 yılında Erzurum iline hakim olmuştur. 1923 yılına kadar da bu topraklarda hüküm sürmüştür. (Erzurum Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 2020-2024). Yapılan araştırmalar göstermektedir ki bölgeler arası geçişi sağlayan bir merkez olması, su kaynaklarının ve tahıl üretimi için müsait ovalarının olması Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinin burada kurulduğu bir kültür merkezi olmasına neden olmuştur. Bölgedeki en eski yerleşim merkezi ise Erzurum Ovasının Kuzeybatısında yer alan Karaz'dır. Günümüz de de bu bölgede Kahramanlar köyü bulunmaktadır. Bu köy Aziziye ilçesine bağlıdır.

Erzurum ilinin bilinen ilk adı "Theodosios"tur. Araplar döneminde de şehire "Kalikala" adını vermişlerdir. Bugün ki Erzurum adına ise Selçukluların Erzen'i fethetmesi üzerine halkın Theodosiopolis'e göç etmeleri sonucunda bu şehire Erzen, Anadolu'ya ait olduğunu belirtmek içinde Rum kelimesi ilave edilerek "Erzenü'r-Rum" ismini meydana getirmişlerdir. Daha sonrasında bu isim "Arzanu'r-Rum", "Arzırum" gibi değişikliklere uğrayarak son olarak "Erzurum" ismini almıştır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Erzurum nüfusu 2019 yılının verilerine göre 767.848'dir. Nüfusun 383.435' ini erkek nüfusu oluştururken, 384.413 'ünü kadın nüfusu oluşturmaktadır. İklim olarak yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve karlıdır. İklimin sert oluşu tarım ve hayvancılık ürünlerini sınırlamıştır. Soğuğa dayanıklı meyve ve sebzeler yetiştirilmektedir. Sanayi iklim şartlarından dolayı çok gelişmemekle birlikte Erzurum ekonomisi hayvancılık ile kalkındırılmaktadır. Bölgede Jeolojik yapısından dolayı birçok kaplıca bulunmaktadır (Erzurum Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 17, 2020-2024).

3.1.1. Erzurum Büyükşehir Belediyesi

Erzurum'da Belediye Başkanlığı, 1876 yılında 2. Abdülhamit Han tarafından kurulmuştur. İlk Belediye Başkanı da Resul Paşadır. Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte Erzurum Belediyesi Türkiye'de ki ilk belediyelerden birisi olmuştur. Cumhuriyet dönemindeki Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin ilk başkanı da Korucuklu Nafiz Dumlu Bey olup daha sonrasında sırasıyla, Seyfullah Topdağı, Surak Sakarya, Salim Altuğ, Şefket Arı, Lütfü Yalım, Samih Korukçu, Edip Somunoğlu, Hilmi Nalbantoğlu, Selahattin Ozan, Orhan Şerifsoy, Nihat Kitapçı, Necati Güllülü, Mehmet Ali Ünal, Prof. Dr. Ersan Gemalmaz, Mahmut Uykusuz, Av. Ahmet Küçükler göreve gelmiştir. 2014 yılının Mart ayına gelindiğinde Mahalli İdari seçimlerinde Sayın Mehmet Sekmen Büyükşehir Belediyesi Başkanlığına seçilmiştir (Erzurum Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 36, 2020-2024).

Tarihsel süreçte Erzurum Büyükşehir Belediyesi kuramsal anlamda değişimler yaşamıştır. "Erzurum'un Büyükşehir statüsü kazanması 1993 tarihli 21693 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmasıyla 504 sayılı yedi ilde Büyükşehir kurulması hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanmıştır. Bu tarihten itibaren 3030 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu kapsamında Yenişehir, Yakutiye, Kazım Karabekir ve Dadaşkent, Alt Kademe Belediyeleri kurulmuştur" (T.C. Resmi Gazete, 1993). "2008 yılında 26824 mükerrer sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5747 sayılı Kanunun 1. Maddesi 13 ve 14. bendleri ile 2. Maddesinin 5. Bendinde yer alan hükümler doğrultusunda ise Erzurum Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde yer alan ilk kademe belediyeler kapatılarak Palandöken, Yakutiye ve Aziziye Merkez İlçe Belediyeleri 6360 sayılı Kanunla il özel idareleri kapatılmış olup Büyükşehir Belediyesinin mücavir alanı İl sınırı olarak belirlenmiştir" (T.C. Resmi Gazete, 2008).

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Dünya nüfusunun yarısından fazlası, bilgi ve iletişim teknolojilerini gündelik hayatın önemli bir bölümünde yoğun olarak kullanmaktadır. Ülkemiz internet ve teknoloji kullanımı açısından gelişmiş ülkeler arasında yer almaktadır. Merkez ve yerel yönetim idareleri bu gelişmelere bağlı olarak belirli yasa ve düzenlemelerle e-devlet ve e-belediye uygulamalarını yaygınlaştırmayı amaçlamış hem kamu hem de vatandaşlar

için önemli kolaylıklar sağlamayı hedeflemiştir. Geçmişte klasikleşen belediye imajı bugün farklı bir görünüm çizmektedir. Borç ödeme, imar sorgulama, nikâh işlemleri gibi hizmetlerin alınması için fiziki olarak belediye binasına gitmek gerekiyordu. Ancak günümüzde sunulan e-belediye uygulamaları ile belediye hizmet binasına adım atmadan birçok hizmet almak mümkündür. Ayrıca alınan bu hizmetler kolay, güvenli, hızlı bir şekilde gerçekleştirilmekte belediye ve vatandaş ilişkilerinde önemli katkılar sunmaktadır.

Araştırmanın özü ve amacı, belediyelerin dijital medya araçlarını kullanarak, yurttaşlara hızlı, kolay, güvenilir ve demokratik anlamda hangi hizmetleri sunduğu ve sunulan hizmetlerin belediye – vatandaş ilişkilerine nasıl faydalar sağladığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin faaliyetleri daha önce farklı tez konularına dahil edilmiştir ancak belediyenin, dijital medya araçlarını kullanım şekli ilk defa tarafımda incelenmiştir. Ayrıca yerel yönetimlerde dijital medya araçlarının kullanımı ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar internet sitesi, e-belediye uygulamaları gibi alanlarda yoğunlaşmış ve bütün olarak incelenmemiştir. Tez çalışmamda Erzurum Büyükşehir Belediyesinin kullandığı dijital medya araçları ve e-belediye uygulamaları bir bütün olarak ele alınmıştır. Araştırmanın sonucuna göre fayda sağlayacağı en önemli konu, vatandaş – belediye ilişkilerinin dijital araçlar üzerinden nasıl sağlandığını belirlemek olmuştur.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Doğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan ve halka en yakın birim olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin kullandığı dijital medya araçları, içerik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Yerel Yönetimlerin Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme adlı araştırma için sosyal bilimlerde nicel araştırmalarda kullanılan içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Columbia gazetecilik okulunda yapılan çalışmalar neticesinde ortaya çıkmış olan içerik analizi kavramı “nicel ve nesnel, sistematik yöntem” olarak ifade edilmektedir. İçerik analizi yöntemi çözümlene odaklı bir çalışma türü olarak tanımlanmaktadır (Koçak ve Arun, 2013 : 22).

Tezin birinci bölümünde dijital medya araçlarının kurumsal uygulamaları, bilgi iletişim teknolojilerinin ortaya çıkış ve gelişim süreçleri ele alınmıştır. Tezin ikinci bölümünde ise yerel yönetim kavramı açıklanmış, günümüzde yerel yönetimler tarafından kullanılan dijital medya araçları tespit edilmiştir. Tezin son bölümünde ise Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlara hizmet olarak sunduğu e-belediye uygulamalarının yanı sıra kurumun tanıtım, duyuru, reklam ve bilgilendirme için kullandığı dijital medya araçları incelenmiştir. Bu kapsamda Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin internet sitesinde yer alan E-Devlet Bağlantısı, E- Ödeme Hizmeti, Online Evrak Takip Sistemi, Online Randevu, Nöbetçi Eczane Bilgileri, E-İmar Hizmeti, Nikah Başvurusu, E-Dilekçe, Kent Bilgi Sistemi, Mezarlık Bilgi Sistemi, Hava Durumu ve Hava Kalite Bilgisi, E-Kütüphane, Şehir Kameraları, 360° Sanal Tur gibi e-belediye uygulamaları konu kapsamı içine dahil edilmiş ayrıca belediyenin vatandaşları bilgilendirme, tanıtım ve duyurular için kullanmış olduğu EBB Sosyal Medya Hesapları, Erzurum Web Tv, Ücretsiz Kablosuz İnternet Hizmeti, Belediye Çağrı Merkezi, Sms Uygulaması, Dijital Billboard, Tanıtım Videoları ve Mobil Uygulaması araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

İlk olarak belediyenin resmi internet sitesinin çözümlenmesi için biçimsel veri analizi kullanılmış, sitenin genel görünümü ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. İnternet sitesinde faaliyet gösteren e-belediye uygulamaları aktiflik durumlarına göre tablo halinde sunulmuştur. Tabloda yer alan e-belediye hizmetleri başlıklar halinde konusuna göre sınıflandırılarak işlevine göre açıklanmıştır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi ve Belediye Başkanı Mehmet Sekmen'in yoğun olarak kullandığı sosyal medya hesapları iki bölüme ayrılmış, kuruluş tarihi, takipçi sayıları, kullanıcı isimleri belirtilmiştir. Belediye ve başkanın sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenerek, gönderilerin içeriği hakkında yorumlar yapılmıştır. Belediyenin halkla ilişkiler kapsamında kullandığı diğer dijital medya araçlarının işlevleri ve kullanım şekilleri açıklanmıştır. Sonuç bölümünde 23 parametrede incelenen dijital medya araçlarının, belediye – vatandaş ilişkilerine sağladığı karşılıklı faydalar, eksiklikler ve çözüm önerileri sunulmuştur.

3.4. ARAŞTIRMANIN SORULARI

- a) Araştırma Sorusu: Erzurum Büyükşehir Belediyesi, vatandaşları bilgilendirme ve tanıtım noktasında hangi dijital medya araçlarını kullanmaktadır?

Araştırmanın Alt Soruları:

1. EBB'nin dijital medya araçlarını kullanabilecek teknik birimi var mı?
2. Belediye tarafından kullanılan dijital medya araçları aktif ve çalışır durumda mı?
3. Belediyenin hizmete sunduğu e-uygulamalar teknolojinin gerekliliklerine uygun şekilde güncel midir?

- b) Araştırma Sorusu: Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin kullandığı dijital medya araçları belediye – vatandaşlar ilişkilerini ne yönde etkilemiştir?

Araştırmanın Alt Soruları:

1. Belediye tarafından kullanılan dijital araçların vatandaşlara sağladığı kolaylıklar nelerdir?
2. Vatandaşlar, belediye işlemlerinin hangilerini e-uygulamalar üzerinden yapabilmektedir?
3. Vatandaşlar, kentle ilgili istek ve şikâyetleri için belediyeye dijital kanallar üzerinden ulaşabilir mi?

- c) Araştırma Sorusu: Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin kullandığı iletişim araçlarından hangileri daha fazla ilgi görmektedir?

Araştırmanın Alt Soruları:

1. Vatandaşlar, belediye hizmetlerini hangi dijital ortamda takip etmektedir?
2. Belediyeye, hemen her kesimden vatandaşların kullanabildiği dijital iletişim araçlarıyla ulaşılabilir mi?
3. Vatandaşların yoğun olarak kullandığı ve iletişimde tercih ettiği ortamlar için belediye tarafından geliştirme yapılıyor mu?

3.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Sürekli yenilenen ve gelişen dijital teknolojiler toplumsal ilişki yapısından, ülke yönetimine ve hatta uluslararası ilişkilere kadar pek çok alanı etkilemektedir. İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte kullanımı artan dijital tabanlı işlemler, gündelik işlere harcanan zamanı oldukça azaltmış ve pratik hale getirmiştir. Devletler ve yerel yönetimler, kamu hizmetlerini toplumların yoğun ilgi gösterdiği bu mecralara taşımıştır. Tüm devletlerde olduğu gibi Türkiye’de E-Devlet, sosyal medya uygulamaları, kısa mesaj, e-posta gibi dijital tabanlı kamu bilgilendirme uygulamalarını hayata geçirmiş ve vatandaşlarının hizmetine sunmuştur. Yerel yönetim tarafında belediyeler hizmetlerini aktarmak, bilgilendirmeler, yönlendirmeler gibi kamu hizmetlerini dijital teknolojiler tarafından yapmaktadır. Araştırmanın sadece Erzurum Büyükşehir Belediyesi’ni kapsamasının nedeni zaman sınırının olması ve dünyadaki bütün yerel yönetim birimlerini incelemenin mümkün olmadığından dolayıdır. Araştırma kapsamını, tez çalışmasının başladığı 10 Şubat 2022 ve 5 Temmuz 2022 tarihleri arasında Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin kullandığı güncel dijital medya araçları oluşturmaktadır.

Araştırma: Doğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan şehir merkezi ile birlikte 20 ilçe, 14 belde ve 967 mahallede yaklaşık 800 bin nüfusa doğrudan hizmet veren Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin kamuyu bilgilendirme aracı olarak kullandığı dijital araçları, belediyenin bu teknolojileri kullanım yoğunluğu, ulaşılan vatandaş sayısı ve nitelikleri gibi bilgilerin tespiti amaçlanmıştır. Çalışmada Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin dijital tabanlı olarak faaliyet gösterdiği e-belediye hizmetleri, internet sitesi, sosyal medya hesapları, kısa mesaj (sms), dijital billboardlar, ücretsiz Wi-Fi alanları, kiosk uygulamaları, şehir bilgi sistemi, Erzurum Web TV, çağrı merkezi ve belediyenin e-devlet bağlantılı uygulamaları incelenmiştir.

3.6. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Araştırmada veri toplama tekniği olarak kitaplar, makaleler, tezler, dergiler incelenerek çalışmaya katkı sağlayacak verilere ulaşılmıştır. Çalışma analizinde veri toplamak için Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin kullandığı dijital medya araçlarının içerik analizleri yapılmıştır. İçerik analiz yöntemiyle sadece dijital araçların tespit edilmesi değil var olan dijital araçların kullanımının getirdiği yeniliklere ulaşmaya

çalışılmıştır. Çalışmanın başlangıcı Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin e-belediyecilik uygulamalarına geçişinden günümüze kadar olan kısmı kapsamaktadır. Belediyeye ait incelenen dijital medya araçlarına ait bilgi, belge, görsel ve dokümanlar tarafımda araştırmada kullanılmak üzere arşivlenmiştir.

Çalışmanın güvenilirliği ve doğru sonuca ulaşabilmesi adına belediye birimlerinde yetkili kişilerle, araştırma konusu ile ilgili görüşmeler yapılmıştır. Çalışmaların başladığı tarihler, projeler ve kaynak noktasında yetkililerin yönlendirmelerine başvurulmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerini içine alan dijital medya kavramı veri toplama kaynağını ikiye bölmüştür. Belediyede dijital medya araçlarının bir bölümü Bilgi İşlem Daire Başkanlığı bünyesinde sürdürülürken diğer bir bölümü de Basın Yayın Halkla İlişkiler bünyesi altında çalışmalarına devam etmektedir. Dolayısıyla toplanan veriler iki birimin teyitleştiği ve birbirini tamamlamasıyla oluşturulan güncel bilgilerden oluşmaktadır.

3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin kullandığı dijital medya araçlarına ait içerik analiz yöntemi ile elde edilen bilgiler ve yorumlara yer verilmektedir.

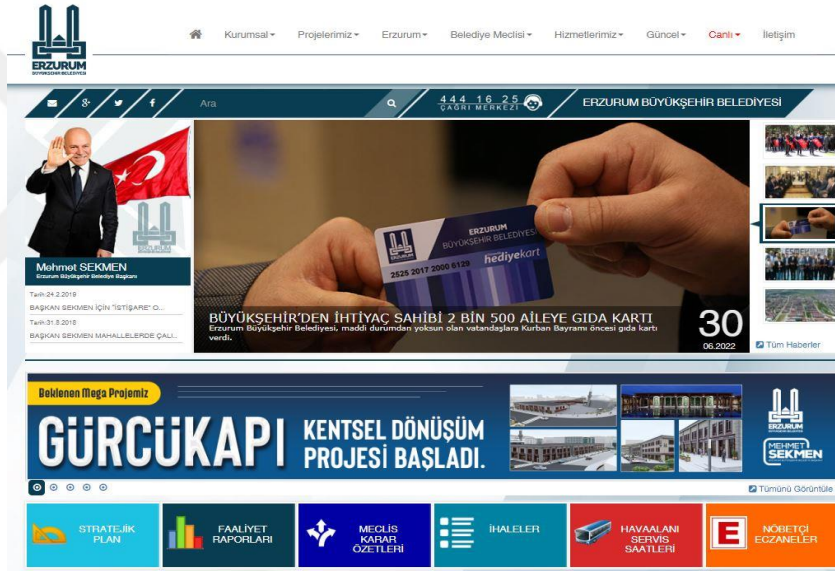
3.7.1. Erzurum Büyükşehir Belediyesi İnternet Sitesi

Enformasyon çağı olarak adlandırdığımız ve içinde bulunduğumuz dönem, belediyelerin bilgi ve iletişim teknolojilerini doğru ve etkili kullanımını gerekli kılmaktadır. İnternet teknolojisinin ilk ürünlerinden biri olan web siteleri belediyeler açısından oldukça önem kazanmış ve zamanla bu alanda hizmet çeşitliliğini artırmıştır. Belediyenin vitrini olarak kabul edilen kurumsal web siteleri görsel ve işlevsellik bakımından vatandaşlara önemli kolaylıklar sağlamaktadır(Şat, 2016, s.185).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de e-belediye bilgi sistemlerinin oluşturulması için anayasal düzenlemeler oluşturulmuş 5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun geçici 10. Maddesine göre belediyelerin e-belediye bilgi sistemleri oluşturulması zorunlu hale getirilmiştir. Belediyeler, hizmet politikaları doğrultusunda resmi internet siteleri oluşturmuş ve aktif şekilde kullanmaya başlamıştır(Karataş ve Tarhan, 2021: 318).

Zaman içerisinde kurumsal bir yapıya ulaşan internet siteleri, Türkiye Cumhuriyeti'nde il, ilçe ve belde belediyeleri için kullanılan 'bel.tr' uzantısıyla oluşturulmaktadır.

Türkiye'de 30 büyükşehir belediyesinden biri olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi, e-belediye uygulamaları doğrultusunda resmi web sitesini 23.11.2000 yılında erzurum-bld.gov.tr uzantısı ile kurmuştur. Web 2.0 teknolojisi ile oluşturulan dinamik ve çift yönlü iletişim imkanı sağlayan web sitesi erzurum-bld.gov.tr, 19.02.2007 yılında erzurum.bel.tr uzantısına geçmiş ve günümüzde bu isimle hizmet vermeye devam etmektedir. İnternet sitesi ilk dönemler için yatırım, duyuru ve tanıtım işleri için kullanılmış, teknolojik gelişmelerle birlikte hizmet ağını genişletmiştir. Belediye-vatandaş arasındaki işlemlerin yarısından fazlası web sitesi aracılığıyla yapılmaktadır(Serkan Çekiç ile kişisel görüşme, 6 Temmuz 2022).



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 7. Erzurum Büyükşehir Belediyesi Resmi İnternet Sitesi Genel Görünümü

Erzurum.bel.tr web sayfası incelendiğinde; ana sayfada vatandaşların ulaşabileceği haberler, yatırımlar, stratejik plan, faaliyet raporları, meclis kararları, ihaleler, havaalanı servis saatleri, nöbetçi eczaneler ile video ve fotoğraf galerisi yer almaktadır. Web sayfasının en üstünde yer alan başlıklarda birçok alt başlık yer almakta ve belediye ile ilgili hemen bütün bilgilere ulaşılmaktadır. Dijitalleşmenin getirdiği fırsat sayesinde, vatandaşlar internet bağlantısının bulunduğu her noktada bilgiye serbest bir şekilde ulaşmakta ve belediye işlemlerini yapmaktadır.

Tablo 3’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin resmi internet sitesine erişim ile ilgili biçimsel analiz verileri bulunmaktadır.

Tablo 3. Belediyenin Web Sitesine Erişim İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

WEB SİTESİ ERİŞİM	ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
Arama motorlarına yazıldığında site bulunabiliyor mu?	Evet
Sitenin açılma süresi ne kadar?	1-2 Saniye Arası
Arama motorlarında arama sonucu ilk sırada çıkıyor mu?	Evet

Tablo 3’e göre Erzurum Büyükşehir Belediyesi web sitesine erişimle ilgili bir sorun bulunmamaktadır. İnternet kullanıcılarının yoğun olarak kullandığı arama motoru Google ve Yandex ’de ‘Erzurum Büyükşehir Belediyesi’ yazılınca arama sonucunda ilk sırada çıkmakta ve hızlı bir şekilde açılmaktadır.

Tablo 4’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinin genel görünüşü ile ilgili biçimsel analiz verilerini göstermektedir.

Tablo 4. Belediyenin Web Sitesinin Genel Görünüm Analiz Verileri

WEB SİTESİ GENEL GÖRÜNÜM	ERZURUM BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
İnternet sitesi sade, açık ve anlaşılır mı?	Evet
Sitede renk kullanımı	Evet
Tanıtım faaliyeti ve duyurularda görsel kullanımı	Evet
Yazılar okunabilir şekilde yazılmış mı?	Evet
Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve bağlantılar var mı?	Hayır
Sayfalar arası geçişlerde uyum	Evet
Sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu	Evet
Sitedeki yazılar, resimler ya da diğer grafikler düzenli mi?	Evet
Zemin Rengi	Mavi - Beyaz

Kaynak: Erzurum Büyükşehir Belediyesi (erzurum.bel.tr, 2022) internet sitesindeki verilerle hazırlanmıştır.

Tablo 4’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinin kurumsal görünümü değerlendirilmiştir. Web sitesinde var olan buton ve bağlantılar işlevsel haldedir. Sitedeki yazı, resim ve grafikler birbiri ile uyumlu şekilde yerleştirilmiştir. Kurum adı ve logosu web sitesinin sol üst köşesinde bulunmaktadır. İnternet sitesinde Erzurum şehrini temsil eden mavi ve beyaz renkler yoğun olarak kullanılmıştır.

Tablo 5’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinde bulunan e-belediye hizmetlerinin biçimsel analiz verilerini göstermektedir.

Tablo 5. E-Belediye Hizmetlerinin Çeşitliliğine Yönelik Analiz Verileri

WEB SİTESİ E-BELEDİYE UYGULAMALARI	ÇALIŞMA DURUMU
E-Devlet Bağlantısı	Aktif
E- Ödeme Hizmeti	Aktif
Online Evrak Takip Sistemi	Aktif
Online Randevu	Aktif
Nöbetçi Eczane Bilgileri	Aktif
E-İmar Hizmeti	Aktif
Nikâh Başvurusu	Aktif
E-Dilekçe	Aktif
Kent Bilgi Sistemi	Aktif
Mezarlık Bilgi Sistemi	Aktif
Hava Durumu ve Hava Kalite Bilgisi	Aktif
E-Kütüphane	Aktif
Şehir Kameraları	Aktif
360 ° Sanal Tur	Aktif

Kaynak: Erzurum Büyükşehir Belediyesi (erzurum.bel.tr, 2022) internet sitesindeki verilerle hazırlanmıştır.

Tablo 5’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinde yer alan e-belediye hizmetlerine yönelik yapılan biçimsel analiz sonucunda, vatandaşların bir çok işlemi belediye binasına gitmeden çevrimiçi olarak yapabileceği kanısına ulaşılmıştır. Vergi ve borç işlemlerinin yanı sıra vatandaşlara yan hizmet olarak nöbetçi eczane, kent rehberi ve nikâh başvurusu gibi işlemlerde yine belediye web sitesinden yapılabilir.

3.7.1.1. E-Devlet Bağlantısı

81 ilde bulunan 400 yerel yönetim birimi belediyeler, internet sitesinde sunduğu e-belediye uygulamalarına ek olarak E-Devlet platformunda vatandaşlara farklı konularda hizmet vermektedir. E-Devlet uygulamasında yer alan ‘Belediye Hizmetleri’ başlığının altında bulunan arama motoru veya haritada ikamet edilen ya da merak edilen şehirde belediyelerin hangi e-hizmetleri verdiğine ulaşmak mümkündür. Erzurum Büyükşehir Belediyesi, kendi bünyesinde hizmet verdiği e-belediye uygulamalarının yanı sıra E-Devlet platformunda yer almaktadır.

E-Devlet uygulamasının arama yerine ‘Erzurum’ yazıldıktan sonra açılan sayfada Erzurum Büyükşehir Belediyesi, yerel hizmet birimi Erzurum Su ve Kanalizasyon İdaresi ve diğer ilçe belediyeleri karşımıza çıkmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi ve ona bağlı olarak hizmet veren ESKİ Genel Müdürlüğü’nün toplam 11 E-Devlet hizmeti bulunmaktadır. Belediyenin verdiği hizmetler arasında vefat bilgisi sorgulama, tahakkuk bilgisi, tahsilat bilgisi ve nöbetçi eczane sorgulama hizmetleri yer almaktadır. ESKİ Genel Müdürlüğü ise su aboneliği sorgulama, su aboneliği fesih etme başvurusu, borç bilgileri sorgulama, borç yapılandırma başvurusu, fatura bilgileri sorgulama, su sayacı beyanı, yeni abonelik başvurusu gibi e-hizmetleri bulunmaktadır.

E-Devlet üzerinde sunulan belediye hizmetleri internet sitesinden de kolaylıkla yapılmakta olup nereden işlem yapılacağı seçeneği vatandaşlara bırakılmıştır. ESKİ Genel Müdürlüğü’nün şehir genelinde yaklaşık 200 bin su abonesi bulunmaktadır(Cengiz Durular ile kişisel görüşme, 6 Haziran 2022). Sadece su aboneliği ile ilgili işlemler için 200 bin kişinin meydana getireceği yoğunluk, karışıklık ve zaman kaybı faaliyete geçirilen e-hizmetlerle birlikte önemli ölçüde önlenmiştir. Dolayısıyla ESKİ’nin e-devlet hizmetleri belediye ve vatandaşlara karşılıklı olarak büyük fayda sağlamıştır.



Kaynak: (turkiye.gov.tr, 2022)

Şekil 8. E-Devlet Hizmetleri

3.7.1.2. E-Ödeme ve Borç Sorgulama

2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu'na göre kentte bulunan vatandaşlar ve şirketler mevcut belediyeye ilan ve reklam vergisi, eğlence vergisi, haberleşme vergisi, elektrik ve havagazı tüketim vergisi, yangın sigortası vergisi ve çevre temizlik vergileri ödemektedir (Şahin İpek, 2018: 3). Bu vergilerden biri veya bir kaçı ile mükellef olanlar, kanunla belirlenen vergi için düzenli aralıklarla belediyeye ödeme yapmaktadır.

Erzurum Büyükşehir Belediyesi web sitesinde yer alan E-Ödeme ve Borç Sorgulama hizmeti vatandaşların zamandan tasarruf etmesi ve fiziki olarak belediye binasında olma zorunluluğunun ortadan kalkmasından dolayı en çok kullanılan e-hizmetler arasında ilk sırada gelmektedir (Serkan Çekiç ile kişisel görüşme, 6 Haziran 2022). Özel şirketler veya vatandaşlar kimlik bilgileri ile kredi kartı, banka kartı, sanal kart gibi ödeme yöntemleriyle belediye ile ilgili borç veya vergi ödemelerini yapabilmektedir.

3.7.1.3. Online Evrak Takip Sistemi

Online evrak takip sistemi, vatandaşlar, kamu kurumları, özel şirketler tarafından gelen veya gönderilen resmi yazıları arşiv olarak saklama ve belirli bir düzene göre kayıt altına alma işlemidir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kamu kurumlarında kullanılmaya başlanılan bilgisayar ve yazılımlarla birlikte evrak işlemleri karmaşadan

çıkarak düzenli ve sistematik yapıya ulaşmıştır. Resmi yazıların dolaşımını kontrol etmek ve istenildiğinde hızlı bir şekilde evrak bilgilerine ulaşmak için kullanılan bu sistem bütün kamu kurumlarında kullanılmaktadır.

Belediye – vatandaş ilişkilerinde geçmişten beri yoğun olarak kullanılan evrak işlemleri günümüzde oldukça kolay bir hâl almıştır. Belediyeye gönderilen veya alınan evrakların üzerine işlenen takip numarası ile evrakların güncel durumları çevrimiçi şekilde takip edilebilmektedir.

3.7.1.4. Online Randevu

Belediye ile ilgili herhangi bir işlemin e-belediye hizmeti olarak sunulmaması veya vatandaşların farklı talepleri için belediye binasına gitme gerekliliği için Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından internet sitesinde Online Randevu hizmeti bulunmaktadır. Belediye binasında yaşanılacak yoğunluk ve vatandaşların bekleme sürelerinin uzamasının önüne geçilmektedir.

Online randevu seçeneğinde görüşülecek konuyu belirleme ve konuyla ilgili yetkili birime yönlendirilmeler yapılmaktadır. Yetkili birim tarafından talep edilen randevu için belirli tarih ve zaman verilmektedir. Böylece günü ve saati belirli olan görüşme konusu için hizmet binasına giden vatandaş, işlemlerini hızlı ve kolay şekilde yapmaktadır.

3.7.1.5. Nöbetçi Eczane Bilgileri

Hafta içi mesai saatleri dışında, hafta sonu, resmi tatiller gibi günlerde nöbetçi olarak hizmet veren eczaneler, Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından internet sitesinde yayınlanmaktadır. Şehir merkezi ile toplam 20 ilçenin nöbetçi eczaneleri günlük olarak sitede paylaşılmaktadır.

Ayrıca internet sitesinde paylaşılan nöbetçi eczane isminin yanında vatandaşlara kolaylık sağlaması için hangi ilçede olduğu, açık adresi, telefon numarası, harita üzerinde konum ve yol tarifi yer almaktadır. Arama motoruna ‘Erzurum eczane’ yazıldığında belediyenin nöbetçi eczane hizmeti en üst sırada çıkmaktadır. Arama motorlarının çalışma mantığı bir konuyla ilgili yapılan aramada ilk sıralarda çıkan site (reklamlı değilse) en çok ziyaret edilen site olarak bilinmektedir. Dolayısıyla eczane

aramasında belediyenin internet sitesinin ilk sırada çıkması sitenin ne kadar sık ziyaret edildiği ile alakalı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu e-uygulama belediyenin görev ve sorumluluğu dışında olmasına rağmen vatandaşlara hizmet olarak verilmektedir.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 9. Nöbetçi Eczane Programı

3.7.1.6. E-İmar Hizmeti

Erzurum'da şehrin önemli olgularından bir diğeri ise belediyeler tarafından düzenlenen ve planlanan imar işlemleridir. Şehrin belirli bir plan çerçevesinde düzenli şekilde büyümesi ve insan yaşamına uygun hale getirilmesi için belediye imar çalışmalarında bulunmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi daha önce yapılan imarla ilgili tüm bilgileri dijital ortama aktarmıştır. Belediye yetkilileri mevzu bahis taşınmazların durumunu öğrenmek için herhangi bir evrağa ihtiyaç duymamaktadır. Aynı şekilde vatandaşların, taşınmaz sorgulamasında bulunmak için resmi bir kuruma başvuru yapma mecburiyeti kalmamıştır. E-imar uygulamasıyla belediye sınırları içinde yer alan arsalarla ilgili imar durumu bilgilerine kolaylıkla ulaşılmaktadır. Vatandaşlar öğrenmek istediği imar durumu için web sitesinde E-imar uygulamasına giriş yaptıktan sonra adres veya tapu senedi üzerinde yazılı olan ada ve parsel bilgilerini girerek taşınmazın imar durumunu saniyeler içinde öğrenmektedir. Bu uygulamada mevcut arsanın imar durumu resmi belge niteliği taşımayıp sadece bilgilendirme amaçlı kullanılmaktadır.

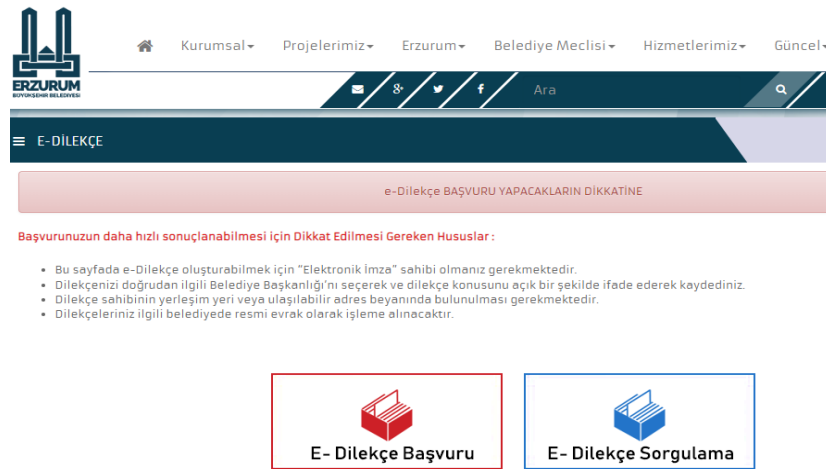
3.7.1.7. Nikâh Başvurusu

Evlendirme işlerinde yetkili olan belediye, nikâh başvurusunda bulunacak olan vatandaşlar için gerekli belge ve nikâh süreci için internet sitesinde çevrimiçi nikâh rehberi oluşturmuştur. Böylece evlenecek çiftlerden herhangi biri nikâh başvuru süreci ile ilgili belediye hizmet binasına gitmeden tüm ön başvuru işlemlerini çevrimiçi olarak yapma imkânına sahiptir. Web sitesinde sunulan bu hizmet sayesinde nikâh prosedürü için gerekli bütün evrak, rezervasyon, tahakkuk ve ödeme işleri tamamlanır. Böylece çiftlerin nikâh dairesine randevu verilen saatte sadece imza atmak için gidilmesi sağlanmıştır.

3.7.1.8. E-Dilekçe

Türk vatandaşları ve Türkiye’de yaşayan yabancı uyruklu kişiler 3071 sayılı Dilekçe Kanunu’na göre talep, görüş ve şikâyetleri için elektronik dilekçe gönderme hakkına sahiptir. Genellikle kamu kurumlarına verilen dilekçeler gelişen internet ve bilgisayar teknolojileri ile farklı bir seçenek olarak dijital ortamda da kabul edilmektedir.

Erzurum Büyükşehir Belediyesi, elektronik imzası olan vatandaşların kendisiyle ilgili talep ve şikâyetleri için web sitesinde E-Dilekçe bağlantısı oluşturmuştur. Ayrıca web sitesinde resmi evrak olarak işleme alınan dilekçelerin güncel durumunu takip etmek için dilekçe sorgulama hizmeti vermektedir.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

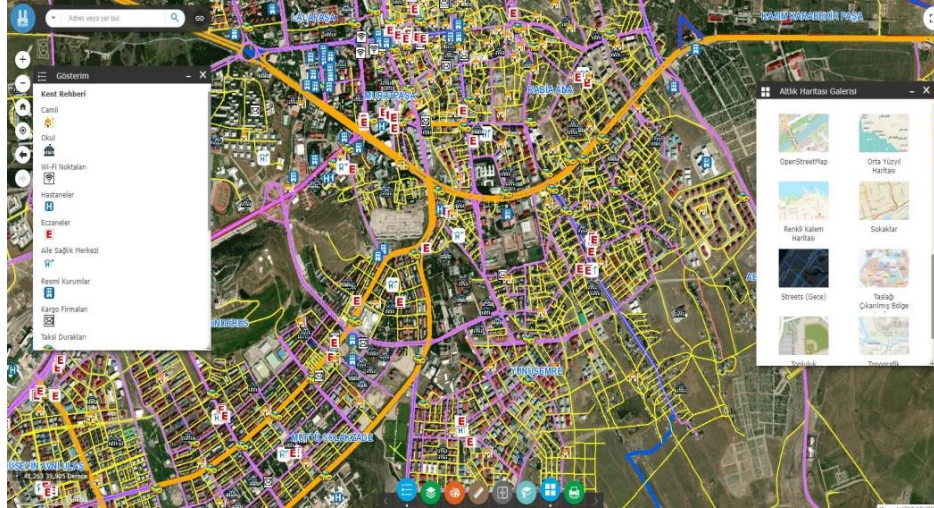
Şekil 10. E-Dilekçe

3.7.1.9. Kent Bilgi Sistemi

Kent Bilgi Sistemi, şehre ve vatandaşlara ait verilerin uygun yöntemle bir araya getirilmesi, dijital teknolojiler kullanılarak bir veri tabanına aktarılması işlemini ifade etmektedir. Tüm dünyada gelişmiş yerel yönetimler tarafından kullanılan kent bilgi sistemleri stratejik şehir planlaması, kentli ve taşınmaz mülklerin takip edilmesi gibi konularda oldukça etkin biçimde kullanılmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin internet sitesinde yer alan kent bilgi sistemine girdikten sonra tarayıcıda açılan yeni sekmede şehrin uydu görüntüsü yer almaktadır. Farklı aramaların ve işlemlerin yapılabileceği haritada var olan seçenekler şunlardır;

- Karayolu, bulvar, cadde, sokak ve köy yolu görüntülemeleri
- Resmi kurum, taksi durağı, kargo firmaları, hastane, eczane, okul, cami ve Wi-Fi noktalarından biri veya bir kaçını görüntüleme
- Uydu harita üzerinde çizim yapma
- Şehrin belirli yerleri arasında mesafe ölçümü
- Şehrin tamamı, ilçe veya mahalle görüntülemesi
- Konum bilgisi ve posta kodu
- İşaretlenen bina veya arsanın bilgileri
- Farklı harita türlerine göre görüntüleme

Erzurum şehrinin altyapı, üstyapı, şehir planlaması, ulaşım, eğitim, turizm, ibadethane gibi kent hayatındaki olguların yer aldığı bu sistem kamuya açık şekilde hizmet vermektedir. Erzurum'da yaşayan, kente gelmek isteyen veya merak eden bir kişi kent bilgi sistemine girerek şehirle ilgili önemli bilgiler öğrenme fırsatına sahip olmuştur.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 11. Kent Bilgi Sistemi

3.7.1.10. Mezarlık Bilgi Sistemi (MEBİS)

Belediyenin görev ve sorumlulukları arasında yer alan cenaze ve mezarlık hizmetleri için Erzurum Büyükşehir Belediyesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı tarafından Mezarlık Bilgi Sistemi oluşturulmuştur. MEBİS uygulaması, kent sınırları içinde yer alan mezarlıklarda, ölüm ve tahsis işlemlerinin aile, kişi veya sadece parsel olarak haritalanması ve rahatlıkla bulunabilmesi için yapılmış bir e-hizmettir. MEBİS uygulaması ile vatandaşlar, vefat eden yakınlarına ait bilgileri sisteme girerek mezar konumlarını görebilmekte ve konumlarını tarif eden harita çıktısı alabilmektedir. Sistemde vefat eden kişinin bilgileri bir profil şeklinde açılmakta hangi mezarlıkta olduğu, ölüm ve doğum tarihi, mezarlık fotoğrafı gibi bilgiler gösterilmektedir. Ayrıca sistemde Erzurum şehir merkezinde haftalık vefat listesi yayınlanmaktadır.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 12. Mezarlık Bilgi Sistemi (MEBİS)

3.7.1.11. Hava Durumu ve Hava Kalite Bilgisi

Kent hayatının göz ardı edilemez gerçeklerinden biri de hava kirliliğidir. Hava kirliliğinin çok yüksek olması insan ve canlı türlerin sağlığına olumsuz etkilere neden olmaktadır. Büyük kentlerde sürekli olarak takip edilen hava kalitesi izleme istasyonları bulunmaktadır. Bu konuyla ilgili belediyenin internet sitesinde bir diğer e-uygulama olarak Erzurum hava durumu ve hava kalite bilgisi yer almaktadır. Belirli aralıklarla şehrin bazı noktalarında yapılan hava kalitesi ölçümleri düzenli olarak güncellenmekte ve internet sitesinde yayınlanmaktadır. Sistemde hava kalite bilgisiyle birlikte Erzurum'un beş günlük tahmini hava durumu paylaşmaktadır.

3.7.1.12. E-Kütüphane

EBB bünyesinde şehrin eğitim ve öğretimine katkı sunmak adına bütün vatandaşlara açık olan toplamda 17 kütüphane bulunmaktadır. Yaklaşık 10 bin eserin yer aldığı kütüphanelerde, eserlerin rahat bir şekilde bulunması ve takibi için web sitesinde E- Kütüphane başlığı altında sorgulama hizmeti verilmektedir. Kullanıcılar bu uygulamaya giriş yaparak aradığı kitabın var olup olmadığını varsa eğer hangi kütüphanede olduğunu kontrol edebilmektedir. Ayrıca E-Kütüphane uygulamasına üye olarak kullanıcı bilgilerini girdikten sonra ödünç alınan kitapların iade ve uzatma gibi işlemleri, kütüphaneye gitmeden buradan yapılmaktadır.

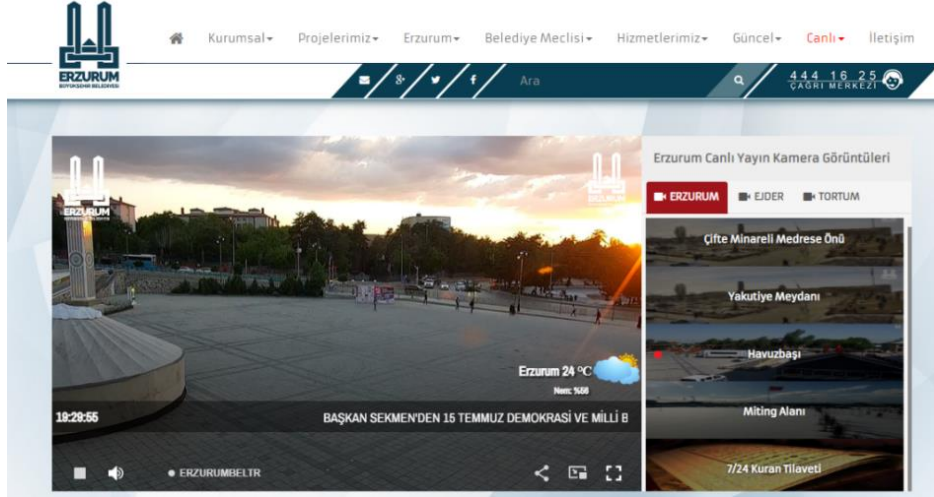


Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 13. E- Kütüphane

3.7.1.13. Şehir Kameraları

EBB, web sitesinde şehir kameralarının yer aldığı bölümden Erzurum'un farklı noktalarını canlı olarak izleme hizmeti sunmaktadır. Açılan kamera ekranında belediyeye ilgili güncel haberler altyazı olarak geçmektedir. Bunun yanında hava durumu, nem oranı ve hava kalite bilgileri canlı yayın ekranından kullanıcılarla paylaşılmaktadır. Şehir genelinde toplam 15 noktada kullanılan kameralar, 360 derece yatay, 130 derece dikey görüntüleme ve yakınlaştırma özelliğine sahip gelişmiş teknolojiye sahiptir. Vatandaşların yoğun olarak kullandığı merkezi noktalar olan Havuzbaşı, Yakutiye Meydanı, Çifte Minareli Medrese, Miting Alanı ayrıca şehrin simgesi olan Palandöken Dağı ve Tortum İlçesi 7 gün / 24 saat canlı olarak izlenebilmektedir.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 14. Şehir Kameraları

3.7.1.14. 360° Sanal Tur

2016 yılında vatandaşların kullanımına sunulan 360° Sanal Tur Projesi ile kentin tarihi, turistik, kültürel noktaları ve belediyenin gerçekleştirdiği büyük projeleri mobil, tablet, bilgisayar gibi dijital araçlar vasıtasıyla 360° görüntüleme teknolojisi ile ziyaret etmek mümkündür.

Belediye hizmet binası, Palandöken ve Konaklı Kayak Merkezi, Taşhan, Yakutiye Medresesi, Yüksek İrtifa Kamp Merkezi gibi kentte bulunan 16 farklı yapı proje kapsamına dahil edilmiştir. Uygulamada ziyaret edilmek istenilen yere giriş yapıldığında sağ alt köşede konuyla ilgili bilgilendirme başlamaktadır. Ayrıca bilgilendirme seçenekleri olarak Türkçe, İngilizce ve işaret dili kullanılmaktadır.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 15. 360° Sanal Tur

Yukarıda internet sitesinde yapılan incelemeler sonucunda Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlara yönelik birçok e-hizmet uygulaması bulunduğu görülmektedir. E- hizmetlerin hepsi hızlı şekilde açılmakta ve aktif olarak çalışmaktadır. İnternet ortamında sunulan hizmetlerin en önemli faydası belediye – vatandaş ilişkilerinde karşılıklı standardın yakalanması ve işlem hatalarının önüne geçilmesidir. Şuan incelenen internet sitesinde vatandaşların kullanımına sunulan e-belediye uygulamaları zaman, mekân ve kapasite sınırı olmadan sınırsız işlem hacmine sahiptir. Bütünleşik ve düzenli yapısı sayesinde neredeyse sorunsuz çalışan sistem sayesinde belediye, personelden, maliyetten ve zamandan önemli tasarruf sağlamaktadır. Kullanıcı ayrımı olmayan e-belediye uygulamalarında mevzuat herkese aynı şekilde işlemektedir. Bu sistem sayesinde geçmişte sıklıkla vatandaşlar tarafından dile getirilen “bürokrasi engelleri” düşünceleri en alt seviyeye indirilmiştir.

Tablo 6'da Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin iletişim kanallarına yönelik biçimsel veri analizi yer almaktadır.

Tablo 6. Belediye Web Sitesinde İletişim Araçlarının Biçimsel Analiz Verileri

İLETİŞİM ARAÇLARI	ÇALIŞMA DURUMU
Telefon, e-mail ve fax	Aktif
Whatsapp numarası	Aktif
Bilgi edinme bağlantısı	Aktif

Sosyal medya hesaplarına bağlantı butonu	Aktif
7 gün /24 saat Çağrı merkezi	Aktif

Kaynak: EBB (erzurum.bel.tr, 2022) adresindeki verilerle hazırlanmıştır.

Tablo 6’da Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin internet sitesinde bulunan iletişim araçlarına yönelik biçimsel veri analizi yapılmıştır. Çağımızda hemen herkesin kullandığı telefon, mail, whatsapp, sosyal medya ve çağrı merkezleri gibi iletişim araçları, Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından kullanılmaktadır. İletişim kanallarının çeşitliliği ve kolay ulaşılabilirliği, yerel yönetim olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin vatandaşlara önemli bir hizmet verdiğini göstermektedir.

3.7.2. EBB Sosyal Medya Hesapları

Sosyal medyayı genel olarak tanımlamak gerekirse, yeni nesil dijital medya araçlarının getirdiği kullanıcı odaklı, kolay ve hızlı şekilde eş zamanlı bilgi paylaşımlarının yapıldığı web tabanlı platformlardır. Günümüzde insanların birden fazla kaynakla erişim sağladığı bu mecralar, bireyler arası iletişimin yanında marka ve kurumlar için de önemli bir yere sahiptir. Bu doğrultuda Erzurum Büyükşehir Belediyesi ve Belediye Başkanı Mehmet Sekmen’in insanların yoğun olarak kullandığı resmi Facebook, Twitter ve Instagram hesapları bulunmaktadır.

Bu bölümde içerik analiz yöntemi ile elde edilen bilgiler ve yorumlara yer verilmektedir.

Doğu Anadolu Bölgesinde bulunan Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin Sosyal Medya Hesapları’nın genel görünümü Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. EBB Sosyal Medya Hesaplarının Genel Görünümü

Sosyal Medya Hesabı	Kuruluş Tarihi	İletişim Numarası	İnternet Adresi	Kurumsal Logo
Facebook	2007	Var	Var	Var
Twitter	2013	Var	Var	Var
Instagram	2014	Var	Var	Var

Tablo 7’de EBB’nin sosyal medya hesapları olan Facebook, Twitter ve Instagram adreslerine bakılmıştır. Tabloda görüldüğü üzere sosyal medya hesapları arasında ilk

kurulan 2007 yılında Facebook, 2013 yılında Twitter ve 2014 yılında Instagram olmuştur. Hesapların hepsinde belediyeye ait iletişim kanalları olan internet adresi ve iletişim numarası bulunmaktadır. Ayrıca hesaplarda belediyenin kurumsal logosu kullanılmaktadır.

Tablo 8. EBB Sosyal Medya Hesap Adı, Takipçi Sayısı ve Gönderi Sayısı

Sosyal Medya Hesabı	Kullanıcı Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı
Twitter	@erzurumbld	43.900	6.787
Facebook	@erzurumbld	78.066	12.650
Instagram	@erzurumbld	23.500	3.089

Tablo 8’de Erzurum Büyükşehir Belediyesi’nin kullandığı Facebook, Twitter ve Instagram hesaplarının kullanıcı adı, takipçi sayısı ve gönderi sayısı yer almaktadır. Belediye sosyal medya hesaplarının kullanıcı isimlerinin hepsinin aynı olması bulunabilirlik açısından önemlidir. EBB’nin ilk sosyal medya hesabı olan Facebook hesabı 78.066 kişi ile sosyal medya hesapları arasında en yüksek takipçi sayısına sahiptir. Twitter hesabı 43.900 kişi ile ikinci sırada, 23.500 kişi ile Instagram üçüncü sıradadır. Gönderi sayısına göre yine belediyenin Facebook hesabı 12.650 gönderi ile ilk sırada yer alırken, Twitter hesabı 6.787 gönderi ile ikinci, Instagram hesabı 3.089 gönderi sayısı ile üçüncü sıradadır.

Belediye ile ilgili faaliyetler belediye sosyal medya hesaplarının yanında Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanı Mehmet Sekmen’in sosyal medya hesaplarından da paylaşılmaktadır. EBB Başkanı’nın ve belediye sosyal medya hesaplarının takipçi sayıları birbirine yakın durumdadır.

Tablo 9. Mehmet Sekmen Sosyal Medya Hesapları, Takipçi Sayısı ve Gönderi Sayısı

Sosyal Medya Hesabı	Kullanıcı Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı
Twitter	@mehmetsekmen	89.400	14.400
Facebook	@mehmetsekmen	73.000	14.320
Instagram	@mehmetsekmen	23.500	4.150

Tablo 8 ve tablo 9'dan alınan veriler karşılaştırıldığı zaman EBB Başkanı Mehmet Sekmen'in sosyal medya hesaplarını daha aktif kullandığı Twitter'da iki katı takipçisi ve gönderisi olduğu tespit edilmiştir. Belediye ile ilgili işlerin iki farklı hesaptan paylaşılması ve büyük kitlelere ulaşması kurum tanıtımı için oldukça önemlidir. 2021 yılında yapılan adrese dayalı nüfus sayımında Erzurum'un nüfusunun 756.893 kişi olduğu açıklanmıştır. Nüfusa oranla EBB ve EBB Başkanı'nın sosyal medya hesaplarının takipçi sayısı oldukça düşüktür.



Kaynak: (facebook.com/erzurumbld, 2022)

Şekil 16. EBB Facebook Hesabı

Şekil 8'de Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin en yüksek takipçi sayılı sosyal medya hesabı olan Facebook hesabının genel görünümü yer almaktadır. Kurumsal logonun yer aldığı profilde kapak fotoğrafı olarak Erzurum'un şehir merkezi ve ilçelerinde bulunan kültür varlıkları bir araya getirilerek bütün bir fotoğraf elde edilmiştir. Ayrıca kapak fotoğrafının sol üst köşesinde 'İşimiz Gücümüz Erzurum' sloganı ile belediyenin misyonu hakkında mesaj verilmektedir. Facebook profilinin hakkında kısmında yer alan bilgilerde belediyenin misyonu ve ilkelerimiz adlı başlıklar vardır. Belediye'nin iletişim adresleri olan telefon, web sitesi ve mail adresinin yer aldığı kısımda belediyenin konumu harita üzerinden gösterilmektedir. Ziyaretçilerin Facebook hesabına girdiği an başa tutturulmuş gönderi olarak 'Şehrimizle İlgili Tüm Bilgilere Web Sitemizden Ulaşabilirsiniz' yazılı görsel yer almaktadır.

Facebook hesabı görsel olarak anlaşılır ve sade bir şekilde oluşturulmuştur. Buradan yapılan paylaşımlar ise genellikle yatırım projeleri, kültür etkinlikleri, su

kesintileri, otobüs seferleri gibi bilgilendirici duyurular oluşturmaktadır. Belediye bünyesinde bulunan ve proje açılışlarında canlı yayın yapan Erzurum WEB TV’de vatandaşların anlık veya sonradan izleyebilmesi için belediyenin Facebook hesabında paylaşılmaktadır.



Kaynak: (twitter.com/erzurumbld, 2022)

Şekil 17. EBB Twitter Hesabı

Şekil 9’da yer alan Erzurum Büyükşehir Belediyesi Twitter hesabı incelendiğinde Facebook hesabında olduğu gibi profil fotoğrafında kurumsal logo kapak fotoğrafında kültür varlıklarının bir araya getirilerek oluşturulduğu görsel vardır. Ayrıca belediyenin doğrulanmış hesabı olduğunu belirten mavi tik işareti, çağrı merkezinin numarası ve web sitesinin bağlantı butonu bulunmaktadır. EBB Twitter hesabının 43.900 takipçisi, 47 takip ettiği hesap vardır. Takip edilenler arasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Mehmet Sekmen, Erzurumspor ve diğer il belediyeleri yer almaktadır.

Twitter’ın gündem oluşturma ve anlık bilgi paylaşımı özelliğinden dolayı EBB Twitter hesabı, güncel konular hakkında tweet ve retweetler paylaşmaktadır. En çok retweet edilenler arasında EBB Başkanı Mehmet Sekmen’in tweetleri bulunmaktadır. EBB, Twitter’da var olan hesap etiketleme sayesinde kendisi ile ilgili yapılan paylaşımlardan anında haberdar olmakta ve müdahil olmaktadır. Kullanıcılar ile birebir iletişim kurma fırsatı, belediye – vatandaş ilişkisi noktasında Twitter hesabını belediye için önemli kılmaktadır.

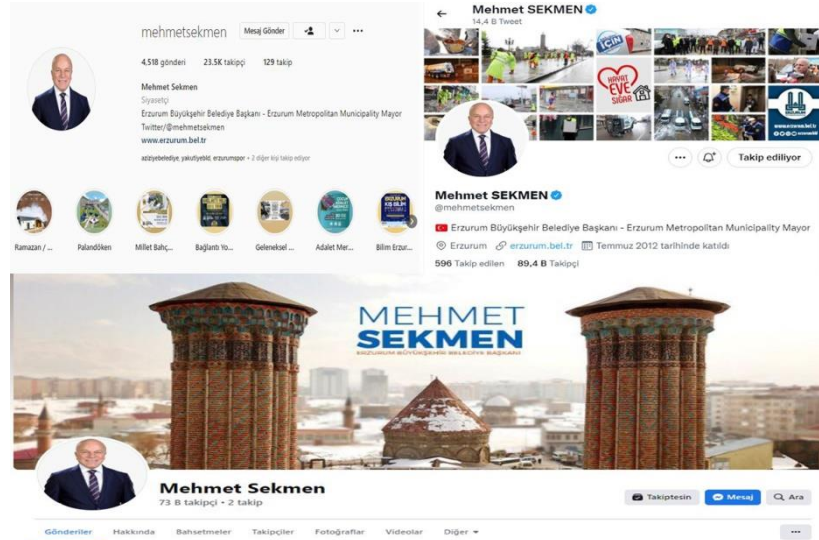


Kaynak: (instagram.com/erkurumbld, 2022)

Şekil 18. EBB Instagram Hesabı

Şekil 18’de EBB’nin Instagram hesabının genel görünümü bulunmaktadır. Kurumsal logonun ve web sitesi bağlantısının yer aldığı Instagram hesabının 23.500 takipçisi ve 50 takip ettiği hesap vardır. Twitter hesabında olduğu gibi Instagram hesabının takip ettiği hesaplar arasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Mehmet Sekmen ve diğer il belediyeleri bulunmaktadır.

Instagram, görsel içeriklerin ön planda olduğu bir sosyal medya uygulamasıdır. Belediyenin, paylaşımlarını ve içeriklerini bu doğrultuda şekillendirdiği görülmektedir. Burada paylaşılan içeriklerin genellikle görsel tasarımlarla desteklendiği tespit edilmiştir. Instagram’ın kendi içinde bulundurduğu farklı paylaşım özellikleri olan gönderi, hikâye ve video seçenekleri belediye tarafından etkili şekilde kullanılmaktadır. Özellikle video kısmında paylaşılan içerikler, kullanıcıların dikkatini çekebilecek kurgu ve görsel efektlerle zenginleştirilmiştir.



Kaynak: (facebook.com, instagram.com, twitter.com/mehmetsekmen, 2022)

Şekil 19. EBB Başkanı Sosyal Medya Hesapları

Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin sosyal medya hesaplarıyla birlikte incelenen Başkan Mehmet Sekmen'in sosyal medya hesaplarının daha aktif kullanıldığı sonucuna varılmıştır. EBB sosyal medya hesaplarından üç günde bir paylaşım yapılırken Başkan'a ait sosyal medya hesaplarından hemen her gün eş zamanlı şekilde paylaşımlar yapılmaktadır. Paylaşımların içeriği genelde proje açılış duyurusu, resmi ziyaretler, önemli günler için kutlama ve taziye, parti faaliyetleri, hükümet çalışmaları ve Erzurumspor ile ilgili gönderiler oluşturmaktadır. Gönderiler çoğunlukla yapılan faaliyetlerle aynı gün içerisinde paylaşılmakta dolayısıyla vatandaşlar belediye gündemini rahatlıkla takip edebilmektedir.

3.7.3. Erzurum WEB TV

Dijital teknolojiler ve internetin gelişmesiyle birlikte yerel yönetimler, hizmetlerini bu mecralarda şekillendirmeye başlamıştır. Bu çalışmalar kapsamında internetin sunduğu yeniliklerden biri olan Web Tv uygulaması, belediyelerin hizmet ve tanıtım faaliyetleri arasına girmiştir. İnternet üzerinden canlı yayın yapma imkânı sunan Web Tv sayesinde belediye tarafından gerçekleştirilen etkinlik, konser, proje ve açılışlar vatandaşlar tarafından her an izlenebilmektedir.

Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından 2020 yılında faaliyete geçirilen Erzurum Web Tv açılış, kültür, sanat ve spor etkinlikleri, şehir tanıtımları gibi içerikleri

HD görüntü kalitesinde yayınlanmaktadır. Aylık izlenme oranının 10-15 bin arasında değiştiği bu teknoloji, vatandaşlar tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır (Serkan Çekiç ile kişisel görüşme, 6 Temmuz 2022). Canlı ve bant yayını yapan Erzurum Web Tv ile çevrimiçi canlı yayın akışı sağlanabilmektedir. Böylece vatandaşlar belediyenin Web Tv'sini internetin olduğu her yerde ve istediği saatte izleyebilmektedir.



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 20. Erzurum WEB TV

3.7.4. Ücretsiz Kablosuz İnternet Hizmeti

EBB, akıllı şehir projesi kapsamında 2016 yılından itibaren vatandaşların yoğun olarak kullandığı kent meydanları, turistik alanlar, park ve bahçeler, kongre merkezleri, otobüs terminali ve havalimanı gibi toplam 15 noktada ücretsiz kablosuz internet (Wi-Fi) alanlarını kullanıma açmıştır. Sunulan ücretsiz internet erişimi sayesinde vatandaşlar ve turistler belirli noktalarda bulunan Wi-Fi alanlarına giderek hızlı ve güvenli şekilde internete erişim sağlamaktadır.

Günlük ortalama 3 bin kişinin kullandığı ücretsiz Wi-Fi noktalarında mobil cihazlarının şarj edilebilmesi için prizler bulunmaktadır. Ücretsiz Wi-Fi alanlarının kapasitesi mevcut nüfusun iki katına kadar hizmet verebilmektedir. Hizmet ağını genişletecek olan EBB, şehir merkezi ve köylerin tamamına ücretsiz internet bağlantı noktaları kurmayı hedeflemektedir(Serkan Çekiç ile kişisel görüşme, 6 Haziran 2022).



Kaynak: (erzurum.bel.tr, 2022)

Şekil 21. Erzurum Wi-Fi Hizmeti

3.7.5. Çağrı Merkezi

EBB tarafından 2012 yılında belediye ve vatandaş arasında çift taraflı etkileşim sağlanması için belediye çağrı merkezi kurulmuştur. Belediye binasında yer alan çağrı merkezine, vatandaşlar tarafından 7 gün 24 saat, 444 16 25 numaralı telefondan ulaşılabilmektedir. Belediye ile ilgili talep, şikâyet ve bilgi verme gibi hizmetleri sunan çağrı merkezinde belediye temsilcisi veya diğer birimlerde görevli personel ile iletişim sağlanabilmektedir.

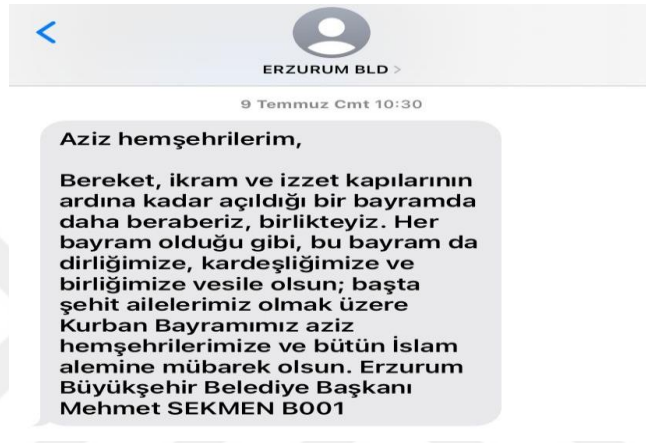
Erzurum Büyükşehir Belediyesi 2021 Faaliyet Raporu'nda yer alan bilgiye göre 2021 yılında çağrı merkezine toplamda 132.578 çağrı alınmış alınan bu çağrıların 95.678'i anında çözüme kavuşturulmuştur (erzurum.bel.tr). Toplamda 12 kişinin çalıştığı çağrı merkezi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'na bağlı olarak vatandaşlara hizmet vermektedir.

3.7.6. SMS Uygulaması

EBB, yapmış olduğu hizmetleri duyurma ve vatandaş işlemlerini kolay hale getirmek için SMS uygulamasını yaygın olarak kullanmaktadır. Bu uygulama sayesinde kullanışlı ve düşük maliyetle hedef kitleyi bilgilendirmektedir. Başkanın faaliyetleri, kutlamalar, çalışmalar, faturalar, vergiler, hava ve yol durumu ile ilgili oldukça geniş konularda vatandaşlara toplu mesajlar gönderilmektedir.

SMS uygulamaları belediye tarafından iki teknikle yapılmaktadır. İlki sabit veya kullanıcılara göre değiştirilmiş mesajların toplu ve eş zamanlı şekilde muhtar, partili, meclis üyesi gibi belediye tarafından belirlenen cep numaralarına gönderilmesi diğeri ise vatandaşlara bilgilendirme mesajı olarak olarak kullanılmasıdır.

2006 yılında ERZURUMBLD ismiyle kullanıma başlanan SMS uygulamasıyla günümüzde yaklaşık 400 bin aboneye doğrudan ulaşılmaktadır(Serkan Çekiç ile kişisel görüşme, 6 Haziran 2022).



Kaynak: EBB tarafından gönderilen SMS ekran görüntüsü

Şekil 22. SMS Uygulaması

3.7.7. Dijital Billboard

Reklam sektöründe açık hava reklamcılığının en önemli uygulaması olan billboardlar, belediye tarafından şehrin farklı noktalarında reklam ve duyuru aracı olarak yoğun şekilde kullanılmaktadır. Dijital medya araçlarında yaşanan gelişmeler sonrasında belediye, billboardlar ile ilgili çalışmalarda bulunmuştur.

EBB, geleneksel billboardların yanı sıra şehrin trafik ve yaya olarak en işlek noktalarına dijital billboardlar kurmuştur. 2017 yılında sadece belediye binası önünde 1 dijital billboardla başlayan uygulama günümüzde şehrin 4 farklı noktasına yayılmıştır. Dijital billboard içerikleri, konusuna göre günlük olarak güncellenmektedir. Bilgisayar ekranının yansıtılmasıyla çalışan dijital billboardlara uzaktan erişim ve kontrol mümkündür dolayısıyla kolay kullanımı ve ilgi çekici olması, belediye tarafından tercih edilmesinde önemli etken olmuştur (Cengiz Durular ile kişisel görüşme, 10 Haziran 2022).

3.7.8. Tanıtım Videoları

Erzurum'un turizm alanında ve kentte hayata geçirilen projeler için belediye tarafından tanıtım videoları hazırlanmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi, son 7 yılda şehir ve yatırımlarla ilgili uzun ve kısa metrajlı toplam 465 tanıtım videosu hazırlamıştır. Kısa metrajlı tanıtım videoları genellikle belediye bünyesinde faaliyet gösteren Basın Yayın Halkla İlişkiler personeli tarafından, Adobe Premiere ve After Effects programları ile yapılmaktadır. Belediye, uzun metrajlı tanıtım filmleri içinse özel firmalardan hizmet almaktadır. Kısa metrajlı ve genelde proje tanıtımları için kullanılan tanıtım videoları internet sitesi ve sosyal medya araçlarından paylaşılmaktadır.

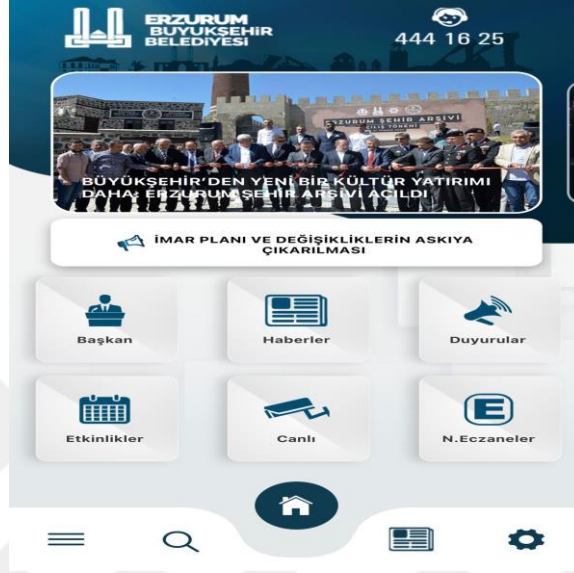
Uzun metrajlı tanıtım filmleri ise belediye internet sitesinde, Erzurum Web Tv'de ve kentte yer alan dijital billboardlarda yayınlanmaktadır. Böylece hazırlanan videolar dijital medya araçlarının çeşitliliğinden dolayı geniş kitlelere ulaşmaktadır.

3.7.9. Mobil Uygulama

Dünya genelinde akıllı telefon satışı, dizüstü ve masaüstü bilgisayar satışlarını geçmiş durumdadır. Bundan dolayı özel sektör ve kamu kurumları, akıllı telefonlar için özel yazılımlarla geliştirilmiş mobil uygulamaları kullanmaya başlamıştır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi, akıllı telefonların sunduğu imkânlardan yararlanmak ve vatandaşların tek dokunuşla birçok konuda bilgi sahibi olması adına 2021 yılında Google Play Store ve App Store'da ücretsiz şekilde mobil uygulama olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi'ni hizmete sunmuştur.

Kapsamlı içeriklerin yer aldığı mobil uygulama, basit ara yüzü ve sade içerik yapısı ile kullanıcılara önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Mobil uygulamaya girildiğinde sağ üst köşede belediye çağrı merkezinin numarası ve sol üst köşede kurumsal logo yer almaktadır. Ana sayfanın üst tarafında belediyeye ait güncel haberler hemen altında ise duyuru bölümü bulunmaktadır. Uygulama içeriğini Belediye Başkanı, Haberler, Duyurular, Etkinlikler, Şehir Kameraları, Nöbetçi Eczaneler, Projeler, E-Billboard, Sosyal Tesisler, Hava Alanı Servis Saatleri, Ücretsiz Wi-Fi bağlantısı, Hava Durumu, Erzurum Web Tv ve Belediye Borç Sorgulama Hizmeti gibi tanıtım, e-belediye ve bilgilendirme hizmetleri oluşturmaktadır.

Mobil uygulama, Basın Yayın Halkla İlişkiler ve Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'nın ortak çalışmaları ile güncellenmekte ve sunulan hizmetlere gün geçtikçe yenileri eklenmektedir. Belediyenin, tanıtım, duyuru ve bilgilendirme faaliyetlerini sağlayan mobil uygulama sayesinde kullanıcılara anlık bildirimler gönderilmektedir.



Şekil 22. Mobil Uygulama

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yaşadığımız çağda bilgi ve iletişim teknolojilerinin geniş coğrafyalara yayılarak sürekli olarak büyümesi ve yeniliklerle güncellenmesi, toplumların hayatında değişiklikler yaptığı gibi ülkelerin yönetim politikalarını da etkilemektedir. Teknoloji artık ülkelerin ve toplumların günlük, orta ve uzun vade planlarının merkezi konumuna yerleşmiş, teknolojinin temeli olan bilgiye hakim olma şartı ise zorunluluk halini almıştır. Ülkeler, her yıl bütçelerinin önemli bir kısmını bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırmakta, bu teknolojilerin gelişimi ve sürekliliği için projeler oluşturmaktadır. 1990'lı yıllardan itibaren hız kazanan dijital teknolojiler, 2022 yılına gelindiğinde tahmin edilenden daha fazla şekilde kendisini kabul ettirmiştir. Şüphesiz insanların teknolojiyi bu kadar yoğun kullanımının başlıca sebepleri vardır. Gündelik hayata getirdiği kolaylıklar, insanlara sağladığı maddi tasarruflar, anlık bilgi edinme ve haber alma, oyun, eğlence gibi önemli sebepler teknolojiyi insan hayatı için vazgeçilmez kılmıştır.

Teknoloji insanlar tarafından gündelik yaşama bu kadar işlemişken, ülke yönetimleri bu konuya elbette duyarsız kalmamıştır. Web 2.0 teknolojisi ile internet bambaşka bir boyuta geçiş yaparak kitleler arası doğrudan iletişimin önünü açmış, internet ve akıllı telefon birlikteliği ile bu iletişim zirve yapmıştır. Çünkü İnsanlar, internete sadece bilgisayarlar ile değil, akıllı telefonlarla ulaşabilmekte zaman, mekân ve içinde bulunduğu durum fark etmeksizin sürekli çevrimiçi olabilme fırsatına sahip olabilmektedir. Bu noktada başlıca tüm dünyada yoğun olarak kullanılan sosyal medya araçları olan Facebook, Youtube ve Twitter'ın ortaya çıkmasının büyük etkisi olmuştur. Gerçek hayatta yabancı bir insan ile temas kurulması için ülke sınırlarının aşılması gerekirken internet bu sınırları ortadan kaldırmıştır. Dolayısıyla sınırsızlık imkânının sunulması bile tek başına internetin yoğun olarak kullanılmasının başlıca sebepleri arasında yer almaktadır.

Özel sektör işletmeleri, internetin büyük gücü karşısında faaliyetlerini hızla sanal mecralara taşımıştır. Kendilerine ait internet sitelerinde fiziki olarak mağazaya gitmeden sunulan alışveriş yapma fırsatı, çevrimiçi ödeme yöntemleri, sosyal medya araçlarını etkin kullanımları, global müşteri ağı ve iletişim hizmetleri oluşturmaları müşteri sayılarını her geçen gün artırmıştır. Büyük bir pazara dönüşen ve elektronikleşen

alışveriş fırsatı sunduğu kolaylıklar ve çeşitlilik bakımından insanlar tarafından fazlasıyla ilgi görmüştür. İşletmelerin, müşterileri ile kurduğu bireysel iletişim ve sorunlar için sunduğu hızlı çözümler, insanların hizmet ve kalite algısını yükseltmiştir. İnternet teknolojisinde insanların yararına olacak şekilde her şey hızlı ve kolay bir hâl almıştır. Artık doğal olarak hayatın her anında yer almaya başlayan bilgi ve iletişim teknolojileri, ülke yönetimlerinin kullanılmasına yönelik baskı zemini oluşturmuştur.

Konuyla ilgili çalışmalarda bulunan ülkeler, çağın gerektirdiği gibi hizmet verebilmek için E-Devlet uygulamasını vatandaşlarının kullanımına açmıştır. Ulusal olarak kullanılan E-Devlet uygulamasına paralel olarak yerel yönetimlerin hizmet verdiği E-Belediye uygulamaları ortaya çıkmıştır. Ulusal ve yerel ölçekte oldukça sınırlı sayıda hizmetle başlayan e-hizmet uygulamaları, teknolojinin gelişmesiyle birlikte sayısını artırmış ve kapsamını genişletmiştir. E-hizmet uygulamaları ile vatandaş katılımını teşvik, vatandaş ve yerel yönetim arasında iletişim bağına sağlamlaştırma ve belediye hizmetlerinden vatandaşların hızlı ve kolay şekilde yararlanması amaçlanmıştır. Belediyeler, vatandaşlara hizmet kalitesini artırmak için sunduğu e-belediye uygulamalarının karşılıklı fayda sağladığını tespiti üzerine çalışmalarına bu alanda yoğunluk vermiştir. İki taraflı zaman tasarrufu, maliyet azalması, anlık hizmet gibi faktörler e-belediye uygulamalarının avantajları arasında yer almaktadır. Hizmet noktasının önemli bir kısmını e-belediye uygulamaları oluştursa da vatandaşlarla şeffaflık ve güven ilişkisinin sağlanması için diğer dijital medya araçları da belediyeler tarafından etkin şekilde kullanılmaktadır. Belediyeler, şehirle ilgili bilgiler, başkan faaliyetleri, kente yapılan yatırımlar ve projeler, kültür, sanat ve spor etkinlikleri, otobüs seferleri gibi belediyenin vatandaşlara karşı sorumlu olduğu hizmetlerin duyurulması için internet sitesi, sosyal medya hesapları, sms uygulamaları, dijital billboardlar, kiosklar, çağrı merkezi gibi dijital medya araçları kullanmaktadır. Kullanılan dijital medya araçlarının çeşitliliği ile geniş kitlelere ulaşmak ve yapılan hizmetleri anlık olarak paylaşmak amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda çalışmanın uygulama bölümünü oluşturan Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin e-belediye uygulamaları ve dijital medya araçları incelenmiştir. Türkiye'de 2000'li yılların başında merkez idare tarafından belirli kanun ve düzenlemelerle başlayan e-belediye uygulamaları aynı tarihlerde Erzurum Büyükşehir Belediyesi bünyesinde de faaliyete geçirilmiştir. Belediye yetkilileri ile yaptığım kişisel

görüşmelerde, e-belediye hizmetleri kapsamında ilk adım olarak Erzurum Büyükşehir Belediyesi, 23.11.2000 yılında web 2.0 altyapısı ile dinamik ve çift yönlü bir internet sitesi kurmuştur. İnternet sitesi, uzun bir süre sadece bilgilendirme ve tanıtım amaçlı kullanılmıştır. 2012 yılından itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak internet sitesinde önemli e-belediye hizmetleri yer almaya başlamıştır. Belediyeye ait borçların tahsilatı için e-ödeme uygulaması, borçların takibi için borç sorgulama, e-dilekçe gibi temel e-belediye uygulamaları bu kapsamda ilk faaliyete geçen hizmetler olmuştur. Günümüzde güncel haliyle incelenen internet sitesinde aktif şekilde hizmet veren 14 e-belediye uygulaması yer almaktadır. 14 e-belediye uygulamasının 8'i doğrudan belediye – vatandaş ile ilgili işlemler, 3'ü şehrin genel tanıtımı, 3'ü bilgilendirme hizmeti olarak faaliyet göstermektedir. Bilgi İşlem Daire Başkanlığı yetkililerinin bünyesinde kontrolleri sağlanan ve belirli aralıklarla güncellenen uygulamaların hepsi aktif ve düzenli şekilde çalışmaktadır. 14 e-belediye uygulaması da çalışma durumları bakımından kontrol edilmiştir. Vatandaşların belediye ile ilgili işlemleri göz önünde bulundurulduğunda Erzurum Büyükşehir Belediyesi bu işlemlerin tamamına yakını için e-belediye hizmeti bulundurmaktadır. Öyle ki e-belediye uygulamalarında yer almayan işlemler için bile e-belediye uygulaması olan e-randevu hizmeti bulunmaktadır. Vatandaşlara kaliteli hizmet vermek ve belediyede oluşabilecek yoğunlukların önüne geçebilmek adına faaliyet gösteren bu uygulama sayesinde vatandaş talepleri yüz yüze olacak şekilde görülmektedir.

Yetkililerle yapılan görüşmelerde en çok kullanılan e-belediye hizmetlerinin e-ödeme, borç sorgulama, nöbetçi eczane bilgileri ve nikâh başvuru işlemlerinin olduğu, en az kullanılan e-belediye uygulamalarının ise kent bilgi sistemi, e-dilekçe ve e-kütüphane olduğu tespit edilmiştir. Genel görünüm olarak internet sitesi belirli bir düzen içinde oluşturulmuştur. Sitenin ana sayfasında en çok yer kaplayan yerler doğal olarak belediye ve belediye başkanının faaliyetlerini içeren haberler köşesi yer almaktadır. Kullanılan görseller ve yazı boyutları birbiri ile uyumlu şekildedir. E-belediye uygulamalarının yanı sıra internet sitesinin ana sayfasında EBB'nin stratejik planı, yıllık faaliyet raporları, meclis karar özetleri, ihaleler, havaalanı servisleri yer almaktadır. Genel olarak Erzurum şehrinde yaşayan biri belediye ile ilgili tüm işlemlere kurumun resmi internet sitesinden ulaşabilmektedir. Ancak sitenin incelenmesinde dikkat çeken bir husus olarak e-belediye uygulamalarının sitenin ana sayfasında dağınık

biçimde yerleştirildiği görülmektedir. Bu aranan işlemler veya vatandaşların yararına sunulan hizmetlerin tek seferde bulunmasını engellemektedir. İnternet sitesinin ana sayfasında yer alan büyük başlıkların birinde E-Belediye adlı bir bağlantı ile bütün e-hizmetler tek bir noktada toplanırsa, hizmetlerin bulunması ve kullanılması noktasında kurum ile vatandaşlara fayda sağlayacaktır. E-belediye uygulamaları ile diğer bir eksiklik ise Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin Google Play Store ve App Store yer alan mobil uygulamasında, internet sitesinde bulunan e-hizmetlerden birçoğunun bulunmamasıdır. İnternete bağlı olma durumunun yoğun olarak akıllı telefonlar üzerinden gerçekleştiği bilindiğine göre e-belediye hizmetlerinin mobil uygulamasında yer alması, bu hizmetlerin daha fazla kullanılmasını sağlayacaktır.

Belediye hizmetlerinin elektronik ortamda sunulduğu internet sitesi ve e-belediye uygulamalarının yanında Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından vatandaşlara kurumla ilgili güncel haberler, tanıtımlar ve yatırımların duyurulması için belirli dijital medya araçları kullanılmaktadır. Bunlardan en aktifi ve en yüksek etkileşimin alındığı sosyal medya hesapları ilk sırada gelmektedir. Facebook'ta 78.006, Twitter'da 43.900, Instagramda 23.500 takipçisi olan Erzurum Büyükşehir Belediyesi, sosyal medya araçlarını oldukça yoğun ve etkili kullanmaktadır. Gönderi olarak paylaşılan içeriklerin, farklı sosyal medya hesaplarının boyut ve niteliklerine göre ayrı ayrı hazırlandığı göze çarpmaktadır. Etkileşim bakımından daha az takipçileri olmasına rağmen Twitter ve Instagram, Facebook'un önünde yer almaktadır. Bunda Twitter'ın temel özelliği olan etkileşim faktörünü unutmamak gerekmektedir çünkü Twitter'da açılan ve kullanılan hesapların ana mantığı neler olduğunu anlık olarak paylaşmaktır. Etkileşimin yüksek olduğu bir diğer hesap ise Instagram olarak karşımıza çıkmaktadır. Temelinde görsel içeriklerin öne çıktığı Instagram'ın amacına uygun kullanılması daha fazla hedef kitleye ulaşılmasına fayda sağlayacaktır. Belediyenin Instagram hesabı da amacına uygun şekilde kısa bilgilendirme notları ile fotoğrafların öne çıktığı, görsel tasarımların daha yoğun olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca uygulamanın diğer özellikleri arasında yer alan video bölümünde, kurgu ve görsel efektlerle zenginleştirilmiş kısa tanıtım videoları yer almaktadır. Belediye sosyal medya hesaplarının yanında belediye başkanı Mehmet Sekmen'in hesapları da aktif ve belediye gönderileri ile aynı doğrultuda kullanılmaktadır. Başkan Sekmen'in hesabında daha çok anlık ve gönderi bakımından başkan faaliyetlerinin paylaşıldığı görülmüştür. Belediye faaliyetlerinin bu şekilde iki

farklı hesaptan anlık olarak paylaşması belediye hizmetlerinin vatandaşlara duyurulması bakımından önem arz etmektedir.

Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin Facebook, Twitter ve Instagram hesaplarından yapılan incelemeye göre vatandaşların yorum ve sorularına bu mecralardan herhangi bir yanıt verilmemiştir. Günümüzde bazı belediyeler sosyal medya hesaplarından vatandaşlarla etkileşim içine girmekte, sorulan sorulara cevaplar vermektedir. Dolayısıyla yapılan karşılıklı etkileşimden dolayı belediyenin sosyal medya hesapları çözüm aracı olarak bir alternatif haline gelmektedir ve popülerliğini artırmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin de bu noktada vatandaşlar tarafından sosyal medya hesaplarına yapılan yorum ve sorulara cevap vermesi popülerlik noktasında fayda sağlayacaktır. We Are Social tarafından 2022 yılında yapılan araştırmada ülkemizde 85.3 milyon nüfusun %80'inin sosyal medya kullanıcısı olduğunu belirtmiştir. Bu veri ışığında Erzurum'un 2021 yılında yapılan sayımda nüfusunun 756 bin olduğunu bildiğimize göre ve bu nüfusun %80'inin sosyal medya hesabı olduğunu kabul edersek belediyenin sosyal medya hesaplarının takipçi sayılarının nüfusa göre çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya hesaplarının takipçi sayılarının artırılması için iki öneri üzerinde durulmaktadır. SMS uygulaması ile yaklaşık 400 bin vatandaşa mesaj gönderme imkânına sahip olan belediye, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi için vatandaşlara belirli aralıklarla SMS gönderebilir. Diğer bir öneri ise belediye örneklerini gördüğümüz çekiliş yöntemiyle takipçi artırma yöntemidir. Belediye tarafından belirlenen bazı hediyelerin (kitap, ajanda, eşya), sosyal medya hesaplarının takibi şartıyla vatandaşlar arasında çekiliş yapılabilir. Her iki önerinin uygulanması sonucunda sosyal medya hesaplarının takipçi sayısının artmasına katkı sağlayacaktır.

Erzurum Büyükşehir Belediyesi şeffaflık, hesap verilebilirlik ve iletişim noktasında çağın gerekliliklerine uygun dijital medya araçlarına sahiptir. İnternet sitesi, e-belediye uygulamaları, sosyal medya hesapları, sms uygulaması, çağrı merkezi, dijital billboardlar gibi çeşitli bilgi ve iletişim teknolojilerini amacına uygun şekilde kullanmaktadır. Çağrı merkezi ile 7 gün 24 saat kesintisiz hizmet ilkesiyle çalışan Erzurum Büyükşehir Belediyesi, vatandaşlara alternatif olarak sunduğu birçok iletişim kanalından kendisine ulaşılmasını sağlamaktadır. Sadece vatandaşlar için değil şehir dışından gelen veya Erzurum hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmayan kişiler merak

etmesi halinde belediyenin dijital kaynaklarından kente dair ulaşım, yerleşim birimleri, turistik alanlar, kültürel faaliyetler gibi birçok konu hakkında önemli bilgileri öğrenebilmektedir. Vatandaşların ve kurumların belediye ile ilgili işlemlerinin yarısından çoğu fiziki olarak belediye binasına gitmeden yapabilmektedir.

Belediye tarafından sunulan bu imkânlarla rağmen e-belediye uygulamalarının vatandaşlar tarafından kullanımı, hedeflenen seviyelere çıkamamıştır. Bunun en büyük nedeni olarak belediye ile ilgili işlemleri olan vatandaşların dijital ortamlara olan güven problemi ve dijital okuryazarlığın yetersiz oluşu gösterilmektedir. Belediyenin bu konuyla ilgili e-belediye uygulamalarını tanıtan ve nasıl kullanılacağına dair kısa tanıtım videolarının oluşturulması, vatandaşları yönlendirme noktasında yararlı olacaktır.

Sonuç olarak Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nin kullandığı dijital medya araçları, belediye – vatandaş ilişkilerinde önemli kolaylıklar sağlamasının yanında, seçimle iş başına gelen, vatandaşlara doğrudan kamu hizmeti vermekle mükellef olan belediyenin şeffaflık, güvenilirlik ve hesap verilebilirlik ilkelerine katkı sağlamaktadır. Vatandaşlar, belediye ile ilgili işlemlerini yapmak için fiziki olarak hizmet binasına gitmeden birçok işlemi çevrimiçi olarak bilgisayar ve mobil cihazlardan yapabilmektedir. Hem belediye hem de vatandaşlar için dijital medya araçlarının getirdiği en önemli hususlar, zaman tasarrufu ve iş yükünün azalması olarak tespit edilmiştir.

Belediye, sadece şehirde yaşayan vatandaşlar için değil, şehir dışından gelen turistler veya dünyanın başka bir yerinde yaşamakta olup Erzurum'a hiç gelmemiş insanlara bile dijital medya araçları üzerinden hizmet vermektedir. Öyle ki belediyenin internet sitesinde, şehre ve belediyeye ait bütün bilgiler yer almaktadır. Dolayısıyla Erzurum Büyükşehir Belediyesi, dijital medya araçlarını genel kullanıma uygun şekilde oluşturmuş ve çeşitlendirmiştir. Bu kapsamda belediyenin kullanmış olduğu dijital medya araçları sayesinde dijital belediyecilik alanında önemli bir standart yakaladığı belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, T. ve Ulusoy, A. (2001). *Mahalli İdareler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akkaş, C. & Bakırtaş, H. (2019). “Sosyal Ağlarda Arkadaşlık: Facebook Örneği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (72), 1852-1870.
- Aksu, H. (2018). *Dijitopya: Dijital Dönüşüm Yolculuk Rehberi*. İstanbul: Pusula 20 Teknoloji ve Yayıncılık.
- Aktan, E. (2018). “Instagram Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonları ve Instagram Takip Davranışlarının İncelenmesi”. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9 (33), 127-146.
- Aktürk, K. Ö. (2013). *E-Hizmet Kalitesi ve E-Mağaza İmajının E-Tatmin Düzeyi ve E-Sadakat Düzeyine Etkilerinin Ampirik Olarak Analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyol, M. (2017). *Türkiye’de Yerel Yönetimlere Yönetişimin Eklemlenmesi: Yerel Yönetişim*. (Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alkan, N. (1995). *Aydın Kent Bilgi Sistemi Araştırma Uygulama Projesi*. Aydın: Aydın Belediyesi.
- Alodalı, B., Tuncer, A., Usta, S., Halis, M. (2012). “Yerel Yönetimlerde E-Belediyecilik Uygulamaları: Akdeniz Bölgesi Örneği”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 83-95.
- Arıkboğa, E. (2013). “Geçmişten Geleceğe Büyükşehir Belediye Modeli”, *Yerel Politikalar*, Ocak –Haziran 2013, 48-96.
- Arıkboğa, E. (2014). “Büyükşehir Belediye Meclislerindeki Temsil Adaletsizliğinin Coğrafi ve Siyasi Görünümleri”, *Marmara Üniversitesi Siyasi Bilimler Dergisi*, 2(2), 35-61.
- Arslan, İ. (2019). *Python İle Veri Bilimi*. İstanbul: Pusula 20 Teknoloji ve Yayıncılık.
- Arslantunalı, M. (2020). *Ay Çöreği*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Aslan, M.G. (2013). “Yeni Medyanın Ne’liği ve Yöntem, Yeni Medya Çalışmaları”, *I. Ulusal Kongresi Bildirileri*, I, 102-110.
- Ateşoğlu, İ. (2003). “Marka İnşasında Slogan”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 259-264.
- Ayaz, Y. (2021). *Youtube Türkiye’de Şiddet Varlığının Analizi: Youtuberlar Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Giresun: Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aykaç, T. (2020). *İngilizce Dersinde Blog Kullanımının Akademik Başarıya Ve Derse Yönelik Tutuma Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aytaç, F. (1995). *Açıklamalı Köy Kanunu*. Ankara: Feryal Matbaası.
- Aziz, A. (2016). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Babacanlı, H., Sağiroğlu, Ş., Ulukol, B., Kısaç, İ., A. M., Ocak ve Turan, O. (2013). *Bilgi Teknolojileri ve İnternetin Bilinçli, Güvenli Kullanımı*, Telekomünikasyon Ankara: İletişim Başkanlığı.
- Balcı, A. (2013). “e-Devlet: Kamu Yönetiminde Yeni Perspektifler, Fırsatlar ve Zorluklar”, *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*, (Ed: A. Balcı, A. Nohutçu, N. K. Öztürk ve B. Coşkun), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Baştan, S. ve Gökbnar, R. (2004). “Kamu Hizmetlerinin Sunumunda e-devletle İlgili Yeni Gelişmeler: Tümlşik e-devlet Sistemlerine Doğru”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 71-89.
- Bauer, C., Dohmen, P., & Strauss, C. (2011). “Interactive Digital Signage-an İnnovative Service and its Future Strategies”. *2011 International Conference on Emerging Intelligent Data and Web Technologies (EIDWT)* (137-142). Austria: IEEE.
- Bauman, Z., Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. (Çev.: Elçin Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baykal, T., 2010. “Türkiye’de Çevre Yönetim Sisteminin Yerel Örgütlenmesi” *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 476–492.
- Bayoğlu, Y. (2021). *Doğu Anadolu Bölgesinde Bulunan Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Kurumsal İletişim Çalışmalarının Karşılaştırılması*

- Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bekdemir, Ü., Kocaman, S. & Polat, S. (2015). “Yeni Büyükşehir Yasası Sonrasında Türkiye’de Şehir Nüfusu ve Şehir Yerleşmeleri”. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(32), 277-297.
- Bennett, L.V., Manoharan, A. P. (2017). “The Use of Social Media Policies by us Municipalities. *International Journal of Public Administration*, 40(4), 317-328.
- Biçer, S. & Şener, Y. (2020) “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları”. *Selçuk İletişim*, 13(2), 589-627.
- Biricik, Z. (2019). *İlköğretim Çağındaki Çocuklarda Çevrimiçi Kültür Dolayımıyla Oluşan Dijital Oyun Pedagojisi Ve Etkileri: Erzurum Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Budak, E. (2021). “Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9 (1), 373-398.
- Candeğer, D. (2019). *Bloglarda Kullanılan Halkla İlişkiler Stratejileri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Çev.: Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (1996-2000).
- Caverly, D. C., & Ward, A. (2008). “Techtalk: Wikis and Collaborative Knowledge Construction”. *Journal of Developmental Education*, 36-37.
- Ceylan, L. H. (2013). *Sosyal Medya ve Gazetecilik*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chatfield, T. (2013). *Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız*. (Çev.: Levent Konca). İstanbul: Sel Yayıncılık. (2012).
- Coşkun, A. (2021). *Çokluk İçinde Yokluk Veya Dijital Medya Çağında Yalnızlık: Atatürk Üniversitesi Lisans Öğrencileri Açısından Bir İnceleme*. (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çakır, C. (2015). “E-Belediye: Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7 (1), 1-15.
- Çelebi, P. (2009). *Türkiye’de İnternet Ortamında Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu: Bloglar*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, A. (1998). “Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar”. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15 (1), 0-0
- Çelikli, D. (2022). *Gazeteciliğin Mekânsal Dönüşümü Kapsamında Yeni Nesil Habercilik: Youtube Haberciliği*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çeliksoy, E. (2020). “Türkiye’de Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve E-Devlet”. 21. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(27), 709-728.
- Çınar, H. (2019). *Türkiye’deki Blogların Bilimsel Metin Türü Açısından İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çoruh, M. (2008). *Bilişim Teknolojisi, Ekonomisi ve Toplumu. Evde, Okulda, İşyerinde ve Kentte Yaşantımız Nasıl Değişiyor?* Ankara: Post Yayıncılık.
- Çukurçayır, A. ve Çelebi, E. (2009), “Bilgi Toplumu ve E-Devletleşme Sürecinde Türkiye”, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 59-82
- Çukurçayır, Mehmet Akif (2000). “Yeni Yönetim Modeli Arayışları Çerçevesinde Halkın Yönetim Süreçlerine Katılım Olanakları”. *Yerel Yönetimler Sempozyumu Sunulan Bildiri (1-2 Ekim 2000)*. Ankara: TODAİE Yerel Yönetimler Araştırma ve Eğitim Merkezi. 211-224.
- Demir, M. (2015). “Kullanım ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Beykent Üniversitesi Örneği”. Özlem Oğuzhan (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. (131-198)* içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

- Demirel, Y. (2006). *Müşteri İlişkileri Yönetimi CRM=Başarı*, İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Demirörs, N. (2020). *Öğretmen Adaylarının Bilgisayar Dersinde Web Günlüğü (Blog) Platformunda Görsel Eğitim Kullanımının Akademik Başarılarına Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Derdiman, C. R. (2005). *Yeni Düzenlemelere Göre Yerel Yönetimler*. İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Dilmen, N. E. & Öğüt, S. (2010) “Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları”. *Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı*, 237-242.
- Dursun, H., 2007. “Belediye Dizgesine Getirilen Yeniliklere Genel Bir Bakış”, *TBB Dergisi*, Sayı 70, 359-426.
- Efendioğlu, İ. H. (2019). *Sosyal Medya Reklamlarına İlişkin Algıların Reklam Değerine Ve Marka Farkındalığına Etkisi: Y Kuşağı Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eke, A. (1985). “Anakent Yönetimi ve Yönetimler arası İlişkiler: Batı Deneyimi ve Türkiye”, *Amme İdaresi Dergisi*, 18 (4), 41-62.
- Eraslan, L., Çakıcı Eser, D. (2015). *Sosyal Medya Toplum Araştırma*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Erdal, M. (2002). “Elektronik Belediye Kavramı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Uygulaması”, *I. Bilgi ve Ekonomi Kongresi Tebliğleri Bildiriler Kitabı*, İzmit: Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F Yayını.
- Erdem, E. (2014). “E-Devlet Uygulamaları Açısından Türkiye İncelemesi ve Bir Model Önerisi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 734-746.
- Erdoğan, O. (2019). "Yerel Yönetimlerde Dijital Dönüşüm: Molenwaard Belediyesi Örneği". *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-74.
- Ergun, T. (2004). *Kamu Yönetimi Kuram ve Siyasa Oluşturma*, Ankara: TODAİE, Yayın No: 322.

- Ersöz, B. (2020). “Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0”, *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 58-65.
- Ertürk, H. (2020). “Dijital İletişim ve Finansal Teknolojinin Bir Araya Gelmesi: WeChat Örneği”. Nural İmik Tanyıldızı (Ed.). *Dijital İletişim Yaklaşımları*. (ss. 77-119) içinde. İstanbul: Efe Akademi Yayınevi
- Eryılmaz B. (2013). *Kamu Yönetimi – Düşünceler – Yapılar – Fonksiyonlar – Politikalar*, (6. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Eryılmaz, B. (2008). *Kamu Yönetimi*, Ankara: Okutman Yayıncılık.
- Garrigos-Simon, F. J., Soriano, D. R., Alcamí, R. L. and Ribera, T. B. (2012). “Social Networks and Web 3.0: their Impact on the Management and Marketing of Organizations”. *Management Decision*, 50(10), 1880-1890.
- Genç, Y. E. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Bunun Satın Alma Davranışlarına Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Geray, H. (1994). *Yeni İletişim Teknolojileri*. Ankara: Kılıçaslan Matbaacılık.
- Gere, C. (2019). *Dijital Kültür*. (Çev.: Aydoğdu Akın). İstanbul: Salon Yayınları. (2008).
- Goodwin, K. (2018). *Dijital Dünyada Çocuk Büyütmek*. (Çev.: Tülin Er). İstanbul: Notos Kitap Yayıncılık.
- Göçoğlu, D. (2020). *Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Yerel Katılım: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Bir Analiz*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Göker, G. (2015). “İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme” *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 389-410.
- Göncü, S. (2018). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme”. *TRT Akademi*, 3(6), 590-612.
- Görmez, K. (1997). *Yerel Demokrasi ve Türkiye*. Ankara: Vadi Yayınları

- Görün, M. (2006). “Yerel Demokrasi ve Katılım: İzmir, Konya ve Ağrı İl Genel Meclisi Üzerine Bir Araştırma”. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 160-183.
- Gözler, K. ve Kaplan, G. (2013). *İdare Hukukuna Giriş*. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Guthery, S. B. ve Cronin, M. J. (2002). *Mobile Application Development with SMS and the SIM Toolkit*, New York: McGraw Hill.
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*, İstanbul: Derin Yayınları.
- Güler, B. A. (2009). *Türkiye’nin Yönetimi*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Güveyi, Ö. (2020). *Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi: Kadıköy ve Üsküdar Örnekleri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Henden, H. B., Henden, R. (2005). “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve eBelediyecilik”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (14), 48-66.
- Henderson, A. and Bowley, R. (2010). “Authentic Dialogue? The Role of “Friendship” in a Social Media Recruitment Campaign”. *Journal of Communication Management*, 14(3), 237-257.
- İrızık, G. (2002). “Bilgi Toplumu mu, Enformasyon Toplumu mu, *Günce*, 24(6), 6-28.
- İşliyen, M. (2018). *Siyasal Katılım ve Sosyal Medya*. Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.
- İzci, F. ve Turan, M. (2013). “Türkiye’de Büyükşehir Belediye Sistemi ve 6360 Sayılı Kanun İle Büyükşehir Belediyesi Sisteminde Meydana Gelen Değişimler: Van Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 117-152.
- Kapan, K. & Üncel, R. (2020). “Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi”. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Karaca, Y., ve Öztürk, K.N. (2019). “Yeni Nesil Belediyecilik: Dijital Belediye Uygulamaları”. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 528-537.

- Karakaya Polat, R. (2006). *E-Belediyecilik Kılavuzu: Yerel Yönetim-Vatandaş Etkileşimi*. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Karakılçık, Y. (2013). *Yeni Yerel Bölgesel Gelişmeler Işığında Yerel Yönetimler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). “Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim”. Özlem Oğuzhan (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*. (ss. 112-130) içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Karataş, E. ve Tarhan, A. (2021). “Yerel Yönetimlerde E-Belediye Uygulamaları: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir İçerik Analizi”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 317-335.
- Kavruk, H. (2004). *Köy ve Mahalle: Yerleşim ve Yönetim Birimi*. Ankara: Odak Yayınevi.
- Kaya, E. (2003). *Yerel Yönetimler Reformu ve Belediyelerde Yeniden Yapılanma*. İstanbul: İlke Yayınları.
- Kaygısız, Ü. ve Sarı, S. “Belediyelerin Sosyal Medya Kullanımı: Burdur Belediyesi ve Burdur İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(2), 2015, 309.
- Kaynar, A. (2021). “Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme”. *Yeni Medya*, (10), 43-62.
- Kaypak, Ş. (2009). “Küreselleşme Sürecinde E-Dönüşüm ve Belediyelere Yansıması”, *7. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiri Kitabı*, Yalova, 215-234.
- Keleş, R. (2016). *Yerinden Yönetim ve Siyaset*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Koçak, A. & Arun, Ö. (2013). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”. *Selçuk İletişim*, 4 (3), 21-28.
- Kohen, A. (2002). “Çağrı Merkezleri: Yararları ve Bileşenleri”. *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, 22, 1-7.

- Kurt, A. & Göçer, A. (2021). “Mobil Öğrenme Aracı Olarak Podcastin Türkçe Öğretiminde Kullanılabilirliği Üzerine: Kuramsal Bir Çalışma”. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7 (2), 77-97.
- Kutlu, A. (2019). "Suskunluk Sarmalı 2.0: Türkiye’de Facebook Kullanımı Üzerine Bir Araştırma", *TESAM Akademi Dergisi*, 6(1), 43-75.
- Küçük, B. (2015). “Sosyal Medya, İhtiyaçlar ve Yeni Görsel Kimlik Sunumu Olarak Dijital Portfolyolar: Behance. Net”. Deniz Yengin (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları*. (ss. 57-78) içinde. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Lai, T. L. (2004) Service Quality and Perceived Value’s Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS), *Information Systems Frontiers*, 6 (4), 353-368.
- Layne, K. ve Lee, J. (2001). Developing fully functional E-government: A four stage model. *Government information quarterly*, 18(2), 122-136.
- Mano, M. M. (2007). *Dijital Tasarım*. (Çev.: Gürkan İşcan). Ankara: Akademi Yayınevi. (1984).
- Meriç, Ö. (2015). “Dijital Çağda Siyasal Gündem Belirleme Yaklaşımı”. Özlem Oğuzhan (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*. (241-266) içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Meydanlı, M.A. (2010). *E-Devlet ve Türkiye’de E- Devlet Uygulamalarının Kamu Hizmetleri Üzerindeki Etkisi: İçişleri Bakanlığı MERNİS Uygulaması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nalçaoğlu, H. (2013). “Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve”. Sevdal Alankuş (Ed.). *Medya ve Toplum*. (52) içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Negiz, N. (2015). “İdari ve Mali Açından Türkiye’de Yerel Yönetimler”. Mehmet Mecek, v.d (Ed.). *Avrupa Perspektiflerinin Yerel Yönetimlere Etkisi*. (311) içinde. Antalya: Bekad Yayınları.

- Odyakmaz, Z., Kaymak, Ü., Ercan, İ. (2008). *Anayasa Hukuku-İdare Hukuku*. İstanbul: Pegem Yayınevi.
- Oğurlu, Y. (2010). *İdare Hukukunda “e-devlet” Dönüşümü ve Dijitalleşen Kamu Yönetimi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık
- Ökmen, M. ve Parlak, B. (2010). *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler*. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Ökmen, M. ve Parlak, B. (2013). *Kuram ve Uygulamada Yerel Yönetimler*. Ankara: Orion Yayınları.
- Ökmen, M. ve Parlak, B. (2015). *Yerel Yönetimlerde Yeni Vizyonlar*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Öz, T. P. (2012). “Pelikülden Dijitale Sinemada Seyir Kültürü ve Seyircinin Değişen Konumu”. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(2), 65-73.
- Palvia, S. C. J. ve Sharma, S. S. (2007). “E-government and e-Governance: Definitions/Domain Framework and Status Around the World”. *Paper presented at the International Conference on E-governance*.
- Parlak, B. ve Sobacı, M. Z. (2012). *Ulusal ve Küresel Perspektifte Kamu Yönetimi Teorik ve Pratik*, (4. Baskı). Bursa: MKM Yayınları.
- Polat, F. Y. (2022). *Dijital Medya Döneminde Siber Zorbalık Ve Siber Mağduriyet*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Robinson, G. and Morley, C. (2006). “Call Centre Management: Responsibilities and Performance”, *International Journal of Service Industry Management*, 17(3), 284-300.
- Sabuncuoğlu, A., ve Gülay, G. (2016). “Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15), 107-137.

- Sarıyer, N. (2007). “Çağrı Merkezi Tüketici Profili: Banka Çağrı Merkezleri’nde Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 473-493.
- Sayimer, İ. (2006). “Halkla İlişkilerde Hedef Kitlelerle Çift Yönlü Simetrik İletişim Kurmak Amacıyla Web Siteleri Kullanımı”, *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı 1-3 Kasım, İstanbul*, 163-172.
- Sezer, B. U. (1996). “Yerel Yönetimler ve Halkla İlişkiler”, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 5(6), 59-67.
- Solanki, M. R., and Dongaonkar A. (2016). “A Journey of Human Comfort: Web 1.0 to Web 4.0 International”, *Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI) III(IX)*, September 2016|ISSN 2321–2705
- Şahin İpek, E. A. (2018). “Türkiye’de Belediye Gelirlerinin Değerlendirilmesi”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Aralık 2018, 20(2), 1-19.
- Şahin, Ali (2007), “Türkiye’de E-Belediye Uygulamaları ve Konya Örneği”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.29, 161-189.
- Şat, N. (2016). “Türkiye’de Büyükşehir Belediyelerinin Genel Ağ (Web) Sitelerinin Analizi”, *Türk İdare Dergisi*, 482(1), 183-237.
- Şen, B. (2019). *Halkla İlişkilerin Sosyal Medyadaki Bloglarda Kullanımı*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengöz, A. ve Eroğlu, E. (2017). “Örgütlerde Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal Medya Algıları, Amaçları ve Kullanım Alışkanlıkları”. *E-Gifder*, 5(1), 503-524.
- Şengül, R. (2019). *Yerel Yönetimler*. (10. Baskı), Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Talıhaıtı, N. (2020). *Sosyal Medyadanın Pazarlama İletişiminde Kullanılması: Çin’in Wechat Pazarlama Stratejisi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşkıran, N. (2010). *İletişim Olarak Reklamcılık*. (Birinci Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Telli, A. (2012). “İnternet ve Sosyal Medya’nın Dünyada ve Türkiye’de Kamu Yönetimlerinde Kullanımı: Devlet 1.0 Anlayışından Devlet 2.0 Anlayışına

- Geçiş”, Ed.Edibe Sözen, *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Toksöz, F. (Haz.). (2008). *Yönetişim El Kitabı*. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Toprak, E. (2005). *Demokratik ve Etkin Bir Devlet İçin Türk Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma*. Ankara: Şubat Yayınları.
- Toprak, H. (2019). *6360 Sayılı Yasanın Olumlu VE Olumsuz Yönleri: Denizli Kenti Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi), Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı,
- Toraman, T. (2021). *Radyo Dramalarında Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: Trt Radyo Tiyatrosu Podcastleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H., Özer, A. (2014), “*Mahalli İdareler*”, Yenilenmiş (3. Basım), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türk, M. S., Avcı, Ö. (2020). “Yeni Medya ve Propaganda”. Himmet Hülür ve Cem Yaşın (Ed.). *Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim*, (412) içinde. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Türkoğlu, İ. (2009), *Yerel Yönetimlerde Mali Reform Arayışları: Türkiye’de Belediyelerde Mali Özerklik ve Belediye Başkanlarının Mali Özerklik Algılaması*, Ankara: Maliye Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No:2009/ 389.
- Uluçay, D. M., Uzun, K. (2017). “İş Ortamında Whatsapp Kullanımı ve Kesintiye Uğrama”. *Selçuk İletişim*, 10(1), 216 - 261.
- Ulusoy, A. ve Çobanoğulları, G. (2013). “Trabzon Belediyesi Örneğinde EBelediyecilik Uygulamaları: Trabzon”, *Türk İdare Dergisi*, 477, 269-284
- Ulusoy, A. ve T, Akdemir. (2001). *Mahalli İdareler*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Ural, A., Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygun, O. (2014). *Devlet Teorisi*. İstanbul: Levha Yayıncılık.

- Uysal, Z. (2021). *Dijital Medyanın Topluma Etkileri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Wilcoxi D. ve Cameron, T. G. (2006). *Public Relations Strategies and Tactics*. London: Pearson Education Inc.
- Yankın, F. B. (2019). “Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı” [Elektronik Sürüm]. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-Dergi*, 7(2), 1-38.
- Yavuz, C. N. (2018). “Instagram'da Alışveriş Ve Materyalizm”. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 4 (1), 1-11.
- Yavuz, Ş. (2009). *Reklamın Toplumsal Yansımaları ve Yeni Reklam Biçimleri*. (Birinci Baskı). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Yayla, H. M. (2018). “Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği”. *Selçuk İletişim*, 11 (1), 40-65.
- Yengin, D. (2015). “Yeni Medyanın Olanakları: Semantik Web” *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* January 2015, 5(1), 44-53.
- Yeniceler, İ. (2020). “Sosyal Medyada Veri Sömürgeciliğinin Facebook Uygulaması Üzerinden İncelenmesi”, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* ISSN: 2146-5193, 10(1), 45-57.
- Yeniyıldız, S. (2020). *Yerel Yönetimlerde E-Belediye Uygulamaları: Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, S. (2015). *Yerel Yönetim ve Demokrasi*. İstanbul: MBB Kültür Yayınları.
- Yılmaz, A. (2013). *Dijital Kent Uygulamalarının, Kent Yönetimine Etkileri: 'Trabzon İli E-Belediye Örneği'*. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yomaralıoğlu, T. (2000). *Coğrafi Bilgi Sistemleri Genel Kavramlar ve Uygulamalar*, (3. Baskı), Trabzon: Kent ve Altyapı Bilgi Sistemi Uygulamaları.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (Erişim Tarihi: 17.02.2022)

<https://www.hazhistoria.net/blog/historia-del-www-de-la-web-10-la-web-30> (Erişim Tarihi: 29.01.2022)

TDK. (2021). Teknoloji. Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 20.01.2022)

www.tr.wikimedia.org (Erişim Tarihi: 26.02.2022)

1949 Tarihli 5442 sayılı İl İdaresi Kanun Alıntı: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.5442.pdf>, (09.04.2022)

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500> 2021 yılı nüfus özellikleri Erişim Tarihi 16.04.2022

https://web.archive.org/web/20160129141153/http://www.tuik.gov.tr/yillik/Ist_gosterger.pdf 1950 yılı nüfus özellikleri Erişim Tarihi: 16.04.2022

Dijital Billboardlar / <https://digitalage.com.tr/billboard-reklamciligin-gelisimi-ve-yeni-teknolojiler/> Erişim Tarihi: 17.06.2022

Kiosk Uygulamaları / <https://tr.wikipedia.org/wiki/Kiosk> Erişim Tarihi 20.06.2022

KANUNLAR

442 Sayılı Köy Kanunu, Resmi Gazete Tarih: 07. 04. 1924, Sayı: 68

1982 ANAYASASI, RG., 20.10.1982/

442 SAYILI KÖY KANUNU, R.G. 7.4.1924/ 68.

5302 SAYILI İL ÖZEL İDARESİ KANUNU, RG. 4.3.2005/25745.

1580 SAYILI BELEDİYE KANUNU, R. G. 14.4.1930/1471.

5393 SAYILI BELEDİYE KANUNU, RG., 13.7.2005/25874.

5216 SAYILI BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE KANUNU, RG. 23.07.2004/25531.

6360 sayılı ON DÖRT İLDE BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ VE YİRMİ YEDİ İLÇE KURULMASI İLE BAZI KANUN VE KANUN HÜKMÜNDE

KARARNAMELERDE DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA DAİR KANUN, RG.
06.12.2012/ 28489.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Kadir DOĞAN
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Y. Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	