U.Ü. S.B.E.
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

KENT KONSEYLERİNİN SOSYAL MEDYADA PAYDAŞLARIYLA ETKİLEŞİMİ: TWİTTER ÖRNEĞİ
(YÜKSEK LİSANS)

RIDVAN TEKİN

BURSA
2023



T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

KENT KONSEYLERİNİN SOSYAL MEDYADA PAYDAŞLARIYLA ETKİLEŞİMİ: TWİTTER ÖRNEĞİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Rıdvan TEKİN

BURSA - 2023

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

KENT KONSEYLERİNİN SOSYAL MEDYADA PAYDAŞLARIYLA ETKİLEŞİMİ: TWİTTER ÖRNEĞİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Rıdvan TEKİN

Danışman:
Doç. Dr. Fatih GÜRSES

BURSA - 2023

ÖZET

Yazar Adı Soyadı	**Rıdvan TEKİN**
Üniversite	**Bursa Uludağ Üniversitesi**
Enstitü	**Sosyal Bilimler Enstitüsü**
Anabilim Dalı	**Yönetim Bilişim Sistemleri**
Tezin Niteliği	**Yüksek Lisans Tezi**
Mezuniyet Tarihi	**……../……../2023**
Tez Danışmanı	**Doç. Dr. Fatih GÜRSES**

KENT KONSEYLERİNİN SOSYAL MEDYADA PAYDAŞLARIYLA ETKİLEŞİMİ: TWİTTER ÖRNEĞİ

Kent konseyleri, yerelde katılımcı ve müzakereci demokrasi adına katkı sunması beklenen kurumlardır. Bu bakımdan kent konseylerinin paydaşlarıyla etkileşim kurma noktasında başarısı önemli hale gelmektedir. Bu noktada sosyal medya platformları, kent konseyleri-paydaş etkileşiminin sağlanmasında önemli bir rol üstlenebilir. Buradan hareketle bu çalışma kent konseylerinin sosyal medya platformlarında paydaşlarıyla etkileşimine odaklanmaktadır. Çalışmada Türkiye'deki kent konseylerinin bir sosyal medya platformu olan Twitter özelinde paydaşlarıyla etkileşimi araştırma konusu edilmiştir.

Araştırma kapsamında kent konseyleri-paydaş etkileşiminin ölçülmesine yönelik olarak Bonson ve Ratkai (2013) tarafından geliştirilmiş olan ölçüm seti kullanılmıştır. Söz konusu ölçüm seti popülerlik, bağlılık ve yayılma etkinliği gibi alt kriterler özelinde kurum-paydaş etkileşim düzeyini belirlemeye olanak sunmaktadır. Çalışma kapsamında, ilgili ölçüm seti, çalışmaya dahil edilebilme gerekliliklerini karşılayan 52 kent konseyine uygulanmıştır.

Çalışmanın bulguları genel olarak literatürde yer alan önceki çalışmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Buna göre, kent konseylerinin paydaşlarıyla etkileşim düzeyinin oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Öte yandan, en yüksek etkileşimin olduğu kategori popülerliktir. Takipçi sayısının fahiş bir şekilde artması ise çeşitli sebeplerden ötürü etkileşim düzeyini olumsuz etkilemektedir. Son olarak kent konseyleri arasında etkileşim düzeyi en yüksek olan grup il belediyesi kent konseyleridir. Bunu ise sırasıyla büyükşehir ilçe belediyesi kent konseyleri ve büyükşehir belediyesi kent konseyleri takip etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kent Konseyleri, Sosyal Medya, Paydaş Etkileşimi, Türkiye, Twitter

ABSTRACT

Name & Surname	**Rıdvan TEKİN**
University	**Bursa Uludag University**
Institute	**Institute of Social Sciences**
Field	**Management Information Systems**
Degree Awarded	**Master**
Date Of Degree Awarded	**……../……../2023**
Supervisor	**Assoc. Prof. Fatih GÜRSES**

ENGAGEMENT OF CITY COUNCILS WITH THEIR STAKEHOLDERS IN SOCIAL MEDIA: TWİTTER EXAMPLE

City councils are institutions that are expected to contribute to participatory and deliberative democracy at the local level. In this respect, the success of city councils in interacting with their stakeholders becomes important. At this point, social media platforms can play an important role in ensuring the engagement between city councils and stakeholders. From this point of view, this study focuses on the engagement of city councils with their stakeholders on social media platforms. In this study, the engagement of the city councils in Turkey with their stakeholders, specifically Twitter, which is a social media platform, has been investigated.

Within the scope of the research, the measurement set developed by Bonson and Ratkai (2013) was used to measure the city councils-stakeholder engagement. The said measurement set allows to determine the level of institution-stakeholder engagement specific to sub-criteria such as popularity, commitment and virality. Within the scope of the study, the relevant measurement set was applied to 52 city councils that met the inclusion requirements.

The findings of the study are generally similar to the findings of previous studies in the literature. Accordingly, it has been observed that the engagement level of the city councils with their stakeholders is quite low. On the other hand, the category with the highest engagement is popularity. The excessive increase in the number of followers negatively affects the level of engagement for various reasons. Finally, the group with the highest level of engagement among the city councils is the city councils of the provincial municipalities. This is followed by metropolitan district municipality city councils and metropolitan municipality city councils, respectively.

Keywords: City Council, Social Media, Stakeholder Engagement, Turkey, Twitter

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın tamamlanması aşamasında, birçok değerli kişinin desteği ve yardımlarıyla karşılaştım. Bu vesileyle, içtenlikle teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

İlk olarak, bu yüksek lisans çalışmam boyunca beni yönlendiren ve rehberlik eden danışman hocam Doç. Dr. Fatih GÜRSES'e en içten teşekkürlerimi iletmek istiyorum. Sınırsız sabrı, bilgeliği ve ilgisi sayesinde, araştırmamı şekillendirme ve geliştirme konusunda bana büyük bir destek sağladı. Onun öğretimi ve rehberliği olmadan, bu başarıya ulaşmam mümkün olmazdı.

Ayrıca, tez jürisinde yer alan Doç. Dr. Melih ENGİN ve Doç. Dr. Erkan ARSLAN'a da teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Değerli görüşleri, eleştirileri ve katkıları, çalışmamın kalitesini artırmama yardımcı oldu. Bana verdikleri zaman ve enerji için minnettarım.

Bununla birlikte, tez yazma sürecimde önemli bir rol oynayan ve büyük destek sağlayan İbrahim ÇELİK ve Murat ÇELEBİ'ye de en içten teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Sizin destekleriniz ve sürekli teşvikleriniz olmadan, bu çalışmayı tamamlamak benim için zor olurdu. Sizlerin yardımı ve rehberliği sayesinde, bu tez çalışmasını başarıyla sonuçlandırabildim.

Son olarak, aileme ve arkadaşlarıma, sonsuz sevgi, anlayış ve destekleri için teşekkür etmek istiyorum. Sizler, beni her zaman cesaretlendirdiniz ve inandınız. Moral verici sözleriniz ve sabrınız olmadan, bu zorlu yolculukta başarıya ulaşmam mümkün olmazdı. Sizin destekleriniz ve katkılarınız, benim için değerli ve unutulmazdır. Sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET iii
ABSTRACT iv
ÖNSÖZ v
İÇİNDEKİLER vi
TABLOLAR viii
ŞEKİLLER ix
KISALTMALAR x
GİRİŞ 1
1. TEORİK ARKA PLAN 4
1.1. Demokrasi: Tanım ve Kavramsal Çerçeve 4
1.2. Yerel Yönetimler, Yerel Demokrasi ve Yerel Gündem 21'ler 6
1.3. Türkiye'de Yerel Yönetimler, Yerel Demokrasi ve Kent Konseyleri 7
1.4. Kent Konseylerinin Bilişim Teknolojileri ve Sosyal Medya Kullanımı 9
1.5. Sosyal Medya – Paydaş Etkileşimi Odaklı Ölçüm Setleri 11
2. LİTERATÜR TARAMASI: SOSYAL MEDYADA PAYDAŞ ETKİLEŞİMİ ÖLÇÜM SETLERİNİ MERKEZE ALAN ÇALIŞMALARA DAİR BİR LİTERATÜR TARAMASI 14
3. YÖNTEM 25
3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları 25
3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi 25
3.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi 28
4. BULGULAR 31
4.1. Betimleyici İstatistikler 31
4.1.1. Kent Konseyi Gruplarının Nüfus ve Takipçi Sayıları ile Oranları 31
4.1.2. Kent Konseyi Gruplarının Retweet ve Tweet Dağılımları 34
4.1.3. Kent Konseylerinin 1 Yıllık Retweet, Yorum ve Beğeni Sayıları 38
4.2. Etkileşim Analizine İlişkin Bulgular 43
4.2.1. Kent Konseylerinin Popülerlik Kriterine Göre Sıralamaları 43
4.2.2. Kent Konseylerinin Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları 47
4.2.3. Kent Konseylerinin Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralamaları 51
4.2.4. Kent Konseylerinin Etkileşim Skorları 54
5. TARTIŞMA 58

6. SONUÇ VE ÖNERİLER 61
KAYNAKÇA 64
EKLER 73

TABLOLAR

Tablo 1. Bonsón ve Ratkai'nin (2019) Ölçüm Seti 13
Tablo 2. Yerel Yönetimler-Paydaş Etkileşimine Yönelik Yapılmış Çalışmalar 14
Tablo 3. Çalışmaya Dâhil Edilen Kent Konseyleri ve Twitter Hesapları 28
Tablo 4. Bónson ve Ratkai'nin (2019) Ölçüm Seti 30
Tablo 5. Büyükşehir Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları 32
Tablo 6. İl Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları 33
Tablo 7. Büyükşehir İlçe Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları 33
Tablo 8. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri 39
Tablo 9. İl Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri 40
Tablo 10. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri 42
Tablo 11. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması 44
Tablo 12. İl Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması 45
Tablo 13. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması 46
Tablo 14. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları 48
Tablo 15. İl Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları 49
Tablo 16. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları 50
Tablo 17. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması 52
Tablo 18. İl Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması 53
Tablo 19. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması 53
Tablo 20. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları 55
Tablo 21. İl Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları 55
Tablo 22. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları 56
Tablo 23. Popülerlik, Yayılma Etkinliği ve Bağlılık Boyutlarının Çalışmalara Göre Sıralaması 60

ŞEKİLLER

Şekil 1. BB. Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı 35
Şekil 2. İl Belediye Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı 36
Şekil 3. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı 37
Şekil 4. Çalışma Gruplarına Ait Bir Yıllık Tweet ve Retweet Ortalamaları 37
Şekil 5. Kent Konseyi Grupları Popülerlik Ortalamaları 47
Şekil 6. Kent Konseyi Grupları Bağlılık Ortalamaları 51
Şekil 7. Kent Konseyi Grupları Yayılma Etkinliği Ortalamaları 54

KISALTMALAR

AB	**:** Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
akt	: Aktaran
B	: Bağlılık
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BM	: Birleşmiş Milletler
bkz	: Bakınız
BT	: Bilgi Teknolojileri
E	: Etkileşim
E-Devlet	: Elektronik Devlet
EMME	: Doğu Akdeniz ve Ortadoğu Bölge Teşkilatı
IULA	: Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği
LA	: Local Agenda
P	: Popülerlik
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
vd	: Ve Diğerleri
Y	: Yayılma Etkinliği
YG 21	: Yerel Gündem 21

GİRİŞ

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim tüm alanlarda olduğu gibi kamu sektöründe de etkisini göstermiş ve kamuda bir dönüşüm sürecini başlatmıştır. Vatandaşların artık yönetim süreçlerinde seyirci olmaktan ziyade aktif katılımcı olmak istemeleri de bu sürecin bilgi ve iletişim teknolojileri ile yeniden tasarlanmasına olanak sağlamaktadır (Arslan, 2022). Sosyal ağlar başta olmak üzere sosyal medya adı verilen bir dizi etkileşimli web uygulaması demokratik düzlemde imdada yetişmiş ve temsili demokrasinin en büyük açmazlarından biri olan ölçek probleminin ortadan kaldırılabilmesi ya da en azından bir ölçüde azaltılabilmesi adına işlev görmeye başlamıştır. Dolayısıyla bu platformlar ile geniş kitlelere ulaşma ve vatandaşlardan daha fazla geri bildirim almak imkanlı ve daha kolay hale gelmektedir (Golbeck, Grimes, Rogers, 2010).

Bu bağlamda genel olarak ifade edilecek olursa bu tez çalışması bilişim teknolojilerinin demokrasiye olan katkısına odaklanmaktadır. Bunu ise Türkiye özelinde yapmaktadır. Bilindiği üzere yerel yönetimler başta olmak üzere yerel düzlemde ortaya çıkan diğer demokratik oluşumlar demokrasi için iyi bir uygulama alanı görünümündedir. Çünkü bu düzeyde ölçek probleminin nispeten hafifletilebilmesi ya da aşılabilmesi imkânı vardır. Fakat günümüzde yerel düzeyde dahi nüfuslar öyle kalabalık hale gelmiş ve profesyonel mesleklere sahip olma başta olmak üzere çeşitli gerekçelerle vatandaşların siyasal katılıma ayırabilecekleri zaman o kadar sınırlı hale gelmiştir ki yerel düzeyde dahi demokrasiye katılımı sağlayabilmek adına ilave girişimlerde bulunmak gerekmektedir. Bu noktada imdadımıza bilişim teknolojileri yetişmektedir. Bilişim teknolojileri içerisinde ise etkileşimli bilişim uygulamaları olarak kabul edilebilecek olan sosyal medyadan yararlanabilmek mümkündür.

Dünya genelinde günlük ortalama internet kullanım süreleri neredeyse 7 saate, sosyal medya kullanım süreleri ise yaklaşık 3 saate ulaşmış durumdadır (Kemp, 2022). Türkiye ise hem internet hem de sosyal medya kullanım süreleri açısından dünya ortalamasının üzerinde yer almaktadır. Hal böyle iken Türkiye'de özellikle de demokratik kurum ve kuruluşlar açısından genel olarak bilişim teknolojileri başta olmak üzere özellikle de sosyal medya eksenli araştırmalara odaklanmak daha bir önemli hale gelmektedir.

Buradan hareketle bu tez çalışmasında yerel demokratik kurumlar içerisinde önemli bir yer teşkil eden kent konseylerinin sosyal medya kullanımına odaklanılmıştır. Çalışmada Twitter platformu üzerinden kent konseylerinin sosyal medyada paydaşlarıyla olan etkileşimi analize tabi tutulmuştur.

Sosyal medya; katılım, bağlılık, konuşma ve açıklık gibi özellikleri bünyesinde barındırmaktadır ve tüm bu özellikleri itibariyle kamusal alanda online katılım için teşvik edici bir araç görevi görmektedir (Yeşildal, 2019: 884). İşte tam da bu noktada ilgili literatürde beğeni, yorum, retweet ve takipçi sayısı gibi parametreler üzerinden sosyal medyada kurum-paydaş etkileşimini analize tabi tutan ölçüm setleri bulunmaktadır (bkz. Oviedo-Garcia, (2014); Triantafillidou, (2015); Agostino, (2013); Hoffman & Fodor, (2010); Bonsón & Ratkai (2013)).

Türkiye özelinde ilgili literatürde bu ölçüm setleri kullanılarak yerel yönetimler ve kent konseylerinin sosyal medyadaki etkileşimlerinin ne düzeyde olduğunun tespit edilmesine yönelik yalnızca 3 adet çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan; iki tanesi yerel yönetimler (bkz. Sobacı & Hatipoğlu, 2017; Hatipoğlu vd., 2020) diğeri ise kent konseyleri özelinde (bkz. Gürses & Çelik, 2021) yapılmıştır. Kent konseylerinin etkileşim düzeylerinin analizi bağlamında yapılan sadece bir çalışma ve bu çalışmanın da yalnızca Marmara Bölgesindeki Kent Konseylerine odaklanmış olmasından dolayı literatürde söz konusu alanda boşluk olduğu kanaatine varılmıştır. İşte çalışmanın dayanak noktasını da Türkçe literatürdeki söz konusu bu boşluk oluşturmaktadır. Buradan hareketle bu tez çalışmasında Twitter platformu inceleme nesnesi kabul edilmek suretiyle çalışmaya dahil edilebilmek adına gerekli kriterleri sağlayan Türkiye'deki tüm kent konseyleri etkileşim analizine tabi tutulmuştur.

Bu amaç doğrultusunda esasen yerel yönetim-paydaş etkileşiminin ölçülmesi amacıyla geliştirilmiş ancak kent konseyleri özelinde de paydaş etkileşiminin ölçülmesine imkân tanıyan Bonsón ve Ratkai (2019) tarafından geliştirilmiş ölçüm seti kullanılmıştır. Türkiye'deki kent konseylerinin etkileşim düzeylerinin ölçülmesine yönelik yapılan bu çalışma, resmi Twitter hesabına sahip Türkiye'deki tüm kent konseylerini kapsamına dahil ettiğinden, bu ölçekte alanında yapılan ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır. Çalışma neticesinde elde edilen bulguların bundan sonraki süreçte

kent konseylerinin Twitter başta olmak üzere sosyal medya platformundaki paylaşımlarına yön vermesi ve yol gösterici olması beklenmektedir.

Bu bağlamda tez çalışmasında öncelikle "Teorik Arka Plan" başlığında sırasıyla; demokrasi, yerel yönetimler, yerel demokrasi ve yerel gündem 21, kent konseyleri, kent konseylerinin bilgi teknolojileri ve sosyal medya ilişkisi genelden özele doğru indirgenerek ele alınmış ve bu başlık altında son olarak sosyal medya-paydaş etkileşimi odaklı ölçüm setlerine yer verilmiştir. Çalışmanın bir sonraki başlığı olan "Literatür "Taraması" başlığı altında ise sosyal medya-paydaş etkileşimi ölçüm setlerini merkezine alan çalışmalar ele alınmıştır. Bu noktada hemen ifade etmek gerekir ki çalışmanın odak noktası kent konseyleridir. Ancak literatürde kent konseyleri ve benzer işleve sahip olan kurumlara yönelik olarak çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında elde edilen bulguların değerlendirilebilmesi ve karşılaştırılabilmesi adına en benzer yapıda ve işleve sahip kurumlar olarak karşımıza çıkan yerel yönetimler üzerine gerçekleştirilmiş paydaş etkileşimi çalışmalarına da yer verilmiştir. Ardından "Yöntem" başlığında çalışmanın amacı, önemi ve kapsamı açıklandıktan sonra çalışmaya yön veren temel araştırma soruları ortaya konmuştur. Daha sonra araştırmanın evren ve örneklemine yer verilmiştir. Yöntem başlığı altında son olarak, çalışma kapsamındaki verilerin nasıl toplandığı ve analiz edildiği açıklanmıştır. Bir sonraki başlık olan "Bulgular" başlığında ise araştırma neticesinde elde edilen bulgulara yer verilmiştir. "Tartışma" başlığında bulgular, ilgili literatürde yer alan diğer çalışmalar ile karşılaştırmalı bir şekilde değerlendirilmiştir. Son başlık olan "Sonuç ve Öneriler" başlığı altında ise çalışma kapsamında elde edilen bulgulara ilişkin genellenebilir sonuçlar çıkarılmaya çalışılmış, özellikle de kent konseyleri için Twitter ve sosyal medya kullanımı hakkında öneriler geliştirilmiştir.

1. TEORİK ARKA PLAN

1.1.Demokrasi: Tanım ve Kavramsal Çerçeve

Demokrasi, günümüzde yaygın bir uygulama alanına sahip bir yönetim şeklidir. Latince'de bu kavram halk anlamına gelen "demos" ve iktidar-egemenlik anlamına gelen "kratos" kelimelerinin birleştirilmesinden meydana gelmiştir (Diamond & Morlino, 2004). Abraham Lincoln'den aktaran Tunç'a göre Lincoln bu kavram için "halkın, halk tarafından halk için yönetilmesi" (Lincoln, akt. Tunç, 2008) tanımını yapmıştır. Tarihte demokrasinin ilk uygulama alanı bulduğu yer Atina kent devletidir ve o dönemde bazı başkaca Antik Yunan kent devletlerinde uygulandığı bilinmektedir (Tunç, 2008). Ancak o dönemde vatandaş kavramının sadece o şehirde doğmuş ve belirli bir yaşa gelmiş hür erkeklere ithaf edildiği, köleler, kadınlar ve yabancıların ise vatandaş olarak tanımlanmadığı bilinmektedir (Varlık & Ören, 2003; Özdemir, Şimşek, & Aktaş, 2006). Vatandaş kavramının günümüze göre her ne kadar farklı olduğu anlaşılsa da vatandaş sınıfındaki halkın bir mecliste toplanarak isteklerini/arzularını doğrudan dile getirip bu konular üzerindeki tartışmaları, demokrasinin aracısız/doğrudan formunu bizlere yansıtmaktadır. Her ne kadar bu dönemde doğrudan demokrasinin izleri ile karşılaşılsa da antik dönemdeki uygulanan doğrudan demokrasinin, özellikle ölçek problemi nedeniyle modern demokrasiye kadar rafa kaldırıldığını söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır.

Diğer yandan geçmişten günümüze kadar yaşanan savaşlar, toplumsal olaylar ve ülkelerin yönetim anlayışındaki gelişmişlik düzeyleri, demokrasi kavramında da anlamsal bakımdan çeşitlilik yaratmıştır. Mutlak hakimiyetin feodal sisteme, feodal sistemin merkezi krallıklara, krallıkların ise yıkılarak yerini parlamentolu döneme bırakması, yönetim biçimlerindeki değişiklikleri zorunlu kılmıştır (Pustu, 2016). Tarihsel süreç içerisinde köklü değişimlere istinaden demokrasinin de çeşitli formları doğmuş ve bugün liberal, çoğulcu, parlamenter, katılımcı gibi ön adlar ile anılan pek çok demokrasi örneği ortaya çıkmıştır. Egemenliğin kullanılması bakımından ise demokrasi; temsili, doğrudan ve yarı doğrudan gibi ön adlar ile anılarak günümüzde kullanılan en yaygın yönetim şekilleri olarak yerlerini almışlardır. Günümüzde birçok ülke tarafından da tercih edilen temsili demokrasi; pratikte doğrudan kullanılması güç olan halk egemenliğinin, yine halk tarafından seçilen temsilciler vasıtasıyla kullanılmasına olanak sağladığı demokrasi

türüdür (Aliefenedioğlu, 2005). Bu demokrasi türünde seçilen temsilciden, onu seçen topluluğun fikirlerini-isteklerini benimsemesi ve savunması beklenir. Bu vesile ile dolaylı olarak gerçekleştirilen demokraside karar mekanizmasının hızlı, etkin ve halkın istediği gibi bir yönetim anlayışının uygulanması istenir. Ancak özellikle de bilgi ve iletişim teknolojilerinin öncülük ettiği hızlı gelişim, devlet özelindeki yönetimsel süreçlerin dönüşümünü de zorunlu kılmıştır. Temsili demokrasinin bu değişimlere yeterli düzeyde cevap verememesi nedeniyle bu demokrasi türünün uygulamadaki yeri tartışılmaya ve sorun alanları gündeme gelmeye başlamıştır (Şinik, 2009, Sitembölükbaşı, 2005; Nacak, 2014; Barber, 2014).

Temsili demokrasideki sorunların gündeme gelmeye başlamasıyla beraber tekrardan doğrudan demokrasinin uygulanabilirliği tartışılmaya başlanmıştır. Çünkü doğrudan demokrasi ideal demokrasi olarak anılmaktadır (Kaypak, 2012). Ancak özellikle ölçek problemi nedeniyle doğrudan demokrasinin pratikte uygulanabilmesinin pek mümkün olamayacağına önceki paragraflarda değinilmişti. Dolayısıyla günümüz küreselleşen dünyasında vatandaşların demokrasi süreçlerinde aktif rol almak istemeleri ve temsili demokrasinin uygulamada karşılaşılan sorunlara etkin cevap verememesi, demokrasinin katılımcı formlarının gündeme gelmesine neden olmuştur. Bir bakıma günümüzde, uygulamadaki temsili demokrasinin katılımcılık çerçevesinde yeniden düzenlenerek demokratik niteliğinin olgunlaştırılması fikri tartışılmaya başlanmıştır.

Katılımcı demokrasi, vatandaş faydasının gözetilerek ister azınlık ister çoğunluk olsun fark gözetmeksizin her vatandaşın yönetim süreçlerindeki söz hakkını ifade eder (Aliefendioğlu, 2005; Barber, 2014; Zengin, 2019). Halkın sadece seçimlerde oy kullanarak egemenlik hakkını kullanması değil, seçimden sonraki zamanlarda da vatandaşların egemenlik haklarını savunması gerektiğine dayanan bir yönetim anlayışıdır. Uygulamada her bireyin yönetim sürecine dahil olmasının neredeyse mümkün olamayacağı belirtilmişti. Bu nedenle katılımcı demokrasi devlet dışında kalan aktörlerden isteyenlerin yönetime katılmasına olanak sağlar. Buradan hareketle katılımcı demokrasinin özellikle de yerel düzeyde benimsenmesi, siyasal olgunluğun geliştirilmesi ve vatandaşın yönetsel kararlarda daha etkin olması adına büyük önem arz etmektedir (Çevikbaş, 1995 akt. Kaypak, 2012). Yerelde halkın ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuş yerel yönetimler, vatandaşa merkezi yönetimlerden daha yakın kuruluşlar olması bakımından halkın katılımı da bu kuruluşlar ile daha kolay bir şekilde sağlanabilir.

Günümüzde ülkelerin demokratikleşmesinin yolunun yerel yönetimlerdeki etkin demokratik hareketten geçtiği düşünülmektedir. Bunun sebebi yerel yönetimlerin, doğrudan halk katılımına daha yatkın ve elverişli kurumlar olması, çoğunluk ilkesi, vatandaş katılımı ve halka hesap verme gibi demokrasinin temel ilkelerinin daha kolay gerçekleştirilmesine olanak sağlamalarından kaynaklanmaktadır (Pascal, 2022; Pustu, 2005). O halde demokratik süreçte katılımın artırılması bakımından demokratik yerel yönetimler ve dolayısıyla da yerel demokrasi kavramları oldukça önemli hale gelmektedir.

1.2. Yerel Yönetimler, Yerel Demokrasi ve Yerel Gündem 21'ler

Yerel yönetimler; merkezi yönetimlerin dışında, yereldeki topluluğun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuş, karar organlarını doğrudan halkın seçtiği ve özerk, demokratik kurumlar olarak (Urhan, 2008) tanımlanmaktadır. Yerel ölçekte sosyal, kültürel ve ekonomik ihtiyaç ve beklentilerin karşılanması amacıyla kurulmuş olan bu kurumlar, yerelde demokrasinin güçlendirilmesi açısından da önem arz etmektedir. Yerel yönetimler, halka en yakın kurumlar olması ve demokrasinin özellikle katılımcı formunun tabana yayılabilmesi açısından en uygun kuruluşlar olarak görülmektedir (Gürses & Çelik, 2021). Diğer yandan yine bu kurumlar, vatandaş katılımının artırılması, demokrasinin etkin bir şekilde uygulanabilmesi ve bireyin demokratikleşmesinde öncü kuruluşlar olarak yer almaktadır (Kaypak, 2012). Dolayısıyla yerel yönetimler ve demokrasi arasında sıkı bir ilişkinin olduğu ve kaçınılmaz bir şekilde yerel yönetimlere vurgu yapıldığında aynı zamanda yerel demokrasiye de atıfta bulunulduğu ifade edilebilir.

Yerel demokrasi; bizzat yerel halkı ilgilendiren konuların yer aldığı ve demokratik bir ortamda bu konu veya sorunlara ilişkin çözüm, öneri ve kararların (Yıldırım, 1993) orada yaşayan sakinlerle birlikte alınmasını (Çukurçayır, 2008) refere eden bir kavramsal çerçevedir. Buradan da anlaşılacağı üzere yerel demokrasi, fikir alışverişinin benimsendiği ve karar alma süreçlerine katılımın amaçlandığı bir olgudur. Öyle ki yerel demokrasi bağlamında yerel yönetimlerde vatandaş katılımını sağlamaya odaklanıldığından "yerel yönetimler halk özelinde bir siyasal eğitim aracıdır" gibi

benzetmelerle yerel yönetimlerin yerel demokrasi okullarına benzetildiği görüşler ortaya atılmıştır (bkz. Mill & Tocqueville akt. Oktay & Pekküçükşen, 2009; Wickwar, 1970).

Yerel yönetimlerin demokrasi için önemi, ülkeler tarafından da dikkatle üzerinde durulan bir konu olmuştur. Öyle ki yerel yönetimlerin daha demokratik kurumlar olmaları için ülkeler bazı dönemlerde çeşitli eylem planlarını devreye sokmak suretiyle reformlar gerçekleştirmişlerdir (Gürses, 2012: 26). Örneğin hem küresel düzeyde hem de ülkemizde Yerel Gündem 21 (Local Agenda 21- LA21 /YG 21) eylem planı ile yerel yönetimlerin demokratik niteliğinin arttırılması amaç edinilmiştir.

YG 21, 1992 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) öncülüğünde birçok ülkedeki yerel yönetimlerin "sürdürülebilir kalkınma" çerçevesinde yeniden yapılandırılması amacıyla başlatılmış ve uzun vadeli stratejik hedeflerin belirlenmesini amaçlayan bir eylem planıdır (Emrealp, 2005). Bu eylem planı, yerel demokrasinin kalbi olarak tasvir edilen yerel yönetimlerin, katılımcı yapılarında tekrardan gözden geçirme ve halk için yenilikçi çalışmalara öncü olma rolünün verilmesi gerektiğini açıkça ortaya koymuştur (Selman & Parker, 2007). Dolayısıyla bu eylem planı ile yerel yönetimlerin öncüsü olduğu ve sivil toplum kuruluşlarından diğer tüm aktörlerin de sürece dahil edildiği, şehrin sorunlarına ilişkin önerilerin sunulmasına ve nihai olarak her yerel yönetimlerde 21. Yüzyıl için yerel gündemler oluşturulması hedeflenmiştir (Echebarria vd., 2009; Smardon, 2008; Tosun vd., 2015). Her ülkenin yerel yönetimine dair ihtiyaç ve stratejisi farklı olabileceğinden, bu eylem planında her uygulayıcının kendi gündemini oluşturması fikri benimsenmiştir (Evans & Theobald, 2010).

1.3. Türkiye'de Yerel Yönetimler, Yerel Demokrasi ve Kent Konseyleri

Osmanlı'da Tanzimat dönemine kadar yerel hizmetlerin ifası noktasında esnaf kuruluşları/loncalar, vakıflar ve kadılık gibi müesseselerin rol aldığı bilinmektedir. Türkiye'de yerel yönetimlerin ortaya çıkışı ise kabaca 170 yıl geriye götürülebilir. Bu bakımdan Türkiye'de batılı anlamda yerel yönetimlerin ilk tezahürünün Osmanlı Devleti'nin ilk modern belediye teşebbüsü olan İstanbul Şehremaneti (1855) olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Fakat genel olarak değerlendirilecek olursa Osmanlı döneminde devam eden merkeziyetçi politikalardan ötürü yerel yönetimlerin demokratik

niteliğinin zayıf kaldığı ifade edilebilir (Çiçek, 2014). Cumhuriyet döneminde de yerel yönetimlerin demokratik niteliğine ilişkin ihmal bir ölçüde devam etmiş ve 2000'li yıllara kadar yerel yönetimlerin demokratik niteliğinin güçlendirilmesi adına kayda değer adımlar atılamamıştır.

2000'li yılların başından itibaren ise BM'nin YG21 programı ve AB müzakere süreçlerinin de etkisiyle, yerel yönetimlerin demokratikleştirilmesi yönünde çeşitli adımlar atılmıştır (Acar & Akman, 2019; Oktay, 2020). Bugün gelinen noktada 2004-2005 yerel yönetim reformları sonrasında ülkemizde yerelde başkanlık sistemi diyebileceğimiz ve meclisin ayrı, başkanın ayrı seçildiği, dolayısıyla denetim mekanizmasına tekabül eden yasama ve yürütmenin ayrı ayrı vücut bulduğu kuvvetli bir demokratik yerel yönetim altyapısı kurulmuş bulunmaktadır (Çınar, 2017).

Bu bağlamda hali hazırdaki kanun ve mevzuatın en azından teknik açıdan Türkiye'de yerel demokrasiyi uygulamaya müsait olduğu söylenebilir. Fakat yerel demokrasiyi hayata geçirebilme ve yerel yönetimlerin demokratik niteliğinin güçlendirilebilmesi adına birtakım adımların atılması da gerekiyordu ve Türkiye'de bu, YG21'lerin kurumsallaşması ve Kent Konseyleri adıyla anılan kurumlar haline dönüştürülmesiyle sağlanmaya çalışıldı.

Türkiye, kent konseylerinin kurulmasına kaynaklık eden YG 21 eylem planıyla ilk kez 1997 yılında Doğu Akdeniz ve Ortadoğu Bölge Teşkilatı, Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği (Eastern Mediterranean and Middle East Region, International Union of Local Authorities, EMME, IULA) öncülüğünde yürütülen *"Türkiye'de Yerel Gündem 21'lerin Teşviki ve Geliştirilmesi"* projesiyle tanışmıştır. 1999 yılında başarıyla tamamlanan bu eylem planı yine Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Program-UNDP) tarafından desteklenerek *"Türkiye'de Yerel Gündem 21'lerin Uygulanması"* adı altında ikinci aşamaya geçilmiştir (Çetinkaya & Korlu, 2012). Proje kapsamında vakıflar, dernekler, sivil toplum kuruluşları, siyasi partiler, muhtarlıklar, kadınlar, çocuklar kısacası kentin tüm paydaşları ile yöneticiler arasında ortak bir bağ kurularak katılımcılığın öne çıkarılması amaçlanmıştır.

Bu vesile ile kentlerde "*kent meclisi, kent parlamentosu, kent kurultayı, şehir meclisi, kent platformu"* (Tosun vd., 2016) gibi ön adlarla anılan katılımcı organlar

oluşturulmuştur. Nihayetinde tüm bu ön adlar 2005 yılında 5393 Sayılı Belediye Kanunun 76. Maddesine dayanarak "Kent Konseyleri" adı altında birleştirilmiş ve kentteki katılımcı organlar hukuksal bir zemine oturtulmuştur. İlgili kanunun 76. Maddesinde kent konseyleri; "*kent yaşamında, kent vizyonunun ve hemşerilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım, yönetişim ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirmeye çalışan*" meclisler olarak tanımlanmıştır (KKY, Mad. 76/5).

Kent konseyleri; katılımcılık ilkesi esas alınarak kente ait sorunların bir mecliste tüm paydaşlarca ele alınıp ortak akıl, dayanışma, iş birliği çerçevesinde sürdürülebilir çözümler üretilebilmesi, kent vizyonuna katma değer sağlayabilme, hemşerilik bilincinin benimsetilmesi, sosyal faaliyetlerde birliktelik sağlayabilme (Çukurçayır vd., 2015) gibi görevleri yerine getirebilme amacıyla kurulmuştur. Dolayısıyla kent konseyleri, etkileşim ve katılımı arttırmak, yerel iletişimi sağlayabilmek ve nihayetinde yerel demokrasiyi tabana yayabilmek amacıyla kurulmuş meclislerdir (Çetinkaya & Korlu, 2012; Gürses, 2015).

Bugün her ne kadar kuruluşu tamamlanmamış veya kurulduğu halde birtakım sorunlarla karşılaşan kent konseyleri olsa da bu kuruluşlar yerelde artık kabul görmüş ve katılımcı/müzakereci meclisler olarak anılır hale gelmiştir. Diğer yandan kent konseylerinin sosyal, kültürel, demokratik anlamdaki faaliyet alanlarının genişliği düşünüldüğünde; zamandan ve mekândan tasarruf ederek paydaşlarına daha az maliyetle ulaşıp daha etkin ve verimli bir yerel demokratik müzakere ortamı hazırlamak bağlamında kent konseyleri tarafından bilişim teknolojilerinin etkin kullanımı meselesi önemli bir gündem olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.4. Kent Konseylerinin Bilişim Teknolojileri ve Sosyal Medya Kullanımı

Bilişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler özellikle son 30 yıldır baş döndüren bir hızda ilerlemektedir. Dünyadaki tüm bilgisayar ve veri tabanlarını birbirine bağlayan internet artık hayatımızın merkezine oturmuş ve bugün milyarlarca insan tarafından kullanılır hale gelmiştir. İnternetin ilk dönemine atfedilen ve genellikle kullanıcıların

sadece okuma, görüntüleme, bilgi alma gibi eylemlerde bulunarak tek yönlü iletişime geçebildikleri web çağı olarak adlandırılan web 1.0 dönemi; zamanla yerini artık kullanıcıların da içerik oluşturmaya katkıda bulunabildikleri yeni bir döneme, etkileşimli web anlamına gelen web 2.0 dönemine bırakmıştır.

Web 2.0 dönemi kullanıcılar açısından değerlendirildiğinde eski pasif konumundan kurtulmuş ve artık aktif konuma gelmiş, içeriğin oluşturulmasına katkıda bulunmayı talep eden ve bunu da çok çeşitli şekillerde gerçekleştirebilen kullanıcılardan oluşan bir kitleyi temsil eden bir dönemdir. Hal böyle olunca bilişim teknolojileri aracılığıyla kitlesiyle etkileşim kurmak isteyen başta özel sektör olmak üzere sivil toplum örgütleri ve dahi tüm kamu kurumları söz konusu etkileşimli web platformlarını kullanmak durumunda kalmışlardır.

Özellikle 2000'li yılların başında kamusal alanda dijital dönüşümün hayata geçirilmesi ve BİT'lerden azami düzeyde faydalanılması amacıyla elektronik devlet (e-devlet) anlayışı benimsenmiştir. E-Devlet; genel bir ifadeyle kamu kurumlarının bilişim teknolojileri aracılığıyla gerçekleştirdikleri tüm eylem ve işlemler olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda, kamu kurumları tarafından bilişim teknolojilerinin kullanılmasının yönetsel süreçlerde, hizmet sunumunda ve demokratik süreçler bakımından pek çok fayda sağladığını söyleyebilmek mümkündür (Ellison & Hardey, 2014). Dolayısıyla her kamu kurumu ya da kamusal alanda faaliyette bulunan kurum ve kuruluş gibi kent konseylerinin de bilişim teknolojilerini ve özellikle de sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları önem arz etmektedir.

Öyle ki kent konseylerinin çoklu paydaş yapısı dikkate alındığında sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmasıyla beraber; minimum ölçüde zaman harcayarak vatandaşların faaliyetlerden haberdar kılınması başta olmak üzere (Gürses & Çelik, 2021), yönetsel süreçlere aktif bir şekilde katılım sağlayabilmesi, dezavantajlı gruplar içerisinde yer alan vatandaşların ötekileştirilmeden öneri ve fikirlerinin alınmasına olanak sunması (Zheng & Wu, 2005; De Almeida, 2020) gibi pek çok husus imkanlı hale gelecektir.

Nitekim sosyal etkileşimin sağlanması ve artırılması için tasarlanmış ağlar olarak görülen sosyal medya platformlarının (Bertot vd., 2011) her geçen gün dünyada olduğu gibi ülkemizde de kullanıcı sayısı artmaktadır. 2022 yılı Ocak ayı itibariyle hazırlanan Türkiye dijital içerik raporuna göre ise, Türkiye nüfusunun %80'i sosyal medya

kullanıcısıdır (Kemp, 2022). O halde hemen ifade edilmelidir ki; yerelde katılımcılığın artırılması, müzakereci demokrasinin geliştirilmesi gibi amaçlarla kurulmuş kent konseylerinin; paydaşlarıyla kolayca ve en az maliyetle etkileşime girebilmeleri açısından sosyal medya platformları bulunmaz bir nimettir.

Hal bu iken, söz konusu platformlarda kurumların paydaşlarıyla girmiş oldukları etkileşimin değerlendirilebilmesi ve kurumların sosyal medyada paydaşlarla etkileşim kurmada başarılı olup olamadıklarının değerlendirmesinin yapılması meselesi de önemli hale gelmektedir. Bu nedenledir ki literatürde kurum-paydaş etkileşimini analize tabi tutan çeşitli ölçüm setleri geliştirilmiştir. Bu bağlamda aşağıda yer alan başlıkta söz konusu ölçüm setlerine yer verilmektedir.

1.5. Sosyal Medya – Paydaş Etkileşimi Odaklı Ölçüm Setleri

Sosyal medya platformları her geçen gün daha gelişkin uygulamalarla yetkinlikleri artmış/özellikleri çeşitlenmiş olarak karşımıza çıktığından ve kullanıcı sayıları da dünya çapında hızlı bir artış gösterdiğinden akademik literatürde de popülerliği giderek artan bir çalışma alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda, her sosyal medya platformunun kendine has özellikleri, araçları ve amaçları bulunduğu için ilgili platformlar üzerinden gerçekleştirilecek araştırmalar için de kullanılan ölçüm setleri değişiklik gösterebilmektedir.

Bir kere sosyal medya ile ilgili gerçekleştirilebilecek analizler çok çeşitlidir. Bunlar içerisinde finansal analizler, sosyal ağ analizleri, duygu analizleri, içerik analizleri ve etkileşim analizleri gibileri yer almaktadır. Sosyal medyada kurum-paydaş etkileşimine odaklanan çalışmalarda kullanılan analizler işte bu sayılanlar içerisinde son sırada yer alan etkileşim analizleridir. Sosyal medya etkileşim analizleri beğeni, yorum, yeniden paylaşım, takipçi sayısı, sayfada geçirilen süre, takip edilen sayısı, gönderi/paylaşım sayısı gibi metrikler üzerinden gerçekleştirilen analizlerdir (Aichner & Jacob, 2014).

Oviedo-Garcia ve arkadaşlarının önerdiği ölçüm seti (2014) özel sektör/pazarlama alanında kullanılmak üzere Facebook platformu seçilerek geliştirilmiştir. Bu ölçüm setinde; paylaşım yapılan gönderinin, ulaştığı ortalama kişiye bölünmesiyle bulunan sonuç müşteri-firma etkileşimi olarak tanımlanmaktadır. Katılımın etkileşime girme noktasındaki önemine dikkat çeken araştırmacılar beğeni, yorum, tıklama ve paylaşım

gibi tepkileri “güçlü eylemler” olarak ifade etmektedirler. Bu eylemleri gönderi sayısıyla ilişkilendirerek nihai olarak postun gösterimiyle alakalı etkileşime ulaşmaktadırlar.

Triantafillidou ve diğerleri (2015) tarafından da bir etkileşim ölçeği önerilmiştir. Buna göre Facebook platformu esas alınarak 325 Yerel Yunan Belediyesi üzerinde yapılan çalışmada Facebook sayfalarının katılım ve etkileşim üzerindeki etkisine dikkat çekilmektedir. Beğeni, yorum, paylaşım tepkileri üzerinden geliştirilen ölçüm setinde farkındalık (awareness), tutum ifadesi (attitude expression), etkileşim (engagement) ve savunuculuk/destek (advocacy) kavramlarını esas alarak belediye-vatandaş etkileşiminin ölçülmesine imkân tanınmıştır.

Agostino’nun 2013 yılında 119 İtalyan Belediyesine yönelik yaptığı çalışmada ise Facebook, Twitter ve Youtube platformları üzerinden kamusal etkileşim düzeyinin hesaplanmasına yönelik bir ölçüm seti sunulmuştur. Buna göre; ziyaretçilerin Facebook için “beğeni”, Twitter için “takipçi” ve Youtube için “görüntülenme” sayılarının belediye nüfusuna bölünmesi; vatandaş-belediye etkileşiminin hesaplanmasını ifade etmektedir (Agostino, 2013).

Hoffman ve Fodor (2010), şirketlerin pazarlama faaliyetlerinde müşteri katılımı ve aktif desteği konusunda bir ölçüm seti geliştirmişlerdir. Bu ölçüm seti, tüketicilerin birbirleriyle olan etkileşimleri, şirketler tarafından oluşturulan içeriğin tüketici tarafından ele alınması, kullanıcı tepkileri ve çevrimiçi deneyimlerin analizine dayalı olarak hesaplanmaktadır. Bu etkileşimler, şirketlerin tüketicilerle etkileşim kurma biçimleri ve pazarlama faaliyetlerinin performansı hakkında bilgiler sağlamaktadır.

Etkileşim analizleri bağlamında ise son olarak Bonsón ve Ratkai (2013) tarafından geliştirilmiş ölçüm setine yer verilecektir. Temelde Facebook platformundaki etkileşim düzeylerini ölçmeye yönelik geliştirilen bu ölçüm seti, aynı zamanda yine Bonsón ve arkadaşları (2019) tarafından Twitter platformu için de uygulanmıştır. İlgili ölçüm seti etkileşimi üç ana boyut üzerinden belirlemektedir. Başka bir deyişle etkileşimin üç ana bileşeni bulunmaktadır ya da etkileşim söz konusu üç ana bileşene ilişkin skorların toplamından elde edilmektedir. Bunlar; Popülerlik (Popularity), Bağlılık (Commintment) ve Yayılma Etkinliği (Virality)’dir. Buna göre; popülerlik, beğeni sayısıyla; bağlılık, yorum sayısıyla ve yayılma etkinliği de yeniden paylaşım sayısıyla ilişkilendirilmektedir. Aşağıdaki Tablo 1’de Bonsón ve arkadaşları (2019) tarafından geliştirilmiş ölçüm setine yer verilmiştir.

Tablo 1. Bonsón ve Ratkai'nin (2019) Ölçüm Seti

Popülerlik (Popularity)	P1	Beğenilen tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Beğenilen tweetlerin oranı
	P2	Beğeni sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama beğeni sayısı
	P3	(P2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama beğeni sayısı
Bağlılık (Commitment)	B1	Yorum yapılan tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Yorum yapılan tweetlerin oranı
	B2	Yorum sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama yorum sayısı
	B3	(B2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama yorum sayısı
Yayılma Etkinliği (Virality)	Y1	Paylaşılan tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Paylaşılan tweetlerin oranı
	Y2	Paylaşım sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama paylaşım sayısı
	Y3	(Y2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama paylaşım sayısı
Etkileşim (Engagement)	E	P3+B3+Y3	Paydaş Etkileşim Endeksi

Yukarıda ismi zikredilen diğer hiçbir ölçüm seti ilgili literatürde Bonsón ve Ratkai (2019) tarafından geliştirilen ölçüm seti kadar kabul görmemiştir. İlgili ölçüm seti başta yerel yönetimler olmak üzere üniversiteler vb. pek çok kamu kurumunun ve dahi özel sektör kuruluşunun sosyal medyada paydaşlarıyla olan etkileşimine odaklanan çalışmada ölçüm seti olarak kullanılmıştır (bkz. Tommasel vd., 2020; Alam vd., 2022; Bonsón vd., 2015; Qiang Chen vd., 2020; Rosario vd., 2016; Bonsón vd., 2017; Agostino & Arnaboldi, 2015; Bellucci & Manetti, 2017; Bonsón vd., 2019; Gürses & Çelik, 2021; Manetti vd., 2016; Mar Galvez-Rodriguez vd., 2018; Silva vd., 2019; Faber vd., 2020; Sobacı & Hatipoğlu, 2017; Bonsón vd., 2013; Ainin vd., 2015; Luarn vd., 2015; Gürses, 2022; Arnaboldi vd., 2017; Bellucci & Manetti, 2017; Achen, 2017; Elsabeh vd., 2018; Basuony vd., 2017; Suárez-Rico vd., 2019; Saraite-Sariene vd., 2019; Pawsey vd., 2018; Amoah vd., 2021; Bektaş & Durmuşoğlu, 2019; Bellucci vd., 2019; Ludvík vd., 2020; Silvallana & Flor, 2022; Gürses & Çelik, 2022). Buna göre kent konseylerinin sosyal medyada paydaşlarıyla etkileşimine odaklanılan bu tez çalışmasında da söz konusu ölçüm setinden istifade edilecektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI: SOSYAL MEDYADA PAYDAŞ ETKİLEŞİMİ ÖLÇÜM SETLERİNİ MERKEZE ALAN ÇALIŞMALARA DAİR BİR LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde yerel yönetimler-paydaş etkileşimine yönelik yapılmış çalışmalara dair literatür taramasına yer verilmiştir. Aşağıdaki Tablo 2'te yerel yönetimler, belediyeler, belediye başkanları, kent konseyleri ve diğer yerel kamu idarelerinin sosyal medyada paydaşlarıyla olan etkileşime odaklanan etkileşim analizi çalışmalarına yer verilmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda toplamda 32 adet çalışmaya rastlanmıştır (bkz. Tablo 2). Çalışmalardan 28 tanesi Bonsón ve diğerlerinin (2013) geliştirmiş olduğu ölçüm setini, 2 tanesi Triantafillidou ve diğerlerinin (2015) ölçüm setini ve 2 tanesi ise Agostino'nun (2013) ölçüm setini kullanmışlardır. Yine Tablo 2'deki bulgulara göre en çok çalışma sırasıyla Avrupa (24), Kuzey Amerika (5), Güney Amerika (2) ve Okyanusya (1) yapılmıştır. Avrupa kıtasındaki çalışmaların önemli bir kısmı ise İspanya'da (8) gerçekleştirilmiştir. Çalışmaların 25 tanesi belediye, 4 tanesi belediye başkanı, 3 tanesi ise kent konseyine yöneliktir. Çalışmalardan 19 tanesi inceleme nesnesi olarak sadece Facebook'u, 8 tanesi sadece Twitter'ı, 1'i sadece Instagram'ı ve 4 tanesi ise Facebook, Twitter, Instagram ve Linkedln'den en az iki tanesini birlikte seçerek analiz eden çalışmalardır.

Tablo 2. Yerel Yönetimler-Paydaş Etkileşimine Yönelik Yapılmış Çalışmalar

No	Çalışmanın Yazarı/Yazarları	İncelenen Kurum	İncelenen Platform	İncelenen Ülke/Ülkeler	Kullanılan Ölçüm Seti
1	(Ponte vd., 2013)	Belediye	Facebook	AB Ülkeleri	Bonsón & Ratkai, (2013)
2	(Agostino, 2013)	Belediye	Facebook, Twitter, YouTube	İtalya	(Agostino, 2013)
3	(Bonsón vd., 2015)	Belediye	Facebook	Batı Avrupa Ülkeleri[1]	Bonsón & Ratkai, (2013)
4	(Agostino & Arnaboldi, 2015)	Belediye	Facebook	İtalya	Bonsón & Ratkai, (2013)
5	(Triantafillidou vd., 2015)	Belediye	Facebook	Yunanistan	(Triantafillidou vd., 2015)

[1] Çalışmada kapsamında; Avusturya, Almanya, Belçika, Fransa, Yunanistan, İtalya, Lüksemburg, Portekiz, İspanya, Danimarka, Finlandiya, Hollanda, İsveç, İrlanda, Birleşik Krallık ülkeleri inceleme nesnesi olarak seçilmiştir.

6	(Rosario vd., 2016)	Belediye	Facebook	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
7	(Rosario vd., 2016)	Belediye	Facebook ve Twitter	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
8	(Bonsón vd., 2017)	Belediye	Facebook	Batı Avrupa Ülkeleri[2]	Bonsón & Ratkai, (2013)
9	(Sobacı & Hatipoğlu, 2017)	Belediye	Facebook	Türkiye	Bonsón & Ratkai, (2013)
10	(Gálvez-Rodríguez vd., 2018)	Belediye	Facebook	Mercosur Ülkeleri[3]	Bonsón & Ratkai, (2013)
11	(Bonsón vd., 2018)	Belediye	Facebook	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
12	(Lappas vd., 2018)	Belediye	Facebook	Yunanistan	(Triantafillidou vd., 2015)
13	(Andrijašević., 2018)	Belediye	Facebook	Hırvatistan	Bonsón & Ratkai, (2013)
14	(Sáez-Martín vd., 2018)	Belediye	Facebook	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
15	(Tavares, Szmigiel-Rawska, & Lukomska, 2018)	Belediye Başkanları	Facebook	Polonya	Bonsón & Ratkai, (2013)
16	(Triantafillidou vd., 2018)	Belediye Başkanları	Twitter	Yunanistan	Bonsón & Ratkai, (2013)
17	(Bonsón vd., 2019)	Belediye	Twitter	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
18	(Molinillo, Anaya-Sánchez, Morrison, & Coca-Stefaniak, 2019)	Belediye	Facebook, Twitter, Instagram	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
19	(Silva vd., 2019)	Belediye	Facebook	Portekiz	Bonsón & Ratkai, (2013)
20	(Gálvez-Rodríhuez vd., 2019)	Belediye	Facebook	Kuzey Amerika Ülkeleri[4]	Bonsón & Ratkai, (2013)
21	(Stone & Can, 2020)	Belediye	Twitter	ABD	Bonsón & Ratkai, (2013)
22	(Metallo vd., 2020)	Belediye	Facebook	İtalya ve İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
23	(De Almeida, 2020)	Kent Konseyi	Facebook	Portekiz	Bonsón & Ratkai, (2013)
24	(Basolo & Yerena, 2020)	Belediye	Facebook	Meksika	Bonsón & Ratkai, (2013)
25	(Hatipoğlu vd., 2020)	Belediye Başkanları	Twitter	Türkiye	Bonsón & Ratkai, (2013)
26	(Tommasel vd., 2020)	Belediye	Twitter	Arjantin	Bonsón & Ratkai, (2013)
27	(Perea vd., 2021)	Belediye	Instagram	İspanya	Bonsón & Ratkai, (2013)
28	(Faber, 2021)	Belediye	Twitter, Facebook,	Hollanda	Bonsón & Ratkai, (2013)

[2] Çalışmada kapsamında; Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, İrlanda, İtalya, Lüksemburg, Hollanda, Portekiz, İsveç, İspanya, Birleşik Krallık ülkeleri inceleme nesnesi olarak seçilmiştir.

[3] Mercosur; Brezilya, Arjantin, Paraguay, Uruguay ve Venezuela Ülkelerinden oluşan Güney Ortak Pazarı Ticaret Birliğini ifade etmektedir. Bu ticaret birliği, üye ülkelerin aralarındaki serbest ticaret, gümrük birliği ve ortak pazar hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur.

[4] Çalışmada kapsamında inceleme nesnesi olarak; ABD, Meksika, Kanada ülkeleri seçilmiştir.

			Instagram, Linkedln		
29	(Gürses & Çelik, 2021)	Kent Konseyi	Twitter	Türkiye	Bonsón & Ratkai, (2013)
30	(Li vd., 2022)	Belediye Başkanları	Twitter	ABD	Bonsón & Ratkai, (2013)
31	(Stone vd., 2022)	Belediye	Twitter	ABD	(Agostino, 2013)
32	(Alam vd., 2022)	Kent Konseyi	Facebook	Yeni Zelanda	Bonsón & Ratkai, (2013)

Ponte ve arkadaşları (2013) tarafından Avrupa belediyelerinin Facebook etkinliklerinin ve vatandaş katılımının analiz edildiği bir çalışma yürütülmüştür. Çalışma, belediyelerin takipçi sayısının hızla arttığı bulgusuna ulaşmıştır. Ancak bu artışın vatandaş etkileşimiyle doğru orantılı olmadığı tespit edilmiştir. Çünkü vatandaş katılımı oldukça düşük seviyede kalmıştır. Çalışma kapsamındaki belediyelerin popülerlik ortalaması 8,70, bağlılık ortalaması 2,11 ve yayılma etkinliği ortalaması ise 1,35 olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda, beğeni butonunun diğer seçeneklere göre daha popüler olduğu bir diğer bulgu olarak kaydedilmiştir. Son olarak, çalışmada hesaplanan etkileşim endeksi 7'dir.

Agostino (2013), 119 İtalyan belediyesi üzerinde yaptığı bir çalışmada, Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya platformları aracılığıyla vatandaşlarla belediyeler arasındaki kamusal etkileşim düzeyini ölçmek için bir ölçüm seti sunmuştur. Bu ölçüm seti, ziyaretçilerin beğeni sayısı (Facebook), takipçi sayısı (Twitter) ve görüntülenme sayısı (Youtube) gibi etkileşim göstergelerinin belediye nüfusuna bölünmesini içermektedir. Bu hesaplama yöntemi, vatandaşlarla belediyeler arasındaki etkileşim düzeyinin belirlenmesi için kullanılmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre tüm belediyelerin ortalama etkileşim düzeyinin Facebook'ta en yüksek değeri aldığını, Twitter ve Youtube'un ise sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada geldiğini göstermektedir (Agostino, 2013).

Bonsón ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, Batı Avrupa belediyelerinin Facebook platformundaki etkileşim düzeyleri ölçülmüştür. Çalışmanın bulgularına göre, belediyelerin popülerlik, bağlılık ve yayılma etkinliği kriterleri bağlamında ortalama endeks puanları oldukça düşük seviyelerde kalmıştır. Ayrıca, belediyelerin ortalama etkileşim değerlerinin en yüksekten düşüğe sıralaması, popülerlik (8,6), yayılma etkinliği (2,3) ve bağlılık (1,1) şeklinde gerçekleşmiştir.

Agostino ve Arnaboldi (2015) tarafından yapılan çalışmada İtalya şehir yönetimlerinin katılım ve etkileşim düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada popülerlik, halk katılımını ölçerken bağlılık ise kamu-vatandaş etkileşimini ölçtüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada, şehir yönetimlerinin sürekli paylaşım yapmaları etkileşimi artırmadığı, aksine vatandaşların sıkıldığı için gönderilere bakmadıkları bulgusuna da yer verilmiştir. Diğer taraftan bağlılık değerlerinin düşük çıkmasından dolayı, şehir yönetimlerinin sosyal medyayı bir katılım aracı olarak değil, iletişimi teşvik edici bir araç olarak kullandıkları belirtilmiştir. Çalışma da yapılan analizler sonucunda, İtalya'da bulunan Trento ili popülerlik açısından en yüksek değere sahip iken, özerk bölge başkenti Roma'nın ise popülerlik değerleri oldukça düşük bulgusuna ulaşılmıştır.

Triantafillidou ve arkadaşları (2015) 325 Yunan yerel belediyelerinin farkındalık, tutum ifadesi, katılım ve savunuculuk boyutlarını, beğeni, yorum ve paylaşım tepkileri üzerinden analiz etmişlerdir. Bonsón ve arkadaşlarının (2013) geliştirdiği ölçüm seti ile kıyaslandığında, tutum ifadesi "beğeni", katılım "yorum" ve savunuculuk ise "paylaşma" boyutlarına karşılık gelmektedir. Çalışma bulgularına göre, vatandaşların farkındalık, katılım ve savunuculuk düzeyleri nispeten düşük puanlara sahipken tutum ifadesi (beğeni) orta düzeyde bir puana sahip çıkmıştır. Bununla beraber analiz edilen örneklem grubunun ortalama etkileşim değeri ise 0,36'dır.

Rosario ve diğerleri (2016), İspanyol yerel hükümetlerinin vatandaşlarla etkileşim düzeylerini hesaplamak ve Facebook kullanımındaki etki eden faktörleri analiz etmek için bir çalışma yürütmüştür. Bu çalışmada, Facebook platformu inceleme nesnesi olarak seçilmiş ve popülerlik (3,80) kriterinin, yayılma etkinliğinden (0,91) daha yüksek bir değere sahip olduğu bulunmuştur. Bağlılık kriteri ise 0,47 olarak ölçülmüştür. Ayrıca, çok sayıda takipçisi olan belediyelerin genellikle daha az etkileşimde bulundukları sonucu da diğer bulgular arasındadır.

Rosario ve arkadaşları (2016) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, İspanya'daki belediyelerin etkileşim düzeylerinin ölçülmesi için Facebook ve Twitter inceleme nesnesi olarak seçilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, örneklemdeki kullanıcılar Facebook platformunu Twitter'a göre daha çok tercih etmektedirler. Facebook'ta popülerlik 10,30, yayılma etkinliği 3,06 ve bağlılık kriteri 0,95 puanlara sahipken Twitter'da ise popülerlik 1,07, yayılma etkinliği 2,27 ve bağlılık kriteri ise 0,40

puanlarına sahiptir. Popülerlik, yayılma etkinliğinden, yayılma etkinliği ise bağlılıktan daha yüksek bir puana sahiptir. Dolayısıyla beğeni butonu diğer butonlara göre daha popülerdir. Son olarak, örneklemdeki yer alan belediyelerin Facebook'taki ortalama etkileşim endeksi 0,85, Twitter'da ise 0,13 bir diğer bulgudur.

Bonsón ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan bir çalışmada, Batı Avrupa ülkelerindeki belediyelerin Facebook aracılığıyla etkileşim düzeyleri incelenmiştir. Bulgulara göre, takipçi sayıları tüm belediyelerde yüksek olmasına rağmen etkileşim oranları ortalaması oldukça düşük (7,77) çıkmıştır. En popüler katılım şekli beğeni butonu (6.38) olurken paylaşım (1,01) beğeninin ardından gelmiş ve son sırada ise yorum butonu (0,96) en popüler katılım biçimi olarak tespit edilmiştir. Araştırmada rastlanan en ilginç bulgulardan biri ise çoğu gönderinin beğenilmiş olmasıdır.

Lappas ve arkadaşları (2017) tarafından 2017 yılında 174 Yunan belediyesine yönelik yapılan çalışmada inceleme nesnesi Facebook'u seçmişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre 9 aylık dönemde örneklem olarak seçilen belediyeler, ortalama 22,23 beğeni, 8,15 paylaşım ve 1,55 yorum almışlardır. Dolayısıyla beğeni butonu paylaşımdan paylaşım ise yorum butonundan daha popüler olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise belediyelerin tek yönlü bir iletişim kurdukları yönündedir.

Gálvez-Rodríguez vd., (2018) tarafından Latin Amerika yerel yönetimlerine yönelik yapılan bir çalışmada inceleme nesnesi Facebook olarak seçilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre ilgili yerel yönetimlerin vatandaşlarla etkileşim kurmaktan daha ziyade tek yönlü bir iletişim kurduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla tüm yerel yönetimlerde etkileşim düzeyi oldukça düşük sonucuna varılmıştır. Beğenme ve paylaşma butonlarının yorum butonundan daha fazla kullanıldığı dolayısıyla popülerliğin (5,73) yayılma etkinliğinden (1,40), yayılma etkinliğinin ise bağlılık (0,31) kriterinden daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Son olarak çalışmadaki örneklem kapsamında ortalama etkileşim endeksi ise 7,20'dir.

Bonsón ve diğerlerinin (2018) yaptığı analizlerde İspanyol belediye meclislerinin vatandaşlara bilgi vermek ve vatandaş katılımını teşvik etmek amacıyla Facebook'u nasıl kullandığı ve vatandaşların şehir meclisleriyle ne ölçüde etkileşime geçtiği ortaya

konulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, büyükşehir statüsüne sahip belediyeler küçük ölçekli belediyelere göre daha yüksek katılım oranlarına sahiptir. Etkileşim bağlamında popülerlik kriteri 4,24, yayılma etkinliği kriteri 3,28 ve bağlılık kriteri 0,30 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, örneklem grubunun ortalama etkileşim endeksi 7,17 olarak bulunmuştur.

Andrijašević (2018) tarafından Hırvatistan'daki 428 belediyenin etkileşim düzeylerinin ölçülmesine yönelik yapılan çalışmada belediyeler, haftada ortalama 2 gönderi yayınlamışlardır. Diğer yandan etkileşimin kriterlerinde grubun genel popülerlik ortalaması 187,37, bağlılık ortalaması 1,27 yayılma etkinliği ortalaması 2,43 olarak hesaplanmıştır. Son olarak etkileşim endeksi ortalaması ise 186 olarak hesaplanmış ve bulgular arasında yer almıştır.

Sáez-Martín ve arkadaşları 2018 yılında İspanya'daki belediyelerin hem seçim öncesi hem de seçim sonrası halkla iletişim ve katılım boyutunu analiz etmek amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Buna göre seçim öncesi vatandaş katılımı seçim sonrası katılıma göre daha yüksek çıkmıştır. Katılım bağlamında popülerlik kriterine göre en yüksek değer Barcelona şehrinde kaydedilmiştir. Nüfus bakımından Barcelona kentinden hem daha yüksek hem de daha az nüfusa sahip belediyeler mevcuttur. Dolayısıyla literatürde daha çok küçük ölçekli belediyelerin yüksek puanlara sahip olmasının aksine Barcelona belediyesinin vatandaşla etkileşim kurmada başarılı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer yandan popülerliğin ortalama değeri 46,98, bağlılığın 2,03 ve yayılma etkinliğinin ise 15,85 değerlerinde olduğunu hesaplamışlardır. Dolayısıyla etkileşim boyutlarında ilk sıra popülerlik ardından yayılma etkinliği ve son olarak da bağlılık boyutu geldiği bulgusuna ulaşmışlardır.

Triantafillidou vd., (2018) tarafından Yunan belediye başkanlarının Twitter platformundaki paydaşlarıyla olan etkileşim düzeyleri ve iletişim stratejilerinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmada, belediye başkalarının en çok tweet paylaşımını belirli dönemlerde yaptıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu dönemler özellikle yerel seçim ve referandum tarihine denk gelen Mayıs-Haziran ve Temmuz aylarıdır. Dolayısıyla bu dönemlerde belediye başkanlarının bu platformu bir kampanya aracı olarak kullandığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan beğeni butonu paylaşım butonundan daha fazla değer

kaydettiği için popülerlik kriteri yayılma etkinliğinden daha tercih edildiği bulgusuna ulaşılmıştır.

İspanya'da Endülüs belediyelerine yönelik yapılan çalışmada (Bonsón vd., 2019) fotoğraf ve video içeriklerinin metin ile hazırlanmış gönderilere göre daha fazla etkileşim yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Etkileşimin ölçülmesi bağlamında örneklemin ortalama popülerlik kriteri 0,28, yayılma etkinliği 0,20 ve bağlılık ise 0,01 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla popülerlik, yayılma etkinliğinden, yayılma etkinliği ise bağlılık kriterinden daha yüksek bir değere sahip çıkmıştır. İlgili gönderiye yapılan beğeni diğer tepkilerden daha yüksek orana sahip olduğu için vatandaşların en sık kullandığı etkileşim biçimi beğeni olarak saptanmıştır. Çalışma kapsamında ortalama etkileşim endeksi ise 0,47'dir. Öte yandan, yapılan çalışmada paylaşım sayısı ile takipçi sayısı arasında farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Bu farklılık, yüksek nüfuslu belediyelerin takipçi sayılarının düşük olabileceği gibi, düşük nüfuslu belediyelerin takipçi sayılarının yüksek olabileceğini göstermektedir.

Molinillo vd., (2019) tarafından yapılmış bir çalışmada; İspanya şehirlerinin resmi hesaplarına yönelik Facebook, Twitter ve Instagram profillerinin popülerlik, bağlılık ve yayılma etkinliği kriterleri karşılaştırmalı olarak ele alınmışlardır. Twitter platformunda Madrid, Barcelona, Valencia şehirlerinin nüfusları Sevilla'dan daha yüksek olmasına rağmen en yüksek takipçiye Sevilla kentinin sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Daha az takipçi oranına sahip platform Instagram olduğu halde etkileşim endeksinin en yüksek çıktığı platform yine Instagram olarak bulunmuştur. Çalışma, takipçi sayısı ile popülerlik, yayılma etkinliği ve bağlılık arasında bir bağlantı bulunmadığını ortaya koymuştur. En yüksek etkileşim endeksine sahip şehir, düşük takipçi sayısıyla Bilbao olarak belirlenmiştir. Örneklem içindeki şehirler arasında en yüksek takipçi sayısına sahip olan Sevilla, en düşük etkileşim endeksine sahip şehir olarak saptanmıştır. Yine örneklemdeki şehirlerin ortalama popülerlik değeri 1,36, bağlılık değeri 0,06 ve yayılma etkinliği ise 0,98 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, popülerlik yayılma etkinliğinden, yayılma etkinliği ise bağlılık kriterinden daha yüksek bir değere sahiptir.

Silva vd. (2019) tarafından yapılan bir çalışmada, 5 farklı belediyenin sosyal medya hesaplarındaki etkileşim düzeyleri analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda vatandaşların, gönderilere yorumdan (0,10) daha çok beğeni (3,67) ve paylaşım (1,45)

butonlarıyla tepki verdikleri ortaya konmuştur. Çalışmada hesaplanan ortalama etkileşim endeksi ise 5,23 olarak belirlenmiştir. Büyük nüfuslu belediyelerin diğer küçük ölçekli belediyelere göre daha yüksek etkileşim oranlarına sahip oldukları da çalışmanın bir diğer bulgusudur.

Gálvez-Rodríguez ve arkadaşları (2019), Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Meksika'daki yerel yönetimlerin Facebook platformundaki etkileşim düzeylerini ölçmek için bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmanın bulguları, yerel yönetim-vatandaş arasındaki etkileşim bağlamında en çok tercih edilen boyutların popülerlik ve yayılma etkinliği olduğunu göstermektedir. Diğer sonuçlar arasında bağlılık boyutuna tekabül eden yorum butonunun hala yeterince kullanılmadığı bulgusu yer almaktadır.

Stone & Can (2020) tarafından 100 ABD yerel yönetiminin Twitter platformu üzerinden etkileşim endeksleri kullanılarak metin analizi yapılmıştır. Çalışma bulgularına göre 91 günlük dilimde ortalama 375.060 tweet paylaşımı yapılmıştır. Tweet sıklığı ve etkileşim değişkeninin oldukça çarpık çıktığı araştırmadaki bulgular arasındadır. Dolayısıyla çalışmada tweet paylaşım sıklığı ile vatandaş katılımı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Bu durum artan Twitter etkinliği hacminin vatandaş katılımı üzerinde ters bir etkiye sahip olduğu yönünde bir açıklamaya ön ayak olmaktadır.

Metallo vd., 2020 tarafından vatandaşın belediyeye katılımını etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmada etkileşim ile demografik belirleyiciler (yaş, nüfus, eğitim durumu, gelir, internet erişimi) üzerindeki etki analiz edilmiştir. Çalışmada, belediyelerin yoğun bir şekilde paylaşım yapmaları, vatandaşla etkileşimi artırmadığı aksine halkın bu içerikleri özümsemeyip ilgilenmediği bulgusuna ulaşılmıştır. Ulaşılan en ilginç bulgu ise; gelir ile vatandaş katılımı arasında negatif bir ilişkinin olmasıdır. Yani gelir arttıkça vatandaşın belediye ile etkileşimi düşmektedir. Son olarak belediye-vatandaş etkileşimi ise beklenenden daha düşük (0,17) bir sonuç sergilemiştir.

De Almeida (2020) Porto Kent Konseyi'nde yürütülen bir Staj Raporu üzerine yaptığı çalışmasında kent konseylerinin katılım düzeylerinin oldukça düşük sonuçlar verdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, takipçiler tarafından en çok kullanılan tepkilerin beğeniler olduğu, bunu paylaşımlar ve yorumların takip ettiği görülmüştür. İçerik türüne göre ortalama etkileşim endeks değerleri şu şekildedir:

Kültür/spor/tanıtım konulu içeriklerde 2,29, belediye konulu içeriklerde 2,03, toplantı konulu içeriklerde 0,56 ve duyuru/bildirim konulu içeriklerde ise 1,28 olarak hesaplanmıştır.

Bonsón & Ratkai (2013)'nin geliştirdiği ölçüm setinin Instagram platformuna uygulandığı ilk çalışma Perea (2021) ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. Yapılan analiz sadece popülerlik ve bağlılık boyutları üzerinden yapılmıştır ve Endülüs bölgesindeki 29 belediye üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, belediyelerin Instagram hesaplarını aktif bir şekilde kullandıklarını göstermektedir. Belediye-vatandaş etkileşiminin ölçülmesi bağlamında, popülerlik boyutunun ortalama değeri 11,04, bağlılık boyutunun ise 0,20 olduğu hesaplanmıştır. Örneklem grubundaki nihai etkileşim endeksi ise 11,21 olarak bulunmuştur.

Hollanda belediyelerinin Twitter, Facebook, LinkedIn ve Instagram gibi çeşitli platformlar arasındaki etkileşim düzeylerini ölçmek amacıyla Faber (2021) tarafından bir çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmada, Facebook'un diğer platformlara göre daha fazla katılım sağladığı sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, Twitter'ın diğer platformlara göre bağlılık boyutunda daha başarılı olduğu ve çift yönlü iletişimin sağlandığı bir platform olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bir diğer bulgusu, bağlılık kriterlerinin popülerlik değerine göre oldukça düşük seviyelerde kalmasıdır. Son olarak çalışmada yer alan belediyelerin ortalama etkileşim endeksleri şu şekildedir: Twitter'da 0,73, Facebook'ta 1,44, LinkedIn'de 0,99 ve Instagram'da 0,59.

Alam ve arkadaşlarının (2022) yürüttüğü bir araştırmada, Yeni Zelanda'daki Dunedin ve Otago kent konseylerinin vatandaşlarla iletişim kurmak için kullandıkları Facebook sayfalarının ve vatandaşların bu sayfaları kullanarak konseylerle nasıl ilişki kurduklarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, ilgili kent konseyleri, vatandaşlarla etkileşim kurmaktan ziyade daha çok bilgilendirici gönderiler paylaşmaktadır. Son olarak, her iki konseyin de vatandaş katılımı için sosyal medya kullanımına yaklaşımlarında daha az istişareci ve katılımcı oldukları sonucu da çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Yerel yönetim ve paydaş etkileşimi bağlamında Türkiye'de de 3 çalışma yürütülmüştür.

Sobacı ve Hatipoğlu (2017) tarafından Türkiye'deki belediyelerin Facebook'ta paydaşlarıyla etkileşim düzeylerini ölçmek amacıyla yapılan çalışmada, 63 belediye analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, belediyelerin etkileşim ortalaması 8,77 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, örneklem grubunun %66'sının genel etkileşim ortalamasının altında kaldığı belirlenmiştir. Ayrıca, örneklem grubunun ortalama popülerliği 7,04, yayılma etkinliği 1,57 ve bağlılık değeri 0,15 olarak hesaplanmıştır. Çalışmanın bulguları, belediyelerin popülerlik değerlerinin bağlılık kriterinden daha yüksek olduğunu gösterdiği için, belediyelerin Facebook'u sadece iletişim amacıyla kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak, il belediyelerinin etkileşim ortalamasının büyükşehir belediyelerinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu nedenle, belediyelerin büyükşehir, il veya ilçe statülerine göre etkileşim endeksini belirleyici olmadığı dolayısıyla belediye statüsü ile etkileşim endeksi arasında ters bir orantı olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Hatipoğlu ve arkadaşlarının (2020) yürüttüğü bir çalışmada, belediye başkanlarının vatandaşlarla olan etkileşim düzeyleri Twitter platformu üzerinden ölçülmüştür. Çalışmada, toplam 68 belediye başkanının resmi Twitter hesabı analiz edilmiştir ve bu hesaplar arasında 29 büyükşehir ve 39 il belediye başkanı bulunmaktadır. Yapılan çalışmada, belediye başkanlarının hesaplarına ait ortalama bağlılık değeri 23,29 olarak bulunmuştur. Bu değere göre, örneklem grubunun yaklaşık %65'i ortalamanın altında kalmıştır. Bununla birlikte, etkileşim endeksi bağlamında en yüksek değer (113,89) Sinop Belediye Başkanı'nın Twitter hesabına aitken en düşük değer (0,39) ise Gaziantep Belediye Başkanı'nın hesabına aittir. Son olarak, çalışma, belediyelerin statüleri (büyükşehir, il, ilçe) ile belediye başkanlarının katılım düzeyleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Gürses ve Çelik (2021) tarafından yürütülen çalışmada, Twitter inceleme nesnesi olmak suretiyle Marmara bölgesindeki kent konseylerinin paydaşlarıyla girdikleri etkileşim düzeyleri analiz edilmiştir. Bulgulara göre, paydaşlar beğeni butonunu diğer tepkilerden daha fazla tercih etmektedir. Bununla beraber, popülerlik ortalama değeri 13,19, bağlılık ortalama değeri 0,39 ve yayılma etkinliği ortalama değeri ise 2,14'tür. Bu durumda popülerlik boyutunun yayılma etkinliğinden, yayılma etkinliğinin de bağlılık boyutundan daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Etkileşim

düzeyinde ilk sırada yer alan Kırklareli Kent Konseyi'nin (43,70) takipçi sayısının diğer kent konseylerine göre daha düşük olması dikkat çeken bir noktadır. Son olarak örneklem grubundaki kent konseylerinin etkileşim ortalaması 15,72 olarak hesaplanmıştır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu tez çalışmasının konusunu genel olarak "sosyal medyada kurum-paydaş etkileşimi" oluşturmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada yerelde demokrasinin yaygınlaştırılması ve daha nitelikli hale gelmesi için katkı sunan kurumlar olan kent konseylerinin sosyal medya platformları aracılığıyla paydaşlarıyla kurdukları etkileşimin analiz edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Türkiye'deki Kent Konseylerinin Twitter'daki paylaşımlarının popülerlik oranına göre sıralaması nasıldır?
2. Türkiye'deki Kent Konseylerinin Twitter'daki paylaşımlarının bağlılık oranına göre sıralaması nasıldır?
3. Türkiye'deki Kent Konseylerinin Twitter'daki paylaşımlarının yayılma etkinliği oranına göre sıralaması nasıldır?
4. Türkiye'deki Kent Konseylerinin Twitter'daki paylaşımlarının etkileşim oranına göre sıralaması nasıldır?

3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

2021 yılı itibariyle Türkiye'de 30 Büyükşehir, 51 İl, 519 Büyükşehir İlçe, 403 İlçe ve 387 Belde Belediyesi olmak üzere toplamda 1390 belediye vardır (1, 2021). 5393 sayılı Belediye Kanunun 76. maddesine göre; "*kent konseylerinin, belediye teşkilatı bulunan yerlerde genel seçim sonuçlarını takip eden ilk 3 ay içerisinde kurulmaları"* öngörülmektedir (KKY, Mad. 76/5). Bu nedenle ilgili maddeye istinaden araştırmanın evreni oldukça geniştir. Ancak çalışmada evren belirlenirken, Twitter arama butonunda 'Kent Konseyi' araması yapılmış ve "Kişiler" bölümünde çıkan kent konseyleri, çalışmanın evreni olarak kabul edilmiştir.

Diğer yandan kent konseylerinin Twitter platformundaki aktif varlığı dikkate alınarak örneklem seçimi gerçekleştirilmiştir. Resmî Twitter hesabına sahip ve bu platformda aktif tweet paylaşımı olan toplamda 52 kent konseyi hesabı çalışmanın örneklemini

oluşturmaktadır. Çalışmaya dâhil edilen kent konseyleri örneklem olarak seçilirken çeşitli kriterler dikkate alınmıştır. Araştırmanın odak noktası olan kent konseylerinin çalışmaya dahil edilebilmesi için kent konseylerinin, resmi Twitter hesabının olması ve 03.12.2020 – 03.12.2021 tarihleri arasında tweet paylaşımı yapmış olmaları araştırmada aranan kriterlerdir.

Bu bağlamda, kent konseylerinin resmi Twitter hesaplarına ulaşmak ve aktif hesapları tespit edebilmek amacıyla 7 adımlık bir yol izlenmiştir. Bu adımlara ilişkin bilgiler aşağıda sırasıyla belirtilmiştir.

1. Kent konseylerinin Twitter hesaplarına ulaşmak amacıyla ilk olarak 13.11.2021 tarihinde Twitter arama butonunda 'Kent Konseyi' anahtar kelimesiyle arama yapılmıştır. Kişiler bölümünde çıkan sonuçlar üzerinden kent konseyi hesapları listelenmiştir. Listeme sonucunda ise toplamda 178 kent konseyi hesabına ulaşılmıştır (bkz. EK: 1).
2. Elde edilen listenin ardından, hesapların resmi bir Twitter hesabı olup olmadığına bakılmıştır. Bu noktada listede yer alan hesaplar dört aşamalı bir doğrulama yöntemine tabi tutulmuştur. Birinci aşamada, konseylerin Twitter hesabının onaylandığını gösteren ve resmi Twitter hesabı anlamı taşıyan 'Mavi Rozet'[5] işareti aranmıştır. Bu aşamada hiçbir kent konseyinin mavi rozet işaretine sahip olmadığı görülmüştür.
3. İkinci aşamada, listede yer alan 178 kent konseyinin kurumsal web sayfalarına gidilmiştir. Web sayfası üzerinden ilgili kent konseyinin Twitter hesabına bir yönlendirme varsa hesap resmî kabul edilmiştir. Buna göre 33 adet kent konseyi Twitter hesabı, web sayfasından yönlendirme yöntemi ile doğrulanmıştır (bkz. EK: 2).
4. Web sayfasından yönlendirmesi olmayan ve onaylanmış mavi rozet işareti bulunmayan hesaplar için son olarak hesabın biyografi/açıklama bölümüne bakılmıştır. Hesabın açıklama kısmında resmi hesap olduğunu ifade eden bir açıklama aranmış ve böyle bir açıklamaya sahip hesaplar da resmi hesap olarak kabul edilmiştir.

[5] Mavi onay rozeti, kamu hesaplarının onaylandığı ve resmi hesaplar olduğu anlamını taşıyan işarettir (Twitter, 2022).

Bu yöntemle doğrulama için toplamda 145 kent konseyi hesabına bakılmış ve profil açıklaması ile doğrulanan hesap sayısı 55 olarak bulunmuştur (bkz. EK: 3).

5. Bu kısma kadarki yöntemlerle doğrulanamayan hesaplar için bir diğer doğrulama yöntemi ise iletişime geçilerek doğrulama yapmak olmuştur. Fakat bu aşamada vakti elverişli kullanmak adına, bu yöntemle doğrulanacak hesapların öncelikle aktif paylaşımının olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Buna göre son bir yıl içerisinde herhangi bir paylaşımı olmayan ve dolayısıyla doğrulansa bile çalışmaya dahil edilebilmesi mümkün olmayacak hesaplar çalışmadan çıkarılmıştır. Çalışmada 03.12.2021 tarihinden geriye doğru son bir yıl içerisindeki verilere odaklandığından, bu aşamada daha önceden doğrulanmış olanlar da dahil son bir yıl içerisinde herhangi bir paylaşımı olmayan tüm kent konseylerinin hesapları da bu adımda çalışmadan çıkarılmıştır. Bu iki kriter bağlamında 104 kent konseyi hesabı çalışmanın dışında bırakılmıştır (bkz. EK: 4).
6. Son bir yıl içerisindeki paylaşım kriterinden sonra 100 takipçiden az takipçi sayısına sahip hesapların tespiti aşamasına geçilmiştir. Bu noktada resmi hesap ve son bir yıl içerisinde paylaşımı olduğu halde, analiz sonuçlarını yapay/dengesiz bir şekilde etkileme potansiyeli bulunduğu için takipçi sayısı 100'den az olan 11 kent konseyi hesabı daha çalışma dışında bırakılmıştır (bkz. EK: 5).
7. Takipçi sayısı 100'den az ve son bir yıl içerisinde paylaşımı olmayan kent konseyleri çalışmadan çıkarıldıktan sonra bir diğer doğrulama yöntemi olan iletişime geçilerek hesabı onaylama aşamasına devam edilmiştir. İletişime geçilecek konseyin 100 takipçiden fazla bir takipçi sayısına sahip olması ve son bir yıl içerisinde Twitter hesabında tweet paylaşımının bulunması, bu adımda aranan kriterlerdir. Bu bağlamda iletişime geçilerek hesabı onaylanan konsey sayısı 9 olmuştur. Öte yandan, hiçbir şekilde iletişime geçilemeyen (yetkilisine/temsilcisine ulaşılamayan) konsey sayısı ise 4'tür (bkz. EK: 6).

Sonuç olarak, klasik doğrulama yöntemlerine ek olarak iletişime geçilip onaylanan hesaplarla beraber toplamda 52 kent konseyi Twitter hesabı çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen tüm kent konseyi hesapları aşağıdaki Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Çalışmaya Dâhil Edilen Kent Konseyleri ve Twitter Hesapları

Kent Konseyi	Hesap	Kent Konseyi	Hesap
Adalar Kent Konseyi	@AdalarKent	İzmit Kent Konseyi	@izmitkkonseyi
Adıyaman Kent Konseyi	@KentKonseyi02	Karatay Kent Konseyi	@KaratayKent
Alanya Kent Konseyi	@alanyakonseyi	Kars Kent Konseyi	@karskentkonseyi
Ankara Kent Konseyi	@ank_kentkonseyi	Kırklareli Kent Konseyi	@39KentKonseyi
Antalya Kent Konseyi	@ANTKentKonseyi	Kırşehir Kent Konseyi	@kentkonseyi40
Ataşehir Kent Konseyi	@atasehirkentkon	Kocaeli Kent Konseyi	@KocaeliKentK
Avcılar Kent Konseyi	@avckentkonseyi	Konak Kent Konseyi	@KonakKentKon
Ayvalık Kent Konseyi	@ayvalikkonsey	Malatya Kent Konseyi	@mltykentkonseyi
Balıkesir Kent Konseyi	@blkkentkonseyi	Maltepe Kent Konseyi	@MltpKentKonseyi
Batman Kent Konseyi	@KentKonseyi72	Marmaris Kent Konseyi	@KonseyMarmaris
Beşiktaş Kent Konseyi	@bskkentkonseyi	Mersin Kent Konseyi	@MersinKentKonsy
Beykoz Kent Konseyi	@BeykozKonseyi	Nilüfer Kent Konseyi	@NKKonsey
Bilecik Kent Konseyi	@BilecikKent	Odunpazarı Kent Konseyi	@odunpazariKK
Bursa Kent Konseyi	@BursaKentKonsey	Ordu Kent Konseyi	@ordukentkonseyi
Ceyhan Kent Konseyi	@ceyhankkonseyi	Pendik Kent Konseyi	@kentkonseyipndk
Cide Kent Konseyi	@cidekentkonseyi	Rize Kent Konseyi	@KentKonseyiRize
Çanakkale Kent Konseyi	@CkaleKentKnseyi	Sakarya Kent Konseyi	@kentkonseyi54
Datça Kent Konseyi	@DatcaKent	Seferihisar Kent Konseyi	@SeferihisarKK
Denizli Kent Konseyi	@DKKonseyi	Selçuklu Kent Konseyi	@selcuklukent
Elazığ Kent Konseyi	@ElzKentKonseyi	Süleymanpaşa Kent Konseyi	@spasakentk
Eskişehir Kent Konseyi	@esk_kentkonseyi	Şanlıurfa Kent Konseyi	@kentkonseyi63
Gaziantep Kent Konseyi	@gkentkonseyi	Tokat Kent Konseyi	@kentkonseyi60
Giresun Kent Konseyi	@giresunkent28	Ümraniye Kent Konseyi	@UKentkonseyi
Hatay Kent Konseyi	@hataykentkonse1	Yenimahalle Kent Konseyi	@YenimahalleKK
İstanbul Kent Konseyi	@istkentkonseyi	Yeşilyurt Kent Konseyi	@yykentkonseyi
İzmir Kent Konseyi	@izmirkentkonsey	Zeytinburnu Kent Konseyi	@ZKonseyi
			Toplam: 52

3.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Resmi Twitter hesabına sahip kent konseyleri belirlendikten sonra analiz esnasında kullanılacak verileri elde edebilmek amacıyla ilk olarak bir Twitter geliştirici (developer) hesabı oluşturulmuştur. Söz konusu geliştirici hesabından çalışmaya dâhil edilen 52 kent konseyi hesabının, 03.12.2020 – 03.12.2021 tarihleri arasındaki bir yıllık verileri

Postman[6] uygulaması kullanılarak çekilmiştir. Veri çekme işlemi 05.12.2021 tarihinde ve 00:00-05:00 saatleri arasında gerçekleştirilmiştir. 52 kent konseyine ait toplamda 135.164 veri çekilmiştir. Bu veriler tweet, retweet, beğeni, yorum ve takipçi sayılarını içermektedir.

Çekilen veriler JSON[7] formatında indirilebilmektedir. Verilerin daha kolay çözümlenebilmesi için JSON formatındaki veriler Excel formatına dönüştürülmüştür. Ardından analiz grupları oluşturulmuştur. Etkileşim analizi yapılırken retweet edilen (başka bir kullanıcının paylaşmış olduğu gönderiyi, kent konseyinin kendi hesabından paylaşması) gönderiler analizin dışında tutulmuştur. Bunun nedeni, ilgili kent konseyinin takipçisi olmadığı halde, başka kullanıcıların gönderilere beğeni, yorum ve paylaşım yaparak sonuçların yapay bir şekilde etkilemesinin önüne geçilmesidir.

Tüm bu aşamalar tamamlandıktan sonra çekilen verilere son olarak Bónson ve Ratkai'nin (2013) temelde Facebook platformu için geliştirdiği ve sonrasında Twitter (2019) platformunda da kullandıkları etkileşim ölçeği uygulanmıştır. Aşağıdaki Tablo 4'te ilgili ölçüm setine ait formülizasyona yer verilmiştir. Buna göre popülerlik (P3) değeri, post/gönderi başına düşen ortalama beğeni sayısının, takipçi sayısına bölünerek 1000 ile çarpılmasıyla hesaplanmaktadır. Çıkan bu sonuç, her gönderinin 1000 takipçi başına düşen ortalama beğeni sayısını ifade etmektedir. Bununla beraber bağlılık (B3) değeri, gönderi başına düşen ortalama yorum sayısının takipçi sayısına bölünerek 1000 ile çarpılmasıyla hesaplanmaktadır. Bu değer de 1000 takipçi başına düşen ortalama yorum sayısını ifade etmektedir. Aynı şekilde yayılma etkinliği (Y3) değeri ise gönderi başına düşen ortalama paylaşımın yani takipçilerin ilgili gönderiyi kendi hesaplarından paylaşımının yine takipçi sayısına bölünmesi olarak hesaplanmaktadır. Bu değer ise 1000 takipçi başına düşen ortalama paylaşım sayısı olarak açıklanmaktadır. Ölçüm seti kapsamında P3, B3 ve Y3 değerleri hesaplanırken elde edilen sonuçlar, basamak değerleri yüksek olduğu için, yani sonuçlar oldukça düşük çıktığından dolayı, bu sonuçlar 1000 ile çarpılarak daha kolay yorumlanabilir hale getirilmektedir. Son olarak hesaplanan P3, B3 ve Y3 değerlerinin toplamı ise etkileşim puanını ifade etmektedir.

[6] Postman, farklı yazılımların birbirleriyle etkileşim sağlamasına imkân tanıyan bir uygulamadır (Eğilmez, 2020).
[7] JSON formatı, farklı programlama diller arasındaki veri alışverişini kolaylaştıran bir metin biçimidir (Ordu, 2021).

Tablo 4. Bónson ve Ratkai'nin (2019) Ölçüm Seti

Popülerlik (Popularity)	P1	Beğenilen tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Beğenilen tweetlerin oranı
	P2	Beğeni sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama beğeni sayısı
	P3	(P2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama beğeni sayısı
Bağlılık (Commitment)	B1	Yorum yapılan tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Yorum yapılan tweetlerin oranı
	B2	Yorum sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama yorum sayısı
	B3	(B2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama yorum sayısı
Yayılma Etkinliği (Virality)	Y1	Paylaşılan tweet sayısı/Toplam tweet sayısı	Paylaşılan tweetlerin oranı
	Y2	Paylaşım sayısı/Toplam tweet sayısı	Tweet başına düşen ortalama paylaşım sayısı
	Y3	(Y2/Fan Sayısı) x 1000	Her tweet için 1000 fan başına düşen ortalama paylaşım sayısı
Etkileşim (Engagement)	E	P3+B3+Y3	Paydaş Etkileşim Endeksi

4. BULGULAR

Bu bölümde öncelikle betimleyici istatistiklere, daha sonra ise etkileşim analizine ilişkin bulgulara yer verilecektir. Bu bağlamda, betimleyici istatistiklerin, etkileşim analizinin hangi veriler kullanılarak gerçekleştirildiğinin anlaşılabilmesine ve örneklemin, sosyal medyadaki varlıklarının daha iyi ortaya koyulabilmesine vesile olacağı düşünülmektedir. Bu noktada hemen şunu da ifade etmek gerekir ki gerek betimleyici istatistikler gerekse etkileşim analizine ilişkin bulgulara yer verilirken kent konseyleri, belediyelerin farklılaşan statüleri göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmiştir. Buna göre kent konseyleri temelde üç grupta ele alınarak değerlendirilmiştir. Bu gruplar büyükşehir belediye kent konseyleri (n=16), il belediye kent konseyleri (n=11) ve büyükşehir ilçe belediye kent konseyleridir (n=25)[8].

4.1. Betimleyici İstatistikler

Betimleyici istatistikler kent konseylerinin nüfus ve Twitter takipçi sayıları, kent konseylerinin atmış oldukları tweetler ve retweetledikleri tweetlerin dağılımları ve kent konseylerinin atmış oldukları tweetlere ilişkin retweet, yorum ve beğeni sayıları olmak üzere üç alt başlıkta sunulmuştur.

4.1.1. Kent Konseyi Gruplarının Nüfus ve Takipçi Sayıları ile Oranları

Aşağıda Tablo 5'te çalışmaya dahil edilen büyükşehir belediyelerinin güncel nüfusları ve bu nüfusun grup içerisindeki toplam nüfusa oranı, Twitter'daki güncel takipçi sayıları ve takipçi sayılarının grup içerisindeki toplam takipçi sayısına oranı gibi bilgiler yer almaktadır.

Tablo 5'teki veriler incelediğinde; Antalya, Bursa ve İstanbul Kent Konseylerinin neredeyse nüfus oranıyla eşdeğer bir takipçi oranına sahip oldukları görülmektedir. Diğer yandan Ankara, Eskişehir, Gaziantep ve Malatya'nın ise nüfus oranının neredeyse iki

[8] Çalışmaya dahil edilen Cide Kent Konseyi, İlçe Belediye Kent Konseyi olmasına rağmen, çalışmada başka İlçe Belediye Kent Konseyinin olmaması yüzünden statüsüne en uygun olduğu düşünülen Büyükşehir İlçe Belediyesi grubuna dâhil edilmiştir.

katına yakın ve/veya iki katından daha fazla takipçi oranına sahip oldukları görülmektedir. Bu nedenle bahsi geçen kent konseylerinin Twitter platformundaki bilinirliklerinin diğer kent konseylerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Geri kalan kent konseylerinin ise nüfusuna oranla takipçi sayısı oranlarının çok daha düşük kaldığı gözlenmektedir.

Tablo 5. Büyükşehir Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları

Kent Konseyleri	Nüfus	Grup Toplam Nüfusuna Oranı (%)	Takipçi Sayısı	Grup Toplam Takipçi Sayısına Oranı (%)
Ankara Kent Konseyi	5.663.322	12	16.697	26.16
Antalya Kent Konseyi	2.548.308	5	3.792	5.94
Balıkesir Kent Konseyi	1.240.285	3	858	1.34
Bursa Kent Konseyi	3.101.833	7	5.670	8.88
Denizli Kent Konseyi	1.040.915	2	601	0.94
Eskişehir Kent Konseyi	888.828	2	3.201	5.02
Gaziantep Kent Konseyi	2.101.157	4	4.645	7.28
Hatay Kent Konseyi	1.659.320	4	134	0.21
İstanbul Kent Konseyi	15.462.452	33	19.914	31.20
İzmir Kent Konseyi	4.394.694	9	779	1.22
Kocaeli Kent Konseyi	1.997.258	4	996	1.56
Malatya Kent Konseyi	806.156	2	4.198	6.58
Mersin Kent Konseyi	1.868.757	4	439	0.69
Ordu Kent Konseyi	761.400	2	213	0.33
Sakarya Kent Konseyi	1.042.649	2	221	0.35
Şanlıurfa Kent Konseyi	2.115.256	5	1.468	2.30
		100		**100**

Aşağıda Tablo 6'da çalışmaya dahil edilen il belediyelerinin güncel nüfusları ve bu nüfusun grup içerisindeki toplam nüfusa oranı, Twitter'daki güncel takipçi sayıları ve takipçi sayılarının grup içerisindeki toplam takipçi sayısına oranı gibi bilgiler yer almaktadır. Buna göre Adıyaman, Çanakkale, Kars ve Rize Kent Konseylerinin, nüfus oranının neredeyse iki katına yakın ve/veya iki katından daha fazla takipçi oranına sahip oldukları görülmektedir. Bu nedenle bu kent konseylerinin Twitter platformunda diğer kent konseylerine göre daha bilinir olduklarını söyleyebilmek mümkündür. Diğer yandan

Elazığ ve Kırklareli Kent Konseylerinin ise nüfus oranına göre takipçi sayısı oranı en düşük iller oldukları gözlenmiştir.

Tablo 6. İl Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları

Kent Konseyleri	Nüfus	Grup Toplam Nüfusuna Oranı (%)	Takipçi Sayısı	Grup Toplam Takipçi Sayısına Oranı (%)
Adıyaman Kent Konseyi	632.459	12,96	2.461	28,31
Batman Kent Konseyi	620.278	12,71	384	4,42
Bilecik Kent Konseyi	218.717	4,48	133	1,53
Çanakkale Kent Konseyi	541.548	11,09	2.594	29,84
Elazığ Kent Konseyi	587.960	12,04	172	1,98
Giresun Kent Konseyi	448.721	9,19	300	3,45
Kars Kent Konseyi	284.923	5,84	870	10,01
Kırklareli Kent Konseyi	361.737	7,41	113	1,30
Kırşehir Kent Konseyi	243.042	4,98	127	1,46
Rize Kent Konseyi	344.359	7,05	1.105	12,71
Tokat Kent Konseyi	597.861	12,25	433	4,98
		100		**100**

Aşağıda Tablo 7'de çalışmaya dahil edilen büyükşehir ilçe belediyelerinin güncel nüfusları ve bu nüfusun grup içerisindeki toplam nüfusa oranı, Twitter'daki güncel takipçi sayıları ve takipçi sayılarının grup içerisindeki toplam takipçi sayısına oranı gibi bilgiler yer almaktadır. Buna göre Ayvalık, Cide, Datça, Nilüfer, Süleymanpaşa ve Yeşilyurt Kent Konseylerinin, nüfus oranının neredeyse iki katına yakın ve/veya iki katından daha fazla takipçi oranına sahip oldukları görülmektedir. Buradan hareketle bu kent konseylerinin Twitter platformunda diğer kent konseylerine göre daha bilinir olduklarını söyleyebilmek mümkündür. Diğer yandan Avcılar, İzmit, Konak, Pendik ve Yenimahalle Kent Konseylerinin ise nüfus oranına göre takipçi sayısı oranı en düşük ilçeler oldukları gözlenmiştir.

Tablo 7. Büyükşehir İlçe Belediye Konseyleri Nüfus ve Takipçi Sayıları

Kent Konseyleri	Nüfus	Grup Toplam Nüfusuna Oranı (%)	Takipçi Sayısı	Grup Toplam Takipçi Sayısına Oranı (%)
Adalar Kent Konseyi	16.033	0,20	465	2,66
Alanya Kent Konseyi	333.104	4,08	909	5,20
Ataşehir Kent Konseyi	422.594	5,18	616	3,52
Avcılar Kent Konseyi	436.897	5,35	284	1,62
Ayvalık Kent Konseyi	71.725	0,88	846	4,84
Beşiktaş Kent Konseyi	176.513	2,16	306	1,75
Beykoz Kent Konseyi	246.110	3,02	621	3,55
Ceyhan Kent Konseyi	161.159	1,98	262	1,50

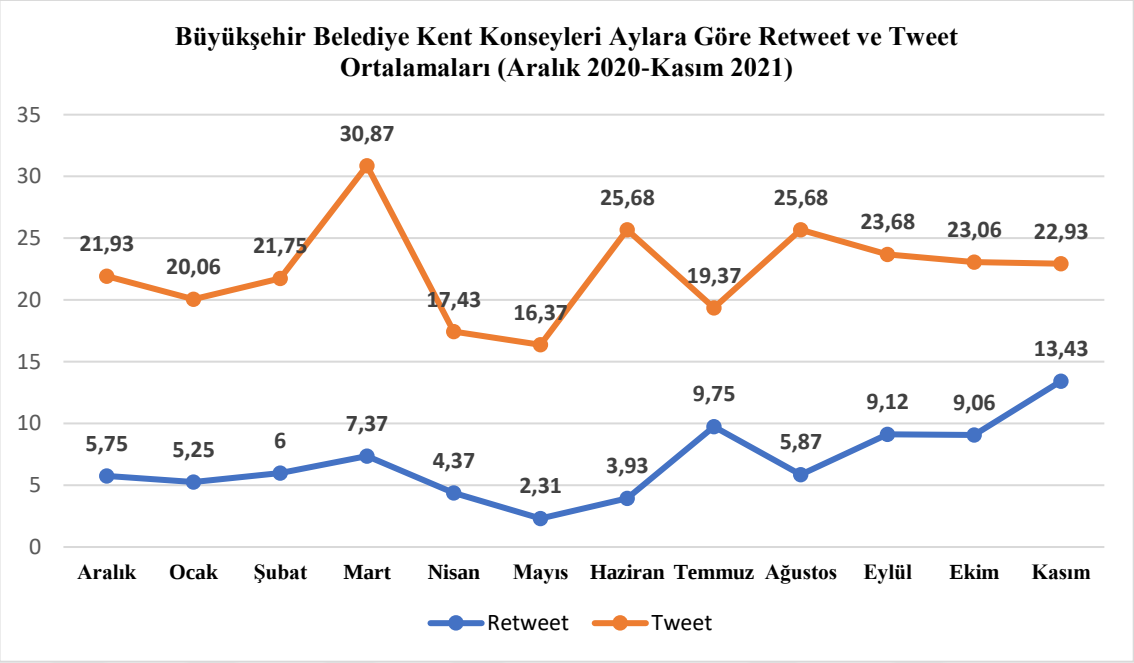
Cide Kent Konseyi	21.919	0,27	103	0,59
Datça Kent Konseyi	23.711	0,29	185	1,06
İzmit Kent Konseyi	365.893	4,48	131	0,75
Karatay Kent Konseyi	351.422	4,31	702	4,02
Konak Kent Konseyi	344.678	4,22	303	1,73
Maltepe Kent Konseyi	515.021	6,31	926	5,30
Marmaris Kent Konseyi	95.851	1,17	128	0,73
Nilüfer Kent Konseyi	484.832	5,94	1.859	10,63
Odunpazarı Kent Konseyi	415.230	5,09	997	5,70
Pendik Kent Konseyi	726.481	8,90	272	1,56
Seferihisar Kent Konseyi	48.320	0,59	103	0,59
Selçuklu Kent Konseyi	663.280	8,13	855	4,89
Süleymanpaşa Kent Konseyi	203.617	2,50	2.235	12,78
Ümraniye Kent Konseyi	713.803	8,75	1.087	6,22
Yenimahalle Kent Konseyi	695.395	8,52	627	3,59
Yeşilyurt Kent Konseyi	341.654	4,19	2.278	13,03
Zeytinburnu Kent Konseyi	283.657	3,48	384	2,20
		100		**100**

4.1.2. Kent Konseyi Gruplarının Retweet ve Tweet Dağılımları

Bu başlık altında kent konseyleri gruplarının geriye dönük bir yıllık tweet ve retweet paylaşımlarına aylık bazda yer verilmiştir. Buna göre kent konseylerinin hangi dönemlerde daha fazla veya az paylaşımda bulunduklarını ve paylaşımların daha çok tweet mi yoksa başkalarının tweetlerini retweetlemek şeklinde mi gerçekleştiğini anlayabilmek mümkündür.

Aşağıda Şekil 1'de Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin aylık bazda ortalama tweet ve retweet sayılarına yer verilmektedir. Tweet grafiği incelendiğinde 12 aylık periyotta aylık tweet ortalaması 22,4'tür. Diğer yandan retweet grafiğine göre ise aylık retweet ortalaması 6,85'tir. Buna göre kent konseylerinin paylaşım yöntemi olarak daha çok tweet atmayı tercih ettikleri, retweet paylaşımlarının tweet paylaşımlarına göre üçte bir oranında kaldığı anlaşılmaktadır.

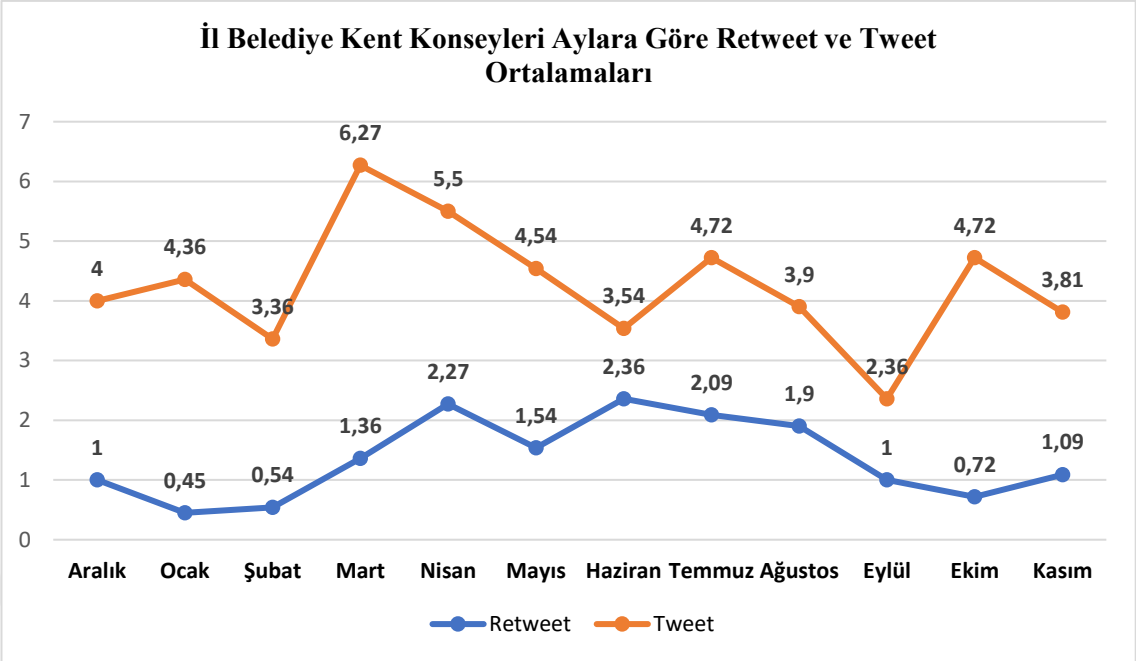
Ayrıca yıl içerisinde en çok tweet atılan ayın mart ayı olduğu, en az tweet atılan ayın ise mayıs ayı olduğu görülmektedir. Retweetlere bakıldığında ise en çok retweetin kasım ayında, en az retweetin ise mayıs ayında yapıldığı gözlenmektedir. Öte yandan, toplamda en çok paylaşımın yapıldığı (Tweet+Retweet) aylar mart ve kasım ayları olurken; yıl içerisinde en az paylaşımın yapıldığı aylar ise nisan ve mayıs ayları olmuştur.



Şekil 1. BB. Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı

Aşağıda Şekil 2'de İl Belediye Kent Konseylerinin aylık bazda ortalama tweet ve retweet sayılarına yer verilmektedir. Tweet grafiği incelendiğinde 12 aylık periyotta aylık tweet ortalaması 4,26'dır. Diğer yandan retweet grafiğine göre ise aylık retweet ortalaması 1,36'dır. Buna göre il belediye kent konseylerinin de paylaşım yöntemi olarak daha çok tweet atmayı tercih ettikleri, retweet paylaşımlarının tweet paylaşımlarına göre neredeyse üçte bir oranında kaldığı anlaşılmaktadır.

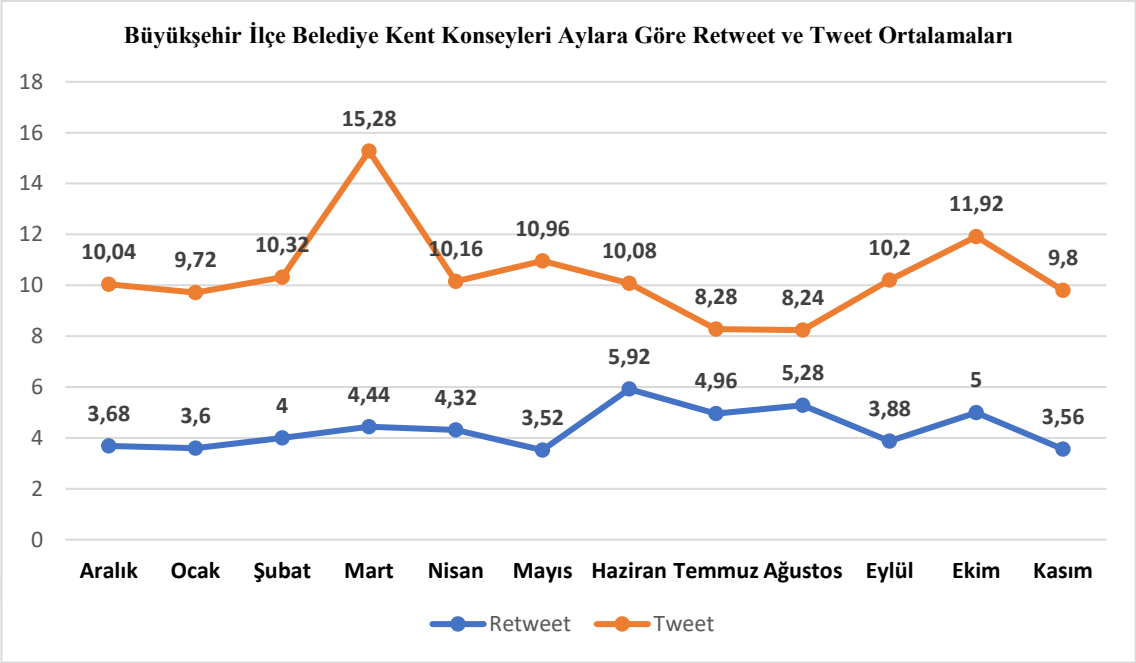
Ayrıca yıl içerisinde en çok tweet atılan ayın il belediye kent konseylerinde de mart ayı olduğu, en az tweet atılan ayın ise büyükşehir belediyelerinden farklı olarak bu sefer eylül ayı olduğu görülmektedir. Retweetlere bakıldığında ise en çok retweetin haziran ayında, en az retweetin ise ocak ayında yapıldığı gözlenmektedir. Öte yandan, toplamda en çok paylaşımın yapıldığı (Tweet+Retweet) aylar mart ve nisan ayları olurken; yıl içerisinde en az paylaşımın yapıldığı aylar ise eylül ve şubat ayları olmuştur.



Şekil 2. İl Belediye Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı

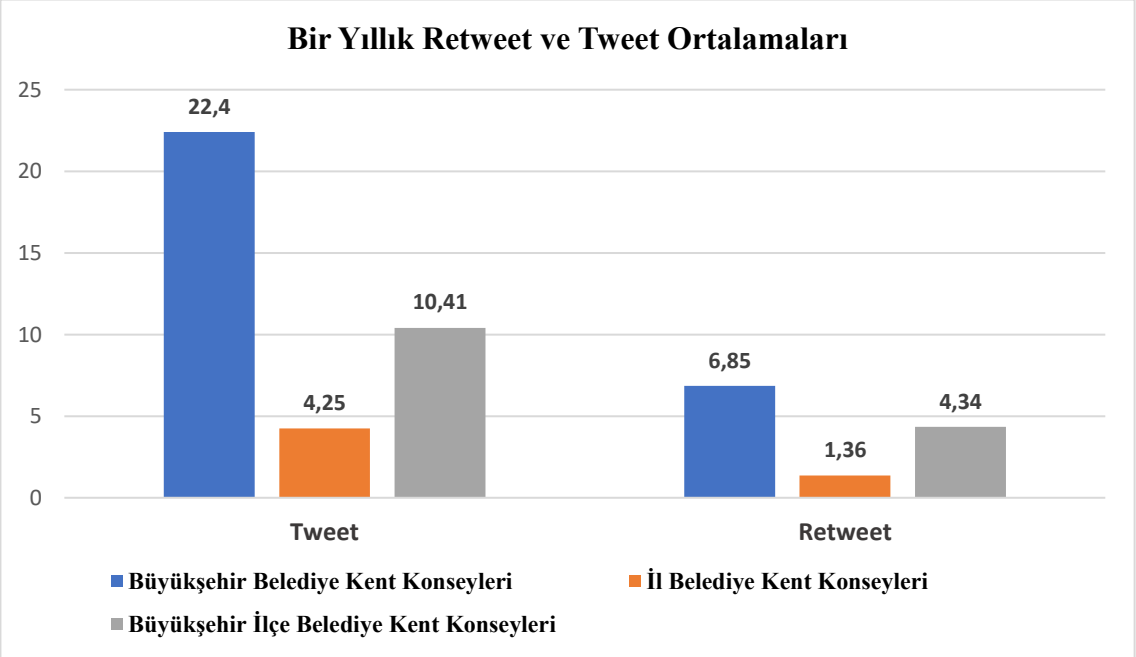
Aşağıda Şekil 3'te Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin aylık bazda ortalama tweet ve retweet sayılarına yer verilmektedir. Tweet grafiği incelendiğinde 12 aylık periyotta büyükşehir ilçe belediyelerinde aylık tweet ortalaması 10,42'dir. Diğer yandan retweet grafiğine göre ise aylık retweet ortalaması 4,35'tir. Buna göre büyükşehir ilçe belediye kent konseylerinin de paylaşım yöntemi olarak daha çok tweet atmayı tercih ettikleri, retweet paylaşımlarının tweet paylaşımlarına oranla daha az olduğu anlaşılmaktadır.

Ayrıca yıl içerisinde en çok tweet atılan ayın tüm kent konseyi gruplarında olduğu gibi yine mart ayı olduğu, en az tweet atılan ayların ise birbirine çok yakın değerlerle temmuz ve ağustos ayları olduğu anlaşılmaktadır. Retweetlere bakıldığında ise en çok retweetin il belediye kent konseyleri gibi yine haziran ayında, en az retweetin ise bu sefer mayıs ayında yapıldığı gözlenmektedir. Öte yandan, toplamda en çok paylaşımın yapıldığı (Tweet+Retweet) ay mart ayı iken; yıl içerisinde en az paylaşımın yapıldığı ay ise temmuz ayı olmuştur.



Şekil 3. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri 1 Yıllık Retweet ve Tweet Dağılımı

Şekil 4'te her üç grup belediyenin bir yıllık ortalama tweet ve retweet sayılarına yer verilmektedir. Buna göre tüm kent konseyi grupları itibariyle değerlendirildiğinde görülmektedir ki hem tweet hem de retweet bazlı paylaşımların ortalaması en yüksek olan grup büyükşehir belediyeleri grubu iken; büyükşehir belediyelerini sırasıyla büyükşehir ilçe belediyeleri ve il belediyeleri takip etmektedir.



Şekil 4. Çalışma Gruplarına Ait Bir Yıllık Tweet ve Retweet Ortalamaları

4.1.3. Kent Konseylerinin 1 Yıllık Retweet, Yorum ve Beğeni Sayıları

Bu başlık altında kent konseylerinin çalışma tarihleri itibariyle toplam kaç Tweet attıkları ve bu Tweetlere ilişkin beğeni, yorum ve Retweet olmak üzere ne kadar etkileşim aldıkları ve söz konusu etkileşimin grup içerisindeki oransal dağılımlarına yer verilmektedir. Buna göre tablolardaki Tweet sayısı kent konseylerinin son bir yıl içerisinde attıkları toplam tweet sayısını gösterirken; Beğeni, yorum ve Retweet sayıları ise bu Tweetlerin aldıkları etkileşimi ifade etmektedir.

Tablo 8'de büyükşehir belediyeleri kategorisinde yer alan kent konseylerinin ilgili dönemde attıkları Tweet sayısına ve buna bağlı ortaya çıkan etkileşim bulgularına yer verilmektedir. Öncelikle büyükşehir belediye kent konseylerinin tamamının toplamda 4301 Tweet attığı görülmektedir. Bu grup içerisinde en çok Tweet'i Ankara (%28,95) atmışken; Ankara'yı sırasıyla Eskişehir (%11,23), İstanbul (%10,53) ve Balıkesir (%10,46) takip etmektedir.

Tweetlerin aldığı etkileşimin beğeni bazlı değerlendirilmesi neticesinde görülmektedir ki en yüksek beğeni oranı %73,51 ile Ankara kent konseyine aittir. Ankara kent konseyi toplam tweetlerin yaklaşık üçte birini atmışken; tweetleri, toplam beğeninin yaklaşık olarak dörtte üçünü almıştır. Öte yandan, İstanbul kent konseyi neredeyse tweet oranına yakın bir beğeni oranına sahiptir. Bu iki kent konseyinin dışında kalan diğer tüm kent konseylerinin ise beğeni oranı tweet oranının çok altındadır.

Etkileşim verileri yorum özelinde değerlendirildiğinde de yine Ankara kent konseyinin öne çıktığı görülmektedir. Ankara kent konseyi attığı tweet oranının (%28,95) iki katından daha fazla yorum oranına (%63,76) sahiptir. Öte yandan, Ankara kent konseyinin dışında yalnızca İstanbul kent konseyinin aldığı yorum oranı (%12,2) attığı tweet oranını (10,53) geçmektedir. Bu iki kent konseyinin dışında kalan diğer tüm kent konseylerinin yorum oranlarının tweet oranlarının altında olduğu anlaşılmaktadır.

Retweet oranları itibariyle de yukarıdaki duruma benzer bir tablo söz konusudur. Ankara kent konseyi %65,86 ve İstanbul kent konseyi ise %13,4'lük bir Retweet oranına sahip olarak tweet oranının üzerinde bir Retweet oranına ulaşmışlardır. Yine bu iki kent

konseyinin dışında Retweet oranı attığı Tweet oranını geçen başka kent konseyi bulunmamaktadır.

Tablo 8. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri

Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri	Tweet Sayısı	Tweet Oranı (%)	Beğeni Sayısı (n)	Beğeni Oranı (%)	Yorum Sayısı (n)	Yorum Oranı (%)	Retweet Sayısı (n)	Retweet Oranı (%)
Ankara Kent Konseyi	**1.245**	**28,95**	**77.701**	73,51	**915**	63,76	**10.743**	65,86
Antalya Kent Konseyi	**50**	**1,16**	**40**	0,04	**2**	0,14	**23**	0,14
Balıkesir Kent Konseyi	**450**	**10,46**	**3.031**	2,87	**99**	6,90	**293**	1,80
Bursa Kent Konseyi	**163**	**3,79**	**816**	0,77	**14**	0,98	**197**	1,21
Denizli Kent Konseyi	**132**	**3,07**	**860**	0,81	**3**	0,21	**271**	1,66
Eskişehir Kent Konseyi	**483**	**11,23**	**5.195**	4,91	**68**	4,74	**781**	4,79
Gaziantep Kent Konseyi	**71**	**1,65**	**453**	0,43	**2**	0,14	**117**	0,72
Hatay Kent Konseyi	**144**	**3,35**	**88**	0,08	**8**	0,56	**36**	0,22
İstanbul Kent Konseyi	**453**	**10,53**	**10.769**	10,19	**175**	12,20	**2.185**	13,40
İzmir Kent Konseyi	**146**	**3,39**	**839**	0,79	**26**	1,81	**215**	1,32
Kocaeli Kent Konseyi	**221**	**5,14**	**346**	0,33	**1**	0,07	**22**	0,13
Malatya Kent Konseyi	**219**	**5,09**	**956**	0,90	**18**	1,25	**260**	1,59
Mersin Kent Konseyi	**156**	**3,63**	**671**	0,63	**23**	1,60	**281**	1,72
Ordu Kent Konseyi	**69**	**1,6**	**229**	0,22	**5**	0,35	**18**	0,11
Sakarya Kent Konseyi	**47**	**1,1**	**259**	0,25	**3**	0,21	**60**	0,37
Şanlıurfa Kent Konseyi	**252**	**5,86**	**3.448**	3,26	**73**	5,09	**809**	4,96
	4.301	**100**	**102.253**	**100**	**1.435**	**100**	**16.311**	**100**

Son olarak şunu da ifade etmek gerekir ki kent konseylerinin attıkları tweetlere gelen etkileşimin %85,2'lik bir oranla büyük çoğunluğu beğenilerden gelmektedir. Öte yandan, %13,6'lık oranda bir Retweet etkileşimi söz konusuyken; en az etkileşim alınan alan olan yorumun ise genel etkileşim içerisinde ancak %1,2'lik bir orana sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 9'da il belediyeleri kategorisinde yer alan kent konseylerinin ilgili dönemde attıkları Tweet sayısına ve buna bağlı ortaya çıkan etkileşim bulgularına yer verilmektedir. Öncelikle il belediye kent konseylerinin tamamının toplamda 557 Tweet

attığı görülmektedir. Bu grup içerisinde en çok Tweet'i Giresun (%22,08) atmışken; Giresun'u sırasıyla Batman (%18,68), Kırklareli (%14,54) ve Adıyaman (%11.49) takip etmektedir.

Tweetlerin aldığı etkileşimin beğeni bazlı değerlendirilmesi neticesinde görülmektedir ki en yüksek beğeni oranı %32,77 ile Adıyaman kent konseyine aittir. Adıyaman kent konseyini ise sırasıyla Tokat (%24,41) ve Elazığ (%9,85) kent konseyleri takip etmektedir. Bu üç kent konseyi aynı zamanda aldığı beğeni oranı attığı tweet oranının üzerinde olan kent konseyleridir. Bu kent konseylerinin dışında kalan diğer tüm kent konseylerinin beğeni oranı attığı tweet oranının altında kalmıştır.

Yorum bazlı etkileşim verileri değerlendirildiğinde Batman ve Kırklareli kent konseylerinin %27,59'lik yorum oranıyla grup içerisinde birinciliği birlikte paylaştıkları görülmektedir. Bu iki kent konseyinin dışında yorum oranı ile öne çıkan diğer kent konseyleri Adıyaman (%17,54) ve Tokat (10,34)'tır.

Retweet bazlı etkileşim verileri dikkate alındığında ise %39,71 ile Tokat kent konseyinin en yüksek retweet oranına sahip olduğu; Tokat'ı %21,45'lik bir oranla Adıyaman kent konseyinin takip ettiği anlaşılmaktadır. Bu iki kent konseyinin retweet oranları grubun %60'ının üzerinde bir değere tekabül etmektedir.

Tablo 9. İl Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri

İl Belediye Konseyleri	Tweet Sayısı (n)	Tweet Oranı (%)	Beğeni Toplamı (n)	Beğeni Oranı (%)	Yorum Toplamı (n)	Yorum Oranı (%)	Retweet Toplamı (n)	Retweet Oranı (%)
Adıyaman Kent Konseyi	**64**	**11,49**	**961**	32,77	**5**	17,24	**74**	21,45
Batman Kent Konseyi	**104**	**18,68**	**244**	8,32	**8**	27,59	**38**	11,01
Bilecik Kent Konseyi	**19**	**3,41**	**63**	2,15	**1**	3,45	**17**	4,93
Çanakkale Kent Konseyi	**50**	**8,98**	**82**	2,80	**0**	0,00	**10**	2,90
Elazığ Kent Konseyi	**50**	**8,98**	**289**	9,85	**1**	3,45	**17**	4,93
Giresun Kent Konseyi	**123**	**22,08**	**155**	5,28	**0**	0,00	**5**	1,45
Kars Kent Konseyi	**5**	**0,9**	**3**	0,10	**0**	0,00	**1**	0,29
Kırklareli Kent Konseyi	**81**	**14,54**	**269**	9,17	**8**	27,59	**31**	8,99

Kırşehir Kent Konseyi	**14**	**2,5**	**150**	5,11	**1**	3,45	**15**	4,35
Rize Kent Konseyi	**4**	**0,72**	**1**	0,03	**2**	6,90	**0**	0,00
Tokat Kent Konseyi	**43**	**7,72**	**716**	24,41	**3**	10,34	**137**	39,71
	557	**100**	**2.933**	**100**	**29**	**100**	**345**	**100**

Son olarak il belediye kent konseylerinin attıkları tweetlere gelen etkileşimin büyük çoğunluğunu (%88,7) beğeniler meydana getirmektedir. Öte yandan, hesaplar etkileşimi %10,43'lük oranla bir Retweetten almışken; en az etkileşim yorumdan (%0,88) gelmiştir.

Tablo 10'da büyükşehir ilçe belediyeleri kategorisinde yer alan kent konseylerinin ilgili dönemde attıkları Tweet sayısına ve buna bağlı ortaya çıkan etkileşim bulgularına yer verilmektedir. Öncelikle büyükşehir ilçe belediye kent konseylerinin tamamının toplamda 3144 Tweet attığı görülmektedir. Bu grup içerisinde en çok Tweet'i 832 Tweet ile Yeşilyurt (%26,46) atmışken; Yeşilyurt'u sırasıyla 533 Tweet ile Nilüfer (%16,95), 266 Tweet ile Süleymanpaşa (%8,46), 196 Tweet ile Ceyhan (%6,26) 188 Tweet ile Odunpazarı (%5,98) ve 185 Tweet ile Karatay (%5,88) takip etmektedir.

Etkileşim verileri beğeni başlığı altında değerlendirmeye tabi tutulduğunda Yeşilyurt kent konseyinin tek başına grubun yarısından fazla oranda (%57,82) beğeni aldığı anlaşılmaktadır. Bu kent konseyinin dışında yalnızca Ceyhan kent konseyinin dikkate değer bir beğeni oranı bulunmaktadır ki Ceyhan kent konseyinin beğeni bulgularının dikkate değer yanı attığı tweet oranının neredeyse iki katı bir beğeni oranına sahip olmasıdır. Grupta yer alan diğer kent konseyleri için böyle bir durum söz konusu değildir.

Yorum bazlı etkileşim verilerine bakıldığında ise Yeşilyurt kent konseyinin yine ezici bir üstünlüğe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yeşilyurt kent konseyi tek başına grup içerisinde alınan yorumun %94,29'una sahiptir. Ayrıca Yeşilyurt kent konseyi Retweet oranlarında da açık ara öndedir. Yeşilyurt kent konseyinin aldığı Retweet oranı %63,44'tür. Öte yandan, Ceyhan kent konseyi Retweet bağlamında da diğer grup üyelerinden ayrılan bir konumda bulunmaktadır. Buna göre, Ceyhan kent konseyinin Retweet oranı (%12,39) attığı Tweet oranının neredeyse iki katıdır.

Tablo 10. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Retweet, Yorum ve Beğeni Verileri

Büyükşehir İlçe B. Konseyleri	Tweet Sayısı (n)	Tweet Oranı (%) 3144	Beğeni Toplamı (n)	Beğeni Oranı (%)	Yorum Toplamı (n)	Yorum Oranı (%)	Retweet Toplamı (n)	Retweet Oranı (%)
Adalar Kent Konseyi	**56**	**1,78**	**192**	0,47	**9**	0,15	**98**	0,75
Alanya Kent Konseyi	**104**	**3,31**	**244**	0,60	**8**	0,14	**38**	0,29
Ataşehir Kent Konseyi	**0**	**0**	**0**	0,00	**0**	0,00	**0**	0,00
Avcılar Kent Konseyi	**34**	**1,08**	**175**	0,43	**3**	0,05	**46**	0,35
Ayvalık Kent Konseyi	**47**	**1,49**	**55**	0,14	**0**	0,00	**13**	0,10
Beşiktaş Kent Konseyi	**49**	**1,56**	**303**	0,75	**6**	0,10	**66**	0,51
Beykoz Kent Konseyi	**54**	**1,72**	**546**	1,35	**18**	0,30	**211**	1,63
Ceyhan Kent Konseyi	**196**	**6,23**	**4.584**	11,34	**12**	0,20	**1.608**	12,39
Cide Kent Konseyi	**6**	**0,19**	**0**	0,00	**2**	0,03	**0**	0,00
Datça Kent Konseyi	**13**	**0,41**	**41**	0,10	**10**	0,17	**13**	0,10
İzmit Kent Konseyi	**54**	**1,72**	**108**	0,27	**0**	0,00	**42**	0,32
Karatay Kent Konseyi	**185**	**5,88**	**3.134**	7,75	**20**	0,34	**435**	3,35
Konak Kent Konseyi	**120**	**3,82**	**264**	0,65	**13**	0,22	**104**	0,80
Maltepe Kent Konseyi	**73**	**2,32**	**41**	0,10	**22**	0,37	**7**	0,05
Marmaris Kent Konseyi	**114**	**3,63**	**1.488**	3,68	**56**	0,95	**671**	5,17
Nilüfer Kent Konseyi	**533**	**16,95**	**3.545**	8,77	**125**	2,11	**940**	7,24
Odunpazarı Kent Konseyi	**188**	**5,98**	**898**	2,22	**17**	0,29	**194**	1,49
Pendik Kent Konseyi	**33**	**1,05**	**72**	0,18	**1**	0,02	**5**	0,04
Seferihisar Kent Konseyi	**33**	**1,05**	**5**	0,01	**2**	0,03	**0**	0,00
Selçuklu Kent Konseyi	**20**	**0,64**	**617**	1,53	**6**	0,10	**148**	1,14
Süleymanpaşa Kent Konseyi	**266**	**8,46**	**339**	0,84	**3**	0,05	**21**	0,16
Ümraniye Kent Konseyi	**2**	**0,06**	**4**	0,01	**0**	0,00	**1**	0,01
Yenimahalle Kent Konseyi	**27**	**0,86**	**107**	0,26	**0**	0,00	**20**	0,15
Yeşilyurt Kent Konseyi	**832**	**26,46**	**2.381**	57,82	**5.578**	94,29	**8.236**	63,44
Zeytinburnu Kent Konseyi	**105**	**3,35**	**293**	0,72	**5**	0,08	**66**	0,51
	3.144	**100**	**40.436**	**100**	**5.916**	**100**	**12.983**	**100**

Büyükşehir ilçe belediye kent konseylerinden oluşan grupta da etkileşimin büyük çoğunluğu (%68,15) beğenilerden gelmekle birlikte bu oran diğer kent konseyi gruplarına

nazaran daha azdır. Buna göre bu grupta daha nitelikli etkileşim türleri olarak kabul edilen yorum (%9,97) ve Retweet (%21,88) oranı daha yüksektir.

4.2.Etkileşim Analizine İlişkin Bulgular

Etkileşim analizine ilişkin bulgular öncelikle ölçüm setinin alt bileşenleri olan sırasıyla popülerlik, bağlılık ve yayılma etkinliği başlıkları altında, daha sonra ise üçünün toplamından meydana gelen etkileşim başlığı altında ele alınacaktır.

4.2.1. Kent Konseylerinin Popülerlik Kriterine Göre Sıralamaları

Ölçüm setinin ilk boyutu olan popülerlik (P) kriterinin ölçümü, beğeni butonuna bağlı olarak; P1, P2 ve P3 değerlerinin hesaplanmasıyla ortaya çıkmaktadır. P1 değeri; kent konseyleri tarafından yapılan paylaşımların, takipçiler tarafından beğenilme oranını ifade etmektedir. Yani P1 değeri, beğenilen postların oranına tekabül etmektedir. Bir diğer kriter olan P2 değeri, beğeni sayılarının toplam gönderi sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir. Bu değer ise gönderi başına düşen ortalama beğeni sayısını ifade etmektedir. Popülerlik boyutu bağlamında son ölçüm kriteri olan P3 değeri ise; P2 değerinin takipçi sayısına bölündükten sonra 1000 ile çarpılması sonucunda hesaplanmaktadır. Bu bağlamda çıkan sonuç, her post için 1000 takipçi başına düşen ortalama beğeni sayısını ifade etmektedir.

Buna göre aşağıdaki Tablo 11'de Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin P1, P2 ve nihai P3 değerlerine göre sıralamalarına yer verilmiştir. P1 değeri bağlamında grup ortalaması 0,89'dur. Yani grupta atılan tüm tweetlerin %89'u en az bir kez beğenilmiştir. Mersin, Ankara ve Kocaeli Kent Konseylerinin P1 değerlerinin 1 olması, bu kent konseylerinin her gönderisinin en az bir beğeni aldığı anlamını taşımaktadır. Hatay Kent Konseyi'nin P1 değeri 0,40 ile grup içerisindeki en düşük değerdir ve bu Hatay Kent Konseyinin ilgili dönemde attığı tweetlerin yalnızca %40'ının en az bir beğeniye sahip olduğu, yani geri kalan %60'lık tweetinin hiç beğeni almadığı anlamına gelmektedir. Yine Antalya Kent Konseyi de 0,48'lik P1 değeri ile grup ortalamasının çok altında kalmış başka bir kent konseyidir.

Öte yandan gönderi başına düşen beğeni sayısı anlamına gelen P2 değeri bağlamında büyükşehir grubu ortalaması 9,95'tir. P2 değerinde Ankara 61,96 ile diğer grup üyelerinden açık ara önde yer almaktadır. Ankara'yı takip eden en yakın il olan İstanbul'un P2 değeri 23,11 iken; P2 değeri grup ortalamasının üzerinde olan diğer iller ise 13,63 ile Şanlıurfa ve 10,58 ile de Eskişehir Kent Konseyleridir.

Popülerlik son olarak P3 değeri bağlamında ele alınacak olursa grup ortalamasının 6,4 olduğu, yani büyükşehir belediyelerinin tweetlerinin 1000 takipçide yalnızca 6,4 beğeni aldığı anlaşılmaktadır. Buna göre büyükşehir belediyeleri grubunda 9 kent konseyi grup ortalamasının altında kalırken, 7 kent konseyi ise ortalama üzerinde bir popülerlik değerine sahiptir.

Bu kategoride Sakarya Kent Konseyinin 1000 takipçide ortalama 24,42 beğeni ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu nedenle Sakarya Kent Konseyi'nin Twitter hesabının grup içerisinde popülerlik düzeyi en yüksek hesap olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan Sakarya Kent Konseyini sırasıyla; Ordu (15,58), Denizli (10,76), Mersin (9,80) ve Şanlıurfa (9,28) Kent Konseyleri takip etmektedir. Popülerlik sıralaması bağlamında grup içinde son sırada ise Antalya Kent Konseyi (0,21) yer almaktadır.

Tablo 11. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması

	Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri	**P1 Değeri**	**P2 Değeri**	**P3 Değeri**
1	Sakarya Kent Konseyi	0,92	5,40	24,42
2	Ordu Kent Konseyi	0,87	3,32	15,58
3	Denizli Kent Konseyi	0,98	6,47	10,76
4	Mersin Kent Konseyi	1,00	4,30	9,80
5	Şanlıurfa Kent Konseyi	0,99	13,63	9,28
6	Balıkesir Kent Konseyi	0,95	6,63	7,73
7	İzmir Kent Konseyi	0,97	5,63	7,23
8	Hatay Kent Konseyi	0,40	0,61	4,53
9	Ankara Kent Konseyi	1,00	61,96	3,71
10	Eskişehir Kent Konseyi	0,99	10,58	3,31
11	Kocaeli Kent Konseyi	1,00	1,52	1,53
12	Gaziantep Kent Konseyi	0,99	6,29	1,35
13	İstanbul Kent Konseyi	0,98	23,11	1,16
14	Malatya Kent Konseyi	0,92	4,25	1,01
15	Bursa Kent Konseyi	0,95	4,83	0,85
16	Antalya Kent Konseyi	0,48	0,80	0,21
	Ortalama	**0,89**	**9,95**	**6,40**

Popülerlik değerleri hesaplanan bir diğer grup ise İl Belediye Kent Konseyleridir. Aşağıda Tablo 12'den de görüleceği üzere ilgili grubun P1 değeri ortalaması 0,76'dır. Öte yandan, Kırşehir ve Tokat Kent Konseylerinin yapmış oldukları tüm paylaşımların en az bir kere beğenildiği ve bu nedenle P1 değerlerinin 1 olduğu anlaşılmaktadır.

Grubun P2 değeri ortalaması ise 5,04'tür. Grup içerisindeki en yüksek P2 değerlerinin; sırasıyla Tokat (16,27), Kırşehir (10,71) ve Adıyaman (10,45) Kent Konseylerine ait olduğu anlaşılmaktadır.

İl belediye kent konseyleri bağlamında son popülerlik değeri olan P3 değerine bakıldığında ise grup ortalamasının 20,26 olduğu anlaşılmaktadır. Grup içerisindeki diğer kent konseylerine göre oldukça yüksek bir değere sahip olan Kırşehir Kent Konseyi (84,36) popülerlikte ilk sırada yer almaktadır. Diğer yandan Kırşehir'i Tokat (37,58), Elazığ (32,95), Kırklareli (29,39) ve Bilecik (22,56) Kent Konseyleri takip etmektedir. Bu konseyler aynı zamanda grup ortalamasının üzerinde popülerliğe sahip kent konseyleridir. Diğer yandan Rize Kent Konseyi ise 0,23'lük P3 skoru ile grup içerisindeki en az popüler olan kent konseyidir.

Tablo 12. İl Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması

	İl Belediye Kent Konseyleri	P1 Değeri	P2 Değeri	P3 Değeri
1	Kırşehir Kent Konseyi	1,00	10,71	84,36
2	Tokat Kent Konseyi	1,00	16,27	37,58
3	Elazığ Kent Konseyi	0,92	5,67	32,95
4	Kırklareli Kent Konseyi	0,85	3,32	29,39
5	Bilecik Kent Konseyi	0,67	3,00	22,56
6	Batman Kent Konseyi	0,86	2,32	6,05
7	Adıyaman Kent Konseyi	0,98	10,45	4,24
8	Giresun Kent Konseyi	0,69	1,25	4,17
9	Kars Kent Konseyi	0,40	0,60	0,69
10	Çanakkale Kent Konseyi	0,74	1,64	0,63
11	Rize Kent Konseyi	0,25	0,25	0,23
	Ortalama	**0,76**	**5,04**	**20,26**

Aşağıdaki Tablo 13'de son grup olan Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin popülerlik değerlerine yer verilmiştir. Bu grup içerisinde yer alan Ataşehir Kent Konseyinin çalışma tarihleri arasında sadece bir retweet paylaşımı vardır. Diğer yandan hiç tweet paylaşımının olmaması nedeniyle etkileşim sonuçları hesaplanamamıştır. Bu nedenle bu kent konseyine etkileşim ölçeği uygulanamadığı için bu adımdan itibaren araştırma dışında bırakılmıştır.

Tablo 13 incelendiğinde ilk olarak ilgili grubun P1 değeri ortalamasının 0,78 olduğu anlaşılmaktadır. Bu kategoride Ceyhan, Selçuklu, Yeşilyurt, Ümraniye ve Seferihisar kent konseylerinin 1 tam puan aldıkları, yani tüm tweetlerinin en az bir beğeni aldığı görülmektedir. Öte yandan, P1 değeri en düşük olan kent konseyi ise Cide kent konseyidir.

İlgili grubun P2 değeri ortalaması ise 7,02'dir. Bu kategoride en yüksek P2 değerine sahip kent konseyleri sırasıyla Selçuklu (30,85), Yeşilyurt (27,9), Ceyhan (22,81), Karatay (16,85), Marmaris (13,05) ve Beykoz (10,11)'dur. Cide kent konseyi P2 değeri bağlamında da en düşük değere sahip kent konseyidir.

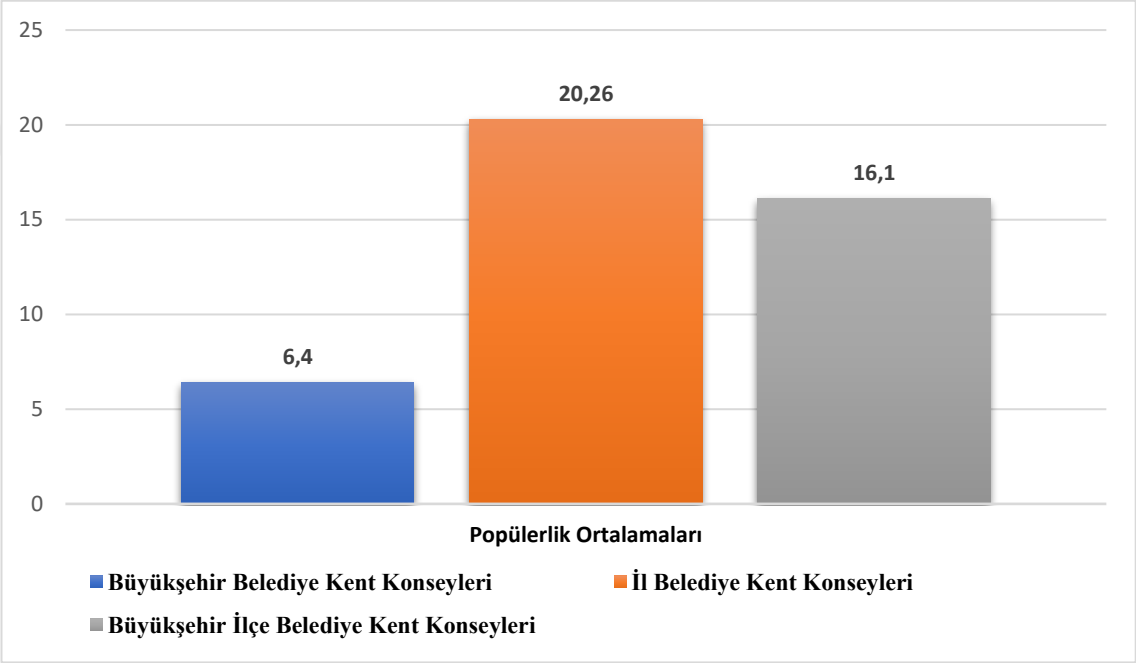
1000 takipçi başına düşen ortalama beğeni sayısı anlamına gelen P3 değeri bağlamında değerlendirildiğinde ise ilgili grubun ortalamasının 16,1 olduğu anlaşılmaktadır. Grup içerisinde P3 değeri en yüksek olan kent konseyinin, Marmaris (101,97) olduğu görülmektedir. Marmaris Kent Konseyini ise sırasıyla; Ceyhan (87,05), Selçuklu (36,08), Karatay (24,00), Beşiktaş (19,42) ve Beykoz (16,28) Kent Konseyleri takip etmektedir. Aynı zamanda bu kent konseyleri grup ortalamasının üzerinde popülerlik değerine sahip olan kent konseyleridir. Cide kent konseyinin atmış olduğu gönderilere hiç beğeni gelmemiş olması nedeniyle sıralamadaki en düşük kent konseyi olarak yerini almıştır.

Tablo 13. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Popülerlik Sıralaması

	Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri	P1 Değeri	P2 Değeri	P3 Değeri
1	Marmaris Kent Konseyi	0,88	13,05	101,97
2	Ceyhan Kent Konseyi	1,00	22,81	87,05
3	Selçuklu Kent Konseyi	1,00	30,85	36,08
4	Karatay Kent Konseyi	0,99	16,85	24,00
5	Beşiktaş Kent Konseyi	0,98	5,94	19,42
6	Beykoz Kent Konseyi	0,96	10,11	16,28
7	İzmit Kent Konseyi	0,76	2,00	15,27
8	Avcılar Kent Konseyi	0,91	3,98	14,00
9	Yeşilyurt Kent Konseyi	1,00	27,90	12,25
10	Datça Kent Konseyi	0,94	2,28	8,02
11	Pendik Kent Konseyi	0,82	2,18	8,02
12	Adalar Kent Konseyi	0,80	3,43	7,37
13	Konak Kent Konseyi	0,67	2,20	7,26
14	Zeytinburnu Kent Konseyi	0,86	2,76	7,20
15	Yenimahalle Kent Konseyi	0,84	3,45	5,50
16	Odunpazarı Kent Konseyi	0,80	4,75	4,77
17	Nilüfer Kent Konseyi	0,87	6,60	3,55
18	Alanya Kent Konseyi	0,86	2,32	2,56
19	Ümraniye Kent Konseyi	1,00	2,00	1,84
20	Seferihisar Kent Konseyi	1,00	2,00	1,47
21	Ayvalık Kent Konseyi	0,55	1,17	1,38
22	Maltepe Kent Konseyi	0,37	0,56	0,61
23	Süleymanpaşa Kent Konseyi	0,72	1,25	0,56
24	Cide Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00

	Ortalama	**0,78**	**7,02**	**16,10**

Aşağıdaki Şekil 5'te Büyükşehir Belediye, İl Belediye ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin grup içindeki ortalama popülerlik değerlerine ilişkin grafik yer almaktadır. Buna göre gruplar özelinde popülerlik ortalaması en yüksek olan gruplar sırasıyla; İl Belediye (20,26), Büyükşehir İlçe (16,10) ve Büyükşehir Belediye (6,40) Kent Konseyleri şeklindedir.



Şekil 5. Kent Konseyi Grupları Popülerlik Ortalamaları

4.2.2. Kent Konseylerinin Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları

Bu başlık altında ölçüm setinin ikinci boyutu olan bağlılık değerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bağlılık boyutu, Twitter'daki yorum butonuna bağlı olarak; B1, B2 ve B3 kriterleri üzerinden hesaplanmaktadır. Buna göre B1 kriteri; yorum yapılan post sayısının toplam post sayısına bölünmesiyle bulunmaktadır. Çıkan sonuç ise, yorum yapılan postların oranını ifade etmektedir.

Bağlılık boyutunun ikinci kriteri olan B2 değeri; yorum sayısının toplam gönderi sayısına bölünmesiyle elde edilir. Bu sonuç ise gönderi başına düşen ortalama yorum sayısını ifade etmektedir.

Bağlılık boyutunun son ölçüm kriteri olan B3 değeri, B2 değerinin takipçi sayısına bölündükten sonra 1000 ile çarpılmasıyla hesaplanır. Çıkan sonuç ile her bir gönderinin 1000 takipçi başına düşen ortalama yorum sayısına ulaşılmaktadır.

Aşağıdaki Tablo 14'de Büyükşehir Belediye Kent Konseylerine ait bağlılık kriterlerine ilişkin bulgulara yer verilmektedir. İlk olarak B1 değeri el alınacak olursa grup ortalamasının 0,1 olduğu anlaşılmaktadır. Grup içerisindeki B1 değeri en yüksek olan kent konseylerinin İstanbul (0,28), Ankara (0,27) ve Balıkesir (0,21) olduğu görülmektedir.

Diğer yandan B2 değeri bağlamında grup ortalamasının 0,15 olduğu; bu kategoride en yüksek B2 değerlerinin ise sırasıyla Ankara (0,73), İstanbul (0,38) ve Şanlıurfa (0,29) Kent Konseylerine ait olduğu anlaşılmaktadır.

P3 değeri bağlamında ise grup ortalaması 0,13'tür. Grup içindeki en yüksek bağlılık değerleri sırasıyla; Hatay (0,41), Mersin (0,34), Ordu (0,34), Sakarya (0,28), Balıkesir (0,25), İzmir (0,22) ve Şanlıurfa (0,20) Kent Konseylerine aittir. Aynı zamanda bu kent konseyleri, Büyükşehir Belediye grubunun B3 ortalamasının üzerinde bir bağlılık değerine sahiptirler. Öte yandan Kocaeli Kent Konseyinin ise yapmış olduğu paylaşımlara hiç yorum yapılmadığı için bağlılık skorları bağlamında tüm kategorilerde sonuncu olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 14. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları

	Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri	B1 Değeri	B2 Değeri	B3 Değeri
1	Hatay Kent Konseyi	0,05	0,06	0,41
2	Mersin Kent Konseyi	0,15	0,15	0,34
3	Ordu Kent Konseyi	0,07	0,07	0,34
4	Sakarya Kent Konseyi	0,04	0,06	0,28
5	Balıkesir Kent Konseyi	0,21	0,22	0,25
6	İzmir Kent Konseyi	0,14	0,17	0,22
7	Şanlıurfa Kent Konseyi	0,19	0,29	0,20
8	Ankara Kent Konseyi	0,27	0,73	0,04
9	Denizli Kent Konseyi	0,02	0,02	0,04
10	Eskişehir Kent Konseyi	0,09	0,14	0,04
11	İstanbul Kent Konseyi	0,28	0,38	0,02
12	Malatya Kent Konseyi	0,06	0,08	0,02
13	Antalya Kent Konseyi	0,04	0,04	0,01
14	Bursa Kent Konseyi	0,08	0,08	0,01

15	Gaziantep Kent Konseyi	0,03	0,03	0,01
16	Kocaeli Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
	Ortalama	**0,10**	**0,15**	**0,13**

Tablo 15'te ise İl Belediye Kent Konseylerinin bağlılık skorlarına yer verilmiştir. İlk olarak grubun B1 değeri ortalamasının 0,08 olduğu görülmektedir. Rize Kent Konseyi B1 kriteri itibariyle 0,5'lik bir skorla ilk sıradadır. Öte yandan Rize kent konseyi B2 değerine ilişkin skor itibariyle de ilk sırada yer almaktadır.

B3 değeri itibariyle ise grubun ortalamasının 0,24 olduğu görülmektedir. Buna göre bağlılık skoru grup ortalamasının üzerinde olan 4 kent konseyi vardır ve bunlar sırasıyla Kırklareli (0,87), Kırşehir (0,56), Rize (0,45) ve Bilecik (0,36) kent konseyleridir. Diğer taraftan, Çanakkale, Giresun ve Kars Kent Konseylerinin paylaşımlarına ise hiç yorum yapılmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 15. İl Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları

	İl Belediye Kent Konseyleri	B1 Değeri	B2 Değeri	B3 Değeri
1	Kırklareli Kent Konseyi	0,10	0,10	0,87
2	Kırşehir Kent Konseyi	0,07	0,07	0,56
3	Rize Kent Konseyi	0,50	0,50	0,45
4	Bilecik Kent Konseyi	0,05	0,05	0,36
5	Batman Kent Konseyi	0,08	0,08	0,20
6	Tokat Kent Konseyi	0,07	0,07	0,16
7	Elazığ Kent Konseyi	0,02	0,02	0,11
8	Adıyaman Kent Konseyi	0,04	0,05	0,02
9	Çanakkale Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
10	Giresun Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
11	Kars Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
	Ortalama	**0,08**	**0,08**	**0,24**

Aşağıdaki Tablo 16'da son kent konseyi grubu olan Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri grubuna ait bağlılık skorları ve bu skorlar neticesindeki sıralamalara yer verilmiştir. B1 kriteri bağlamında grup ortalamasının 0,12 olduğu ve bu kategoride en yüksek B1 değerine sahip kent konseylerinin sırasıyla Marmaris (0,42), Datça (0,39), Cide (0,33) ve Maltepe (0,3) olduğu anlaşılmaktadır.

İlgili grubun B2 değeri ortalaması ise 0,42'dir. Bu kategoride, yani tweet başına yorum sayısı ortalaması bağlamında Yeşilyurt kent konseyinin 6,66'lık bir değerle diğer kent konseylerine nazaran açık ara önde olduğu görülmektedir.

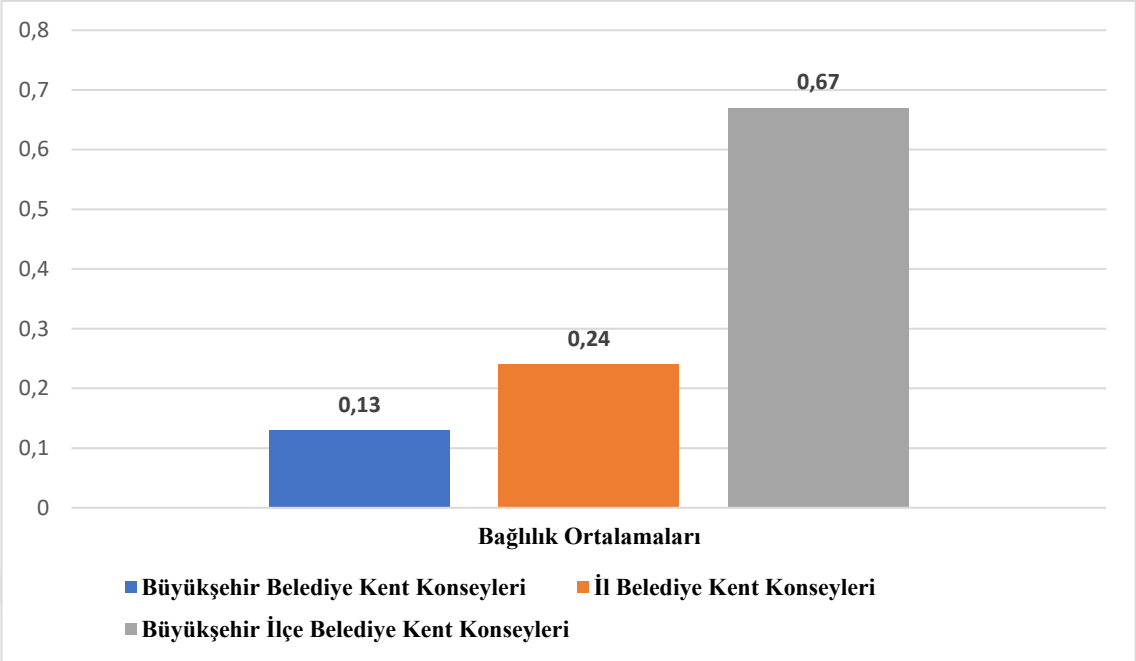
Son olarak ise 1000 takipçi başına ortalama yorum sayısı anlamına gelen B3 değeri bağlamında grup 0,67 olduğu görülmektedir. B3 değeri ortalamasının en yüksek olduğu kent konseyleri ise sırasıyla; Marmaris (3,84), Cide (3,24), Yeşilyurt (2,92) ve Datça

(1,96) Kent Konseyleridir. Adı geçen kent konseyleri aynı zamanda grup içerisinde ortalamanın üzerinde bağlılık değerine sahip olan kent konseyleridir.

Tablo 16. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Bağlılık Kriterine Göre Sıralamaları

	Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri	B1 Değeri	B2 Değeri	B3 Değeri
1	Marmaris Kent Konseyi	0,42	0,49	3,84
2	Cide Kent Konseyi	0,33	0,33	3,24
3	Yeşilyurt Kent Konseyi	0,10	6,66	2,92
4	Datça Kent Konseyi	0,39	0,56	1,96
5	Seferihisar Kent Konseyi	0,06	0,06	0,59
6	Beykoz Kent Konseyi	0,26	0,33	0,54
7	Beşiktaş Kent Konseyi	0,10	0,12	0,38
8	Konak Kent Konseyi	0,11	0,11	0,36
9	Adalar Kent Konseyi	0,11	0,16	0,35
10	Selçuklu Kent Konseyi	0,20	0,30	0,35
11	Maltepe Kent Konseyi	0,30	0,30	0,33
12	Avcılar Kent Konseyi	0,05	0,07	0,24
13	Ceyhan Kent Konseyi	0,05	0,06	0,23
14	Karatay Kent Konseyi	0,10	0,11	0,15
15	Nilüfer Kent Konseyi	0,21	0,23	0,13
16	Zeytinburnu Kent Konseyi	0,05	0,05	0,12
17	Pendik Kent Konseyi	0,03	0,03	0,11
18	Odunpazarı Kent Konseyi	0,07	0,09	0,09
19	Alanya Kent Konseyi	0,08	0,08	0,08
20	Ayvalık Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
21	İzmit Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
22	Süleymanpaşa Kent Konseyi	0,01	0,01	0,00
23	Ümraniye Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
24	Yenimahalle Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
	Ortalama	**0,12**	**0,42**	**0,67**

Aşağıda Şekil 6'da kent konseyi gruplarının B3 değerleri üzerinden karşılaştırmasına yer verilmiştir. Buna göre gruplar özelinde en yüksek değerler sırasıyla; Büyükşehir İlçe (0,67), İl Belediye (0,24) ve Büyükşehir Belediye (0,13) Kent Konseylerine aittir. Bu sonuçlara istinaden; Büyükşehir İlçe Belediye grubunun İl Belediye grubundan, İl Belediyenin ise Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri grubundan daha fazla yorum ortalaması olduğu söylenebilir.



Şekil 6. Kent Konseyi Grupları Bağlılık Ortalamaları

4.2.3. Kent Konseylerinin Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralamaları

Çalışmanın bu başlığı altında ölçüm setinin son alt boyutu olan yayılma etkinliğine ait bulgulara yer verilmiştir. Yayılma etkinliği boyutu, Twitter'daki Retweet (paylaşım) butonuna bağlı olarak Y1, Y2 ve Y3 kriterleri üzerinden hesaplanmaktadır. Buna göre Y1 kriteri; Retweet edilen Tweet sayısının toplam Tweet sayısına bölünmesiyle elde edilir. İkinci boyut olan Y2 kriteri, Tweet başına düşen ortalama Retweet sayısını ifade etmektedir. Y2 değeri ise toplam Retweet sayısının toplam Tweet sayısına bölünmesiyle elde edilir. Son değer olan Y3; Y2 değerinin toplam takipçi sayısına bölündükten sonra 1000 ile çarpılmasıyla elde edilir. Bu sonuç ise 1000 takipçi başına düşen ortalama Retweet sayısı olarak ifade edilmektedir.

Aşağıda Tablo 17'de Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri grubuna ait yayılma etkinliği değerleri ve bu değerlerden hareketle meydana gelen grup içindeki sıralamalara yer verilmiştir. İlk olarak Y1 değeri bağlamında grup ortalamasının 0,6 olduğu görülmektedir. Grup içerisindeki Ankara (0,97), Denizli (0,97) ve Mersin (0,95) Kent

Konseylerinin neredeyse tüm gönderileri takipçileri tarafından Retweet edilmiştir. Bu nedenle grup içerisindeki en yüksek Y1 değerleri bu kent konseylerine aittir.

Y2 değeri bağlamında ise grup ortalaması 1,89'dur. İlgili grupta en yüksek Y2 değerine sahip kent konseyleri sırasıyla Ankara (8,57), İstanbul (4,69) ve Şanlıurfa (3,20)'dır.

Son olarak B3 değeri bağlamında grup ortalaması 1,45'tir. Grup içerisindeki en yüksek yayılma etkinliğine (Y3) sahip kent konseylerinin sırasıyla Sakarya (5,66), Mersin (4,10), Denizli (3,39), Hatay (1,85) ve İzmir (1,85) olduğu anlaşılmaktadır. Bu kent konseyleri aynı zamanda grup ortalamasının üzerinde Y3 değerine sahip olan kent konseyleridir. Kocaeli kent konseyinin ise yayılma etkinliğinin tüm değerleri bağlamında (Y1, Y2 ve Y3) son sırada olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 17. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması

	Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri	Y1 Değeri	Y2 Değeri	Y3 Değeri
1	Sakarya Kent Konseyi	0,73	1,25	5,66
2	Mersin Kent Konseyi	0,95	1,80	4,10
3	Denizli Kent Konseyi	0,97	2,04	3,39
4	Şanlıurfa Kent Konseyi	0,84	3,20	2,18
5	Hatay Kent Konseyi	0,23	0,25	1,85
6	İzmir Kent Konseyi	0,44	1,44	1,85
7	Ordu Kent Konseyi	0,17	0,26	1,22
8	Balıkesir Kent Konseyi	0,39	0,64	0,75
9	Ankara Kent Konseyi	0,97	8,57	0,51
10	Eskişehir Kent Konseyi	0,85	1,59	0,50
11	Gaziantep Kent Konseyi	0,79	1,63	0,35
12	Malatya Kent Konseyi	0,64	1,16	0,28
13	İstanbul Kent Konseyi	0,80	4,69	0,24
14	Bursa Kent Konseyi	0,65	1,17	0,21
15	Antalya Kent Konseyi	0,24	0,46	0,12
16	Kocaeli Kent Konseyi	0,08	0,10	0,10
	Ortalama	**0,60**	**1,89**	**1,45**

Aşağıda Tablo 18'de İl Belediye Kent Konseylerinin yayılma etkinliği bulgularına yer verilmiştir. İlgili gurubun Y1 ortalaması 0,35'tir. Y1 değeri en yüksek olan kent konseyleri sırasıyla Tokat (0,98) ve Kırşehir (0,79)'dir. Y2 değeri ortalaması ise 0,66'dır ve Tokat kent konseyi 3,11 ile bu kategoride diğer grup üyelerine nazaran açık ara önde yer almaktadır. Son olarak ise grubun Y3 değeri ortalaması 2,61'dir. Buna göre yayılma etkinliği (Y3) itibariyle en yüksek değere sahip kent konseylerinin Kırşehir (8,44), Tokat (7,19), Bilecik (6,09) ve Kırklareli (3,39) olduğu görülmektedir. Söz konusu kent konseyleri aynı zamanda, grup ortalamasının üzerinde bir yayılma etkinliği değerine sahiplerdir. Diğer yandan Rize Kent Konseyinin paylaşmış olduğu gönderilerin hiç

Retweet yapılmamış olması nedeniyle Rize kent konseyi tüm yayılma etkinliği kategorilerinde sonuncu sırada yer almıştır.

Tablo 18. İl Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması

	İl Belediye Kent Konseyleri	Y1 Değeri	Y2 Değeri	Y3 Değeri
1	Kırşehir Kent Konseyi	0,79	1,07	8,44
2	Tokat Kent Konseyi	0,98	3,11	7,19
3	Bilecik Kent Konseyi	0,38	0,81	6,09
4	Kırklareli Kent Konseyi	0,28	0,38	3,39
5	Elazığ Kent Konseyi	0,24	0,33	1,94
6	Batman Kent Konseyi	0,34	0,36	0,94
7	Adıyaman Kent Konseyi	0,42	0,80	0,33
8	Kars Kent Konseyi	0,20	0,20	0,23
9	Giresun Kent Konseyi	0,03	0,04	0,13
10	Çanakkale Kent Konseyi	0,20	0,20	0,08
11	Rize Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
	Ortalama	**0,35**	**0,66**	**2,61**

Aşağıda Tablo 19'da son çalışma grubu olan Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin yayılma etkinliği değerleri ve grup içindeki sıralamaları yer almaktadır. Y1 değeri bağlamında büyükşehir ilçe belediyelerinin grup ortalaması 0,47'dir. Ceyhan kent konseyinin tüm tweetleri en az bir kez retweet edildiği için Y1 değeri 1 olarak hesaplanmıştır. Bu kategoride en yüksek Y1 değerine sahip diğer kent konseyleri ise sırasıyla Yeşilyurt (0,97), Beykoz (0,87) ve Selçuklu (0,85) kent konseyleridir. Grubun Y2 değeri ortalaması ise 2,05'tir. Bu kategoride ise en yüksek değerler sırasıyla Yeşilyurt (9,83), Ceyhan (8), Selçuklu (7,4) ve Marmaris (5,89) kent konseylerine aittir.

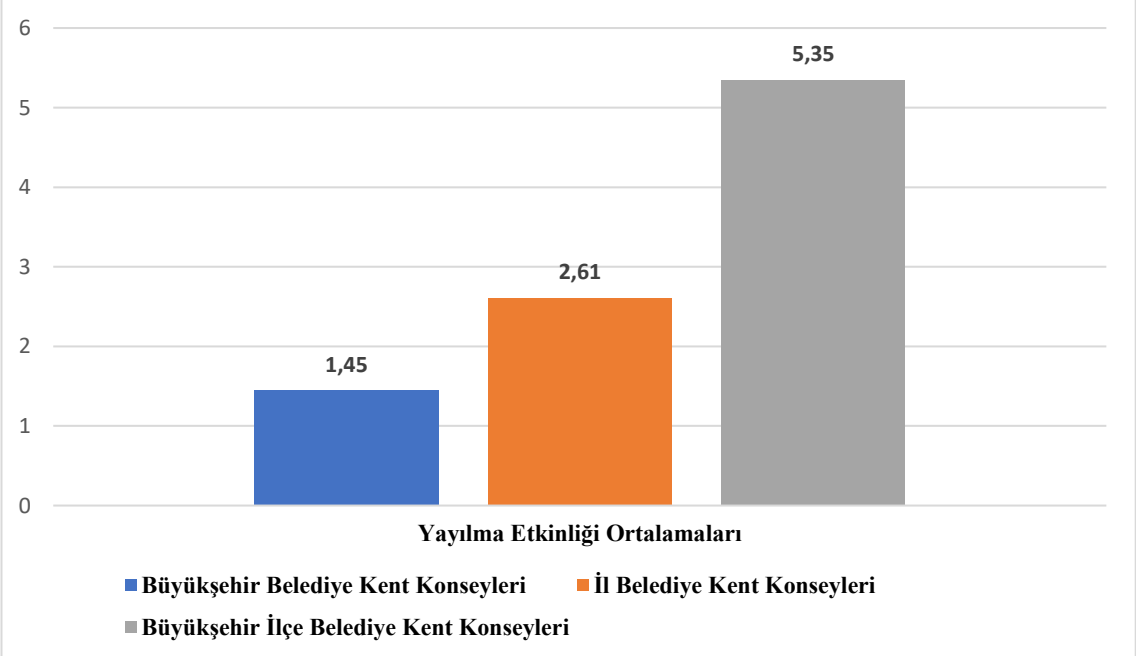
Son olarak Y3 değerlerine bakıldığında ise grup ortalamasının 5,35 olduğu; Marmaris (45,98) ve Ceyhan (30,53) kent konseylerinin ise ilgili grubun içerisinde açık farkla önde oldukları görülmektedir. Bu iki kent konseyine en yakın kent konseyi olan Selçuklu kent konseyinin Y3 değerinin 8,65 olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, Cide ve Seferihisar Kent Konseylerinin ise hiç retweet alamamış olması nedeniyle bu kent konseyleri son sırada yer alarak tweetlerinin yayılma etkinliği en düşük olan kent konseyleri olmuşlardır.

Tablo 19. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Yayılma Etkinliği Kriterine Göre Sıralaması

	Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri	Y1 Değeri	Y2 Değeri	Y3 Değeri
1	Marmaris Kent Konseyi	0,67	5,89	45,98
2	Ceyhan Kent Konseyi	1,00	8,00	30,53
3	Selçuklu Kent Konseyi	0,85	7,40	8,65
4	Beykoz Kent Konseyi	0,87	3,91	6,29
5	İzmit Kent Konseyi	0,74	0,78	5,94
6	Yeşilyurt Kent Konseyi	0,97	9,83	4,31
7	Beşiktaş Kent Konseyi	0,65	1,29	4,23
8	Adalar Kent Konseyi	0,73	1,75	3,76
9	Avcılar Kent Konseyi	0,55	1,05	3,68

10	Karatay Kent Konseyi	0,75	2,34	3,33
11	Konak Kent Konseyi	0,51	0,87	2,86
12	Datça Kent Konseyi	0,39	0,72	2,54
13	Zeytinburnu Kent Konseyi	0,28	0,62	1,62
14	Odunpazarı Kent Konseyi	0,39	1,03	1,03
15	Yenimahalle Kent Konseyi	0,45	0,65	1,03
16	Nilüfer Kent Konseyi	0,47	1,75	0,94
17	Pendik Kent Konseyi	0,12	0,15	0,56
18	Ümraniye Kent Konseyi	0,50	0,50	0,46
19	Alanya Kent Konseyi	0,34	0,36	0,40
20	Ayvalık Kent Konseyi	0,11	0,28	0,33
21	Maltepe Kent Konseyi	0,10	0,10	0,10
22	Süleymanpaşa Kent Konseyi	0,10	0,10	0,03
23	Cide Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
24	Seferihisar Kent Konseyi	0,00	0,00	0,00
	Ortalama	**0,47**	**2,05**	**5,35**

Aşağıdaki Şekil 7'de tüm kent konseyi gruplarının yayılma etkinliği kriterine bağlı olarak Y3 değerleri üzerinden genel ortalamalarına yer verilmiştir. Buna göre bağlılık kriterinde olduğu gibi yayılma etkinliği ortalaması en yüksek olan grup Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri (5,35) grubudur. Bu grubu 2,61'lik değer ile yine İl Belediye Kent Konseyleri grubu takip ederken, Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri grubu ise 1,45 ortalama ile son sırada yer almışlardır.



Şekil 7. Kent Konseyi Grupları Yayılma Etkinliği Ortalamaları

4.2.4. Kent Konseylerinin Etkileşim Skorları

Çalışmanın bu başlığı altında, kent konseylerinin etkileşim skorlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Etkileşim skorları P3, B3 ve Y3 değerlerinin toplanması ile elde edilmektedir. Yani 1000 takipçi başına düşen ortalama etkileşime tekabül etmektedir. Aşağıda Tablo 20'de ilk çalışma grubu olan Büyükşehir Belediye Kent Konseylerine bulgular yer almaktadır. İlgili grubun etkileşim ortalamasının 8 olduğu görülmektedir. Gruptaki etkileşimi en yüksek olan kent konseyleri sırasıyla; Sakarya (30,35), Ordu (17,15), Mersin (14,24) ve Denizli (14,19) Kent Konseyleridir. Öte yandan 0,34'lük etkileşim değeri ile Antalya kent konseyi etkileşimi en düşük kent konseyi olmuştur.

Tablo 20. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları

	Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri	Etkileşim Endeksi
1	Sakarya Kent Konseyi	30,35
2	Ordu Kent Konseyi	17,15
3	Mersin Kent Konseyi	14,24
4	Denizli Kent Konseyi	14,19
5	Şanlıurfa Kent Konseyi	11,66
6	İzmir Kent Konseyi	9,30
7	Balıkesir Kent Konseyi	8,73
8	Hatay Kent Konseyi	6,79
9	Ankara Kent Konseyi	4,27
10	Eskişehir Kent Konseyi	3,85
11	Gaziantep Kent Konseyi	1,71
12	Kocaeli Kent Konseyi	1,63
13	İstanbul Kent Konseyi	1,41
14	Malatya Kent Konseyi	1,31
15	Bursa Kent Konseyi	1,07
16	Antalya Kent Konseyi	0,34
	Ortalama	**8**

Tablo 21'de ise İl Belediye Kent Konseylerinin etkileşim bulgularına yer verilmiştir. Buna göre grubun ortala etkileşim değeri 23,12'dir. Grup içerisinde dikkat çeken ve sıralamada ilk sırada yer alan kent konseyi ise Kırşehir'dir. Kırşehir Kent Konseyi grup ortalamasın 4 katı, kendisine en yakın kent konseyinin ise iki katından daha fazla bir etkileşim skoru elde etmiştir. Kırşehir'i takip eden ve etkileşim skoru grup ortalamasının üzerinde olan diğer iller ise sırasıyla Tokat (44,93), Elazığ (35), Kırklareli (33,65) ve Bilecik (29) Kent Konseyleridir. Diğer yandan Rize (0,68), Çanakkale (0,71) ve Kars (0,92) Kent Konseyleri ise ilgili grup içerisinde etkileşim skoru en düşük olan kent konseyleridir.

Tablo 21. İl Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları

	İl Belediye Kent Konseyleri	Etkileşim Endeksi
1	Kırşehir Kent Konseyi	93,36
2	Tokat Kent Konseyi	44,93

3	Elazığ Kent Konseyi	35,00
4	Kırklareli Kent Konseyi	33,65
5	Bilecik Kent Konseyi	29,00
6	Batman Kent Konseyi	7,19
7	Adıyaman Kent Konseyi	4,59
8	Giresun Kent Konseyi	4,30
9	Kars Kent Konseyi	0,92
10	Çanakkale Kent Konseyi	0,71
11	Rize Kent Konseyi	0,68
	Ortalama	**23,12**

Tablo 22'de son çalışma grubu olan Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin etkileşim değerlerine yer verilmektedir. İlgili grubun ortalaması 22,12'dir. Bu grupta ilk iki sırada yer alan Marmaris (151,80) ve Ceyhan (117,81) Kent Konseyleri etkileşim skorları itibariyle gruplarından açık ara öndedirler. Aynı zamanda bu kent konseyleri, araştırmaya dahil edilen tüm çalışma gruplarında yer alan kent konseylerinden daha fazla etkileşim skoruna sahiptirler. Adı geçen iki kent konseyini takip eden ve etkileşim skoru grup ortalamasının üzerinde yer alan diğer kent konseyleri ise sırasıyla Selçuklu (45,09), Karatay (27,49), Beşiktaş (24,03) ve Beykoz (23,11)'dur. İlgili grupta en düşük etkileşim skoruna sahip olan kent konseyi ise 0,6 ile Süleymanpaşa kent konseyidir.

Tablo 22. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Etkileşim Endeksine Göre Sıralamaları

	Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri	**Etkileşim Endeksi**
1	Marmaris Kent Konseyi	**151,80**
2	Ceyhan Kent Konseyi	**117,81**
3	Selçuklu Kent Konseyi	**45,09**
4	Karatay Kent Konseyi	**27,49**
5	Beşiktaş Kent Konseyi	**24,03**
6	Beykoz Kent Konseyi	**23,11**
7	İzmit Kent Konseyi	**21,20**
8	Yeşilyurt Kent Konseyi	**19,48**
9	Avcılar Kent Konseyi	**17,93**
10	Datça Kent Konseyi	**12,52**
11	Adalar Kent Konseyi	**11,48**
12	Konak Kent Konseyi	**10,48**
13	Zeytinburnu Kent Konseyi	**8,94**
14	Pendik Kent Konseyi	**8,69**
15	Yenimahalle Kent Konseyi	**6,53**
16	Odunpazarı Kent Konseyi	**5,89**
17	Nilüfer Kent Konseyi	**4,62**
18	Cide Kent Konseyi	**3,24**
19	Alanya Kent Konseyi	**3,04**
20	Ümraniye Kent Konseyi	**2,30**
21	Seferihisar Kent Konseyi	**2,06**
22	Ayvalık Kent Konseyi	**1,71**
23	Maltepe Kent Konseyi	**1,04**
24	Süleymanpaşa Kent Konseyi	**0,60**
	Ortalama	**22,12**

Son olarak ifade etmek gerekir ki çalışmaya dahil edilen tüm kent konseyleri beraber değerlendirildiğinde etkileşim skorları itibariyle sıralamada ilk 5 şu şekildedir: Marmaris (151,80), Ceyhan (117,81), Kırşehir (93,36), Selçuklu (45,09), Tokat (44,93). Öte yandan tüm çalışma grupları içerisinde en düşük etkileşime sahip olan son 5 kent konseyi ise Antalya (0,34), Süleymanpaşa (0,6), Rize (0,68), Çanakkale (0,71) ve Kars (0,92)'tır.

5. TARTIŞMA

Bu başlık altında çalışma kapsamındaki bulgular ile literatür taraması bölümünde değinilen ilgili çalışmaların bulguları karşılaştırılacaktır. Buna göre karşılaştırma nüfus ve takipçi sayıları ile etkileşim ölçeği bağlamındaki popülerlik, bağlılık, yayılma etkinliği boyutları ve nihai etkileşim skorları üzerinden gerçekleştirilecektir.

Öncelikle bu çalışmanın bulguları itibariyle nüfus ortalamaları sıralandığında; Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin ortalaması (2.918.286), İl Belediye Kent Konseylerinden (443.782); İl Belediye Kent Konseylerinin ise Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinden (313.044) daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Takipçi ortalamalarında da sıralama değişmezken, Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin takipçi sayısı ortalaması 3.989, İl Belediye Kent Konseylerinin 790 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin takipçi ortalaması ise 699'dur. Söz konusu bulgu, Sobacı & Hatipoğlu (2017), Molinillo vd., (2019) ve Saez-Martin vd. (2018) tarafından yapılmış çalışmaların bulgularıyla da benzerlik göstermektedir.

Yine bu çalışma kapsamında tweet ortalaması Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinde 22,4; İl Belediye Kent Konseylerinde 4,25 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinde ise 10,41'dir. Dolayısıyla Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri, Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinden; Büyükşehir İlçe Kent Konseyleri ise İl Belediye Kent Konseylerinden daha fazla paylaşım yapmıştır. Bu sonuç Bonsón ve arkadaşlarının 2019 yılında yapmış oldukları çalışmada; nüfus itibariyle daha büyük belediyelerde daha fazla paylaşım, küçük nüfuslu belediyelerde ise daha az paylaşım yapıldığı sonucuyla uygunluk göstermektedir. Ancak bir önceki paragrafta değinildiği gibi belediyelerin nüfus ortalamaları esas alınırsa bu sonuç ilgili çalışmayla örtüşmemektedir.

Popülerlik kriteri bağlamında Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 6,40; İl Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 20,26 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 16,10'dur. Bu bulgular Gürses & Çelik, (2021); Bonsón vd., (2016); Bonsón vd., 2019; Sobacı & Hatipoğlu, (2017) ve Lappas vd., (2017) tarafından

yapılmış çalışmaların bulgularıyla benzerlik gösterirken; Molinillo vd., (2019) tarafından yapılmış çalışmadan (ortalama n=1,36) oldukça yüksek, Saez-Martin vd., (2018) tarafından yapılan çalışmanın bulgularından (ortalama n=46,98) ise oldukça düşüktür.

Bağlılık boyutu özelinde Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 0,13; İl Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 0,24 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin ortalaması ise 0,67'dir. Bağlılık özelindeki bulgular Molinillo vd., (2019); Gürses & Çelik, (2021); Sobacı & Hatipoğlu, (2017); Bonsón vd., (2016); Lappas vd., (2017) tarafından yapılmış çalışmaların bulgularıyla benzerlik gösterirken; Bonsón vd., (2019) ve Saez-Martin vd., (2018) tarafından yapılan çalışmaların bulgularına (2,03) göre ise düşük düzeyde kalmıştır.

Son olarak yayılma etkinliği bağlamında Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinin ortalaması 1,45; İl Belediye Kent Konseylerinin 2,61 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinin ise 5,35'tir. Buna göre, yayılma etkinliği bulguları Molinillo vd., (2019); Gürses & Çelik, (2021); Bonsón vd., (2016); Lappas vd., (2017); Sobacı & Hatipoğlu, (2017) tarafından yapılmış çalışmaların bulgularıyla benzerlik gösterirken; Bonsón vd., (2019) tarafından yapılan çalışmada 14,17; Saez-Martin vd., (2018) tarafından yapılmış çalışmada ise 15,85 olduğundan oldukça düşük kalmıştır.

Tüm belediye kent konseyleri gruplarında, popülerlik boyutu yayılma etkinliğinden; yayılma etkinliği ise bağlılık boyutundan daha yüksek bir değere sahiptir. Dolayısıyla kent konseyleri takipçileri beğeni temelli etkileşimi, yorum ve Retweet şeklinde gerçekleştirilen etkileşime göre daha fazla tercih etmektedirler. Bahsedilen bu bulgu, literatürde yer alan diğer çalışmalarla da genel olarak uyumludur (de Almeida 2020; Gürses & Çelik, 2021; Bonsón vd., 2015; Sobacı & Hatipoğlu, 2017; Bonsón vd., 2017; Molinillo vd., 2019; Galvez-Rodriguez vd., 2018; Silva vd., 2019; Rosario vd., 2016; Triantafillidou vd., 2018; Galvez-Rodriguez vd., 2017; Saez-Martin vd., 2018; Faber, 2021; Ponte vd., 2013; Triantafillidou vd., 2018; Lappas vd., 2017). Öte yandan ilgili literatürde yer alan bazı çalışmaların bulgularıyla ise uyum göstermemektedir. Aşağıda Tablo 23'te popülerlik, yayılma etkinliği ve bağlılık kriterlerleri bağlamındaki bulguların büyükten küçüğe farklı şekilde sıralandığı çalışmalara yer verilmektedir.

Tablo 23. Popülerlik, Yayılma Etkinliği ve Bağlılık Boyutlarının Çalışmalara Göre Sıralaması

Popülerlik > Yayılma Etkinliği > Bağlılık	Popülerlik > Bağlılık > Yayılma Etkinliği	Yayılma Etkinliği > Popülerlik > Bağlılık
Gürses & Çelik (2021); Bonsón ve diğerleri (2015); Bonsón ve arkadaşları (2017); Molinillo ve arkadaşları (2019); Galvez-Rodriguez ve arkadaşları (2018); Silva ve arkadaşları (2019); Rosario ve arkadaşları (2016); Triantafillidou ve arkadaşları (2018); Galvez-Rodriguez ve arkadaşları (2017); Saez-Martin ve arkadaşları (2018); Faber (2021); Sobacı & Hatipoğlu (2017); Ponte ve arkadaşları (2013); Triantafillidou ve arkadaşları (2018); Lappas ve arkadaşları (2017)	Rosario ve diğerleri (2016); Andrijasevic (2018)	Bonsón ve arkadaşları (2019)

Çalışmanın son karşılaştırılacağı bulgusu ise genel etkileşim skorlarıdır. Bu tez çalışması kapsamında etkileşim analizine bağlı ortalamalar Büyükşehir Belediye Kent Konseylerinde 8, İl Belediye Kent Konseylerinde 23,12 ve Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseylerinde ise 22,12 şeklindedir. Dolayısıyla çalışma kapsamında paydaşlarıyla etkileşim kurmada en başarılı kent konseyi grubu İl Belediye Kent Konseyleridir. İl belediye kent konseylerinden sonra ona çok yakın bir düzeyde büyükşehir ilçe belediyeleri kent konseyleri grubu yer alırken; büyükşehir belediye kent konseyleri grubunda ise etkileşim, bu iki kent konseyi grubuna göre oldukça düşük kalmıştır.

Diğer yandan çalışmanın bulguları göstermektedir ki takipçi sayısı düşük hesapların, etkileşim skorları daha yüksek çıkmış ve takipçi sayısı ile etkileşim skorlarının doğru orantılı olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu literatürde yer alan pek çok çalışmanın bulgularıyla da (Rosario vd., 2016; Sobacı & Hatipoğlu, 2017; Gürses & Çelik, 2021; Bonsón vd., 2016; Rosario vd., 2016; Bonsón vd., 2019; Bonsón vd., 2017; Agostino & Arnaboldi, 2015; Molinillo vd., 2019; de Almeida 2020) benzerlik göstermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bugün artık bilgi çağı olarak adlandırılan günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamusal alanda sunduğu faydalar oldukça fazladır. Kamu yönetimindeki elektronikleşme hareketi gün geçtikçe daha da hızlı bir ivme kazanmaktadır. Merkezi yönetimlerin bu girişimi, vatandaşa daha yakın olan yerel yönetimlerce de bilgi teknolojilerinden maksimum ölçüde faydalanmayı gerekli kılmaktadır. Diğer yandan günlük yaşamın bir parçası olan sosyal medya ise vatandaş nezdinde benimsenmiş, her vatandaşın özel hayatında da önemli bir yer tutar hale gelmiştir.

Yerelde demokrasinin tabana yayılması ve şeffaflık, yönetişim, katılım gibi süreçlerin daha etkin ve verimli bir şekilde yürütülebilmesine ihtiyaç duyulan günümüzde sosyal medya; şeffaflığın artması, kamu politikalarının oluşturulması, hizmetlerin iyileştirilmesi ve kamu-paydaş özelinde yorum ve fikirlerin karşılıklı paylaşılarak özümsenmesi, bilginin yayılması ve dağıtımında doğrudan bir role sahip olması gibi pek çok olanak sağladığından bu ihtiyaçlara karşılık verebilecek imkânı ve potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır.

Tüm bu ifade edilenlerden hareketle bu tez çalışmasında yerelde müzakereci ve katılımcı demokrasinin tabana yayılması hususunda katkı sunması beklenen kent konseylerinin Twitter'da paydaşlarıyla ne düzeyde bir etkileşim zemini oluşturduklarını anlamak ve açıklayabilmek amaçlanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda belediye statüsünün ve bu statüden kaynaklı olarak doğabilecek nüfus farklılıklarının Twitter hesaplarının takipçi sayıları üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisinin olmadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla nüfusu düşük belediyeler bünyesinde kurulmuş kent konseylerinin takipçisi, nüfusu yüksek olan bir belediyenin bulunduğu yerde kurulmuş olan kent konseyinden daha fazla olabileceği gibi daha az da olabilmektedir.

Çalışmanın genel bir sonucu olarak popülerlik, bağlılık ve yayılma etkinliği skorlarının oldukça düşük seviyelerde kaldığını söylemekle beraber; popülerlik başlığı altında diğer kent konseyleri gruplarına göre daha başarılı sonuçların elde edildiği İl Belediye Kent Konseylerinin Twitter platformunda daha popüler olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, tüm kent konseyleri gruplarında popülerlik kriterine ilişkin

ortalamanın bağlılık ve yayılma etkinliği kriterlerine göre daha yüksek olması ise beğen butonunun genel olarak tüm sosyal ağlar, özelde ise Twitter platformu için diğer etkileşim türlerine göre daha kolay ve hızlı kullanılabiliyor olmasından kaynaklanmaktadır.

Bağlılık değerinin oldukça düşük ortalamalarda kalmasının öncelikli nedeninin yorum yazma faaliyetinin takipçi açısından en zaman alıcı etkileşim türü olarak görülmesi olduğu düşünülmektedir. Öte yandan, bu durum kent konseylerinin Twitter'ı muhtemelen paydaşlarıyla etkileşime geçmekten daha çok duyuru veya iletişim ağı olarak gördükleri ve kullandıkları izlenimini de beraberinde getirmektedir. Yayılma etkinliği ise nispeten yorum yazma faaliyetine göre daha kolay olduğundan bağlılığa göre daha yüksek ortalamalarla karşılaşılmaktadır. Bu noktada yayılma etkinliğinin görece daha yüksek ortalamalara ulaşmasının, takipçilerin ilgili gönderileri sosyal medyadaki arkadaşlarına da duyurma isteğinin bir sonucu olarak açıklayabilmek mümkündür.

Etkileşim analizi bulguları göstermiştir ki; takipçi sayısı düşük hesapların etkileşim endeksleri daha yüksek çıkmıştır. İlgili hesapta takipçi sayısının az olması ve takipçilerin gönderilere verdikleri tepkilerin takipçi sayısına bölünmesi bu sonucu ortaya çıkaran ana nedendir. Takipçi sayısı daha yüksek kent konseyi hesaplarında her takipçinin gönderilere tepki vermemesi ve ilgili boyutların zaten yüksek olan takipçi sayısına bölünmesi de etkileşim skorlarını düşük çıkarmıştır. Dolayısıyla takipçinin yüksek olması doğrudan etkileşimin de yüksek olacağı anlamına gelmemekte, hatta halihazırda kent konseylerini dezavantajlı konuma dahi düşürebilmektedir.

Bugün artık Türkiye için yerel demokrasinin vazgeçilmez kurumları haline gelmiş olan kent konseylerinin, sosyal medya platformlarını daha etkin kullanarak paydaşlarıyla daha etkili bir etkileşim zemini oluşturabilmesi adına atması gereken birtakım adımlar bulunmaktadır. Öncelikle kent konseylerinin kurumsallığın bir gereği olarak onaylanmış/kurumsal hesap anlamını taşıyan "mavi rozet" işareti almaları gerekmektedir. Kent konseyleri Twitter platformu da dahil olmak üzere tüm sosyal ağlarda vatandaş odaklı içerikler üretmeli ve bu platformlarda vatandaşları diyaloğa teşvik edici içerikte paylaşımlar yayınlamalıdırlar. Yani kent konseylerinin Twitter içeriğinin, etkileşimde yalnızca beğeni butonuna sevk eden tarzda paylaşım yapmaktan ziyade, yorum ve paylaşım gibi paydaşların daha çok ve daha nitelikli bir etkileşime teşvik edildiği tarzda (soru sorma, yarışma düzenleme, görüş isteme vb.) oluşturulması gerekmektedir.

Tabiatıyla bunu yapabilmek çok kolay değildir. Fakat imkansız da değildir. Bu bağlamda öncelikle sosyal medyanın kent konseyleri tarafından daha ciddi bir şekilde ele alınması ve sosyal medya yönetiminin profesyonel tarzda bir yaklaşım sergileme yoluna gidilerek yapılması gerekmektedir. Çünkü günümüzde artık pek çok kurum için sosyal medya ikincil bir iş pozisyonunu temsil etmekten çıkmış olup, işi sadece sosyal medya yönetimi yapmak olan profesyoneller ile ya da en azından profesyonel bir bakış açısıyla yürütülmesi zorunlu hale gelmiş bir konudur. Temsil ettiği değerler göz önünde bulundurulduğunda kent konseyleri için de aynı durum söz konusudur.

Profesyonel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde görülecektir ki sosyal medya yönetimi aslında göründüğünden çok karmaşık ve kapsamlı bir konudur. Bu bağlamda, kent konseylerinin sosyal medya yönetiminde iletişim dili tercihi, paylaşım sıklığı, paylaşım türü, kullanıcıların sosyal medya motivasyonlarının ya da sosyal medyadan beklentilerinin dikkate alınması, gündemin takip edilmesi ve gündeme uygun paylaşımların atlanmadan muhakkak yapılması, herhangi bir kriz anında bu krizin sosyal medya platformlarında nasıl yürütülmesi gerektiği, rutin sosyal medya analizi, izleme (monitoring) ve dinleme (listening) faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, sosyal medyada marka konumlandırma ve marka imajının yaratılması gibi dikkate alması gereken pek çok konu bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

1-https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx Mülki İdare Birimleri. Erişim Tarihi: 16.12.2021

5393 Sayılı Belediye Kanunu 76. Madde. (3/7/2005). Sayı: 25874

Achen, R. M. (2017). Measuring social media marketing: moving towards a relationship-marketing approach. *Managing Sport and Leisure Volume 22, 2017 - Issue 1 https://doi.org/10.1080/23750472.2017.1379883*, 33-53.

Acar, O. K., & Akman, E. (2019). Türkiye'de Kamu Personel Politikalarının Süreç Modeli Çerçevesinde Analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 203-217.

Agostino, D. (2013). Using social media to engage citizens: A study of Italian municipalities. *Public Relations Review*, 232-234.

Agostino, D., & Arnaboldi, M. (2015). A Measurement Framework for Assessing the Contribution of Social Media to Public Engagement: An empirical analysis on Facebook. *Public Management Review ISSN: 1471-9037 https://doi.org/10.1080/14719037.2015.1100320*, 1289-1307.

Aichner, A., & Jacob, F. (2014). Measuring the degree of corporate social media use. *International Journal of Market Research Vol. 57 Issue 2*, 257-275.

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, M. N. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems ISSN: 0263-5577*, 570 - 588.

Alam, A., Meenar, M., Barraza, F., Khalil, M. B., & Knopp, K. (2022). Citizen engagement on local government Facebook pages: Experience from Aotearoa New Zealand. *Cities Volume 123*, 1-19.

Aliefendioğlu, Y. (2005). Temsili Demokrasinin "Seçim" Ayağı. *TBB Dergisi, Sayı 60*, 71-96.

Amoah, J., Jaroslav, B., Khan, K. A., & Metzker, Z. (2021). Antecedents of sustainable SMEs in the social media space: A Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. *Management & Marketing-Challenges for the Knowledge Society. Vol. 16, İssue 1*, 26-46.

Andrijašević, I. (2018). Stıll Not There Where The People Are 1 : Analysıs Of Facebook Use By Local Government In Croatıa. *Teorija In Praksa (6)*, 1040-1063.

Arnaboldi, M., Busco, C., & Cuganesan, S. (2017). Accounting, accountability, social media and big data: revolution or hype? *Accounting, Auditing & Accountability Journal ISSN: 0951-3574*, 1-22.

Arslan, A. (2022). Social Media and Democratic Participation. *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*, 72-90.

Barber, B. R. (2014). Katılımcı Demokrasi. *The Encyclopedia of political thought*, 2650-2654.

Basolo, V., & Yerena, A. (2020). Using Social Media to Inform and Engage Urban Dwellers in La Paz, Mexico. *Open Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 1373-1391.

Basuony, M. A., Mohamed, E. K., & Samaha , K. (2017). Board structure and corporate disclosure via social media: an empirical study in the UK. *Online Information Review ISSN: 1468-4527*, 595-614.

Bektaş, O., & Durmuşoğlu, V. (2019). Türk Otomotiv Sektörünün Sosyal Medya Yönetimi Bağlamında Firma - Müşteri Etkileşimi İlişkisinin İncelenmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt/Volume 17, Sayı/No: 33*, 231-253.

Bellucci, M., & Manetti, G. (2017). Facebook as a tool for supporting dialogic accounting? Evidence from large philanthropic foundations in the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal ISSN: 0951-3574*, 1-13.

Bellucci, M., & Mannetti, G. (2017). Facebook as a tool for supporting dialogic accounting? Evidence from large philanthropic foundations in the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal ISSN: 0951-3574*, 874-905.

Bellucci, M., Biagi, S., & Manetti, G. (2019). Dialogic Accounting and Stakeholder Engagement Through Social Media: The Case of Top-Ranked Universities. *Johns Hopkins University Press Volume 42, Number 3*, 1145-1184.

Bensghir, T. K. (1996). *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim.* Ankara: TODAİE Yayınları.

Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2011). Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy ISSN: 1750-6166*, 78-91.

Bonsón, E., Perea, D., & Bednárová, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 480-489.

Bonsón, E., & Ratkai, M. (2013). A Set of Metrics to Assess Stakeholder Engagement and Social Legitimacy on A Corporate Facebook Page. *Online Information Review*, 787-803.

Bonsón, E., Ratkai, M., & Royo, S. (2016). Facebook Use in Western European Local Governments: An Overall View. M. Z. (Editör) içinde, *Social Media and Local Governments Theory and Practice* (s. 59-77). Berlin: Springer.

Bonsón, E., Royo, S., & Cambra, E. (2018). Análisis del uso de Facebook a nivel municipal. Una aplicación a municipios españoles. *Revista del CLAD Reforma Democracia, núm. 71*, 85-120.

Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2015). Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe. *Government Information Quarterly Cilt 32, Sayı 1*, 52-62.

Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2017). Facebook Practices in Western European Municipalities: An Empirical Analysis of Activity and Citizens'Engagement. *Administration & Society DOI: 10.1177/0095399714544945*, 320-347.

Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis. *Computers in Human Behavior*, 1-11.

Coglianese, C. (2004). *E-rulemaking: information technology and regulatory policy: new directions in digital government research.* Berlin: John F. Kennedy School of Government Harvard University.

Çağdaş, T. (2011). Türkiye'de Yerel Yönetimlerde İdari Özerklik. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi SAYI I*, 391- 416.

Çarıkçı, O. (2010). Türkiye'de E-Devlet Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 95-122.

Çetinkaya, Ö., & Korlu, R. K. (2012). Yerel Demokrasinin Sağlanmasında Katılımcılık Süreci ve Kent Konseylerinin Rolü. *Maliye Dergisi*, 95-117.

Çiçek, Y. (2014). Geçmişten Günümüze Türkiye'de Yerel Yönetimler. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:11, Sayı:1*, 53-64.

Çınar, M. F. (2017). Türkiye'nin Anayasal Demokrasi Yolu ve Kuvvetler Ayrılığı İlkesinin Serencamı. *Akademik Bakış Dergisi Sayı: 64 ISSN:1694-528X*, 586-607.

Çukurçayır, M. A. (2008). Yerel Demokrasi ve Yerel Siyaset. *Yerel Siyaset* (s. 15-37). içinde İstanbul: Okutan Yayıncılık.

Çukurçayır, M. A., Eroğlu, H. T., & Sağır, H. (2015). Yerel Yönetişim, Katılım ve Kent Konseyleri. *Yerel Politikalar Dergisi*, 97-128.

De Almeida, L. L. (2020). *O Papel Das Socıal Medıa Na Admınıstração Públıca: O Caso Da Câmara Munıcıpal Do Porto.* Porto: Mestrado Em Marketing.

Diamond, L. J., & Morlino, L. (2004). The Quality of Democracy: An Overview. *Journal of Democracy Johns Hopkins University Press Volume 15, Number 4*, 20-31.

Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Janssen, M., Lal, B., Williams, M. D., & Clement, M. (2017). An empirical validation of a unified model of electronic government adoption (UMEGA). *Government Information Quarterly Volume 34, Issue 2*, 211-230.

Echebarria, C., Barrutia, J. M., & Aguado, I. (2009). The ISC Framework: Modelling Drivers for the Degree of Local Agenda 21 Implantation in Western Europe. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 980-995.

Eckerberg, K., & Forsberg, B. (2007). Implementing agenda 21 in local government: The Swedish experience. *The International Journal of Justice and Sustainability*, 333-347.

eEurope, P. (2000, Mart 23-24). *EUR-Lex Access to Europen Union law*. https://eur-lex.europa.eu/: https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/eeurope-an-information-society-for-all.html adresinden alındı. Erişim Tarihi: 20.10.2022

Eger, L., Egerová, D., Tomczyk, L., Krystoň, M., & Czeglédi, C. (2020). Facebook for Public Relations in the higher education field: a study from four countries Czechia, Slovakia, Poland and Hungary. *Journal of Marketing for Higher Education Volume 31 - Issue 2*, 1-21.

Eğilmez, B. (2020, Aralık 11). *Postman Nedir?* https://www.medium.com: https://medium.com/huawei-developers-tr/postman-nedir-83eeaa5ed6ac#:~:text=Postman%2C%20Chrome%20uzant%C4%B1s%C4%B1%20olarak%20kullanabilece%C4%9Fimiz,ile%20etkile%C5%9Fim%20sa%C4%9Flamas%C4%B1na%20olanak%20sa%C4%9Flar adresinden alındı. Erişim Tarihi: 01.01.2022

Ellison, N., & Hardey, M. (2014). Social Media and Local Government: Citizenship, Consumption and Democracy. *Local Government Studies*, 21-40.

Elsabeh, M. H., Zhao, Z., Ivens, B., & Brem, A. (2018). When is brand content shared on Facebook? A field study on online Word-of-Mouth. *International Journal of Market Research Vol. 61(3) https://doi.org/10.1177/1470785318805301*, 287-301.

Emrealp, S. (2005). *Yerel Gündem 21 Uygulamalarına Yönelik Kolaylaştırıcı Bilgiler Elkitabı.* İstanbul: IULA-EMME (UCLG-MEWA) Yayınları.

Engin, E., & Akgöz, B. E. (2016). Belediyelerin Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Açısından Analizi. *Atatürk İletişim Dergisi* , 91-111.

Evans, B., & Theobald, K. (2010). LASALA: Evaluating Local Agenda 21 in Europe. *Journal of Environmental Planning and Management*, 781-794.

Faber, B. (2021). Platforms as distinctive realms and the role of policy discretion: a cross-platform assessment of citizen engagement with Dutch municipalities through Twitter, Facebook, LinkedIn, and Instagram. *Local Government Studies https://doi.org/10.1080/03003930.22021.2007081*, 1-22.

Faber, B., Budding, T., & Gradus, R. (2020). Assessing social media use in Dutch municipalities: Political, institutional, and socio-economic determinants. *Government Information Quarterly Volume 37, Issue 3*, 1-9.

Gálvez-Rodriguez, M., Haro-de, A., & Caba-Perez, C. (2017). Improving citizens' online engagement via community managers: an explanatory study. *Information, Communication & Society Volume 21 - Issue 10 https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1315442*, 1402-1418.

Gálvez-Rodríhuez, M., Haro-de-Rosario, A., & Caba-Pérez, M. (2019). A Comparative View of Citizen Engagement in Social Media of Local Governments From North American Countries. *In Civic Engagement and Politics: Concepts*, 40-57.

Golbeck, J., Grimes, J. M., & Rogers, A. (2010). Twitter Use by the U.S. Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 1612-1621.

Görmez, K. (2000). Demokratikleşme Açısından Merkezi Yönetim - Yerel Yönetim İlişkisi . *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 81-88.

Gürses, F. (2012). Yerel Demokrasi Platformu Olarak Kent Konseyleri: Marmara Bölgesindeki Kent Konseyi Üyelerinin Katılım Algısı (Yüksek Lisans Tezi).

Gürses, F. (2015). Yerel Demokrasi ve Siyasal Katılım: Kent Konseyleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 49-68.

Gürses, F. (2022). E-Pazaryerlerinin Sosyal Medyada Dijital İçerik Pazarlaması Performansları: Sosyal Metriklere Dayalı Bir Etkileşim Analizi. E. Tarakçı, & İ. T. Erdoğan içinde, *PAZARLA-MA: TEORİDEN PRATİĞE* (s. 67-86). Efe Akademi Yayınları ISBN:978-605-71382-1-7.

Gürses, F., & Çelik, İ. (2021). Sosyal Medyada Kent Konseyleri-Paydaş Etkileşiminin Twitter Aracılığıyla Ölçülmesi. Ş. Karabulut içinde, *Yerelden Globale Tüm Boyutlarıyla Kamu Yönetimi: Geçmişten Geleceğe Yaşanan Gelişmeler* (s. 245-257). Bursa: Gazi Kitabevi.

Gürses, F., & Çelik, İ. (2022). Türkiye'de Devlet ve Vakıf Üniversitelerinin Sosyal Medyadaki Etkileşim Performanslarının Karşılaştırmalı Bir Analizi: Instagram Örneği. N. Editör: Sezer, & H. Çiftçi içinde, *A'dan Z'ye İletişim Çalışmaları-5* (s. 755 -793). İksad Yayınevi.

Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & Carmen Caba-Pérez, M. (2016). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? *Sage Journals Cilt 20, Sayı 1*, 29-49.

Hatipoğlu, İ., Sobacı, M. Z., & Korkmaz, M. F. (2020). Determinants of the Citizen Engagement Level of Mayors on Twitter: The Case of Turkey. *Digital Government and Achieving E-Public Participation: Emerging Research and Opportunities*, 146-158.

Hoffman, D., & Fodor, M. (2010). Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing? *Mit Sloan Management Review*, 41-49.

Kaypak, Ş. (2012). Yerel Yönetimlerde Katılımcı/Müzakereci Demokrasi Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 8, Sayı 17, https://doi.org/10.11122/ijmeb.2012.8.17.72*, 171-196.

Kent Konseyi Yönetmeliği Madde 76/5 (Başlığı ile değişik: RG-6/6/2009-27250).

Kemp, S. (2021, Şubat 11). *Datareportal*. www.datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey?rq=turkey adresinden alındı. Erişim Tarihi: 05.05.2022

Kemp, S. (2022, Şubat 15). *Datareportal*. https://datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey adresinden alındı. Erişim Tarihi: 05.05.2022

Lappas, G., Triantafillidou, A., Deligiaouri, A., & Kleftodimos, A. (2017). Facebook Content Strategies and Citizens' Online Engagement: The Case of Greek Local Governments. *Rev Socionetwork Strat DOI:10.1007/s12626-018-0017-6*, 1-20.

Li, H., Wang, X., & Issa, H. (2022). Exploring Mayors' Disclosure Patterns on Social Media: Evidence From Twitter Expressions. *SSRN*, 1-41.

Luarn, P., Lin, Y.-F., & Chiu, Y.-P. (2015). Influence of Facebook brand-page posts on online engagement. *Online Information Review Vol. 39 ISSN: 1468-4527*, 505-519.

Manetti, G., Bellecci, M., & Bagnoli, L. (2016). Stakeholder Engagement and Public Information Through Social Media: A Study of Canadian and American Public Transportation Agencies. *American Review of Public Administration DOI: 10.1177/0275074016649260*, 1-29.

Mar Gálvez-Rodríguez, M., Sáez-Martín, A., García-Tabuyo, M., & Caba-Pérez, C. (2018). Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American local governments. *Public Relations Review Volume 44, Issue 2*, 265-276.

Metallo, C., Gesuele, B., Guillamón, M.-D., & Ríos, A.-M. (2020). Determinants of public engagement on municipal Facebook pages. *The Information Society ISSN: 0197-2243*, 147-159.

Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Smart city communication via social media: Analysing residents' and visitors' engagement. *Cities Volume 94 https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.06.003*, 247-255.

Nacak, O. (2014). Temsili Demokrasinin Sorun Alanları ve Çözüm Noktasında Yeni Bir Model: Katılımcı Demokrasi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 194-214.

Nations, U. (2008). *Un E-Goverment Survey 2008*. New York: Economic & Social Affairs.

Oktay, T. (2020). 1920-2020 Döneminde Türkiye'de Belediyelerin Gelişimi. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi ISSN: 2148-1652 e-ISSN: 2636-8374*, 171-223.

Oktay, E., & Pekküçükşen, Ş. (2009). Yerel Yönetimlerin Demokratikleşmesinin Bir Aracı Olarak Sivil Toplum Kuruluşları -Türkiye İçin Kısa Bir Değerlendirme. *KMU İİBF Dergisi*, 173-186.

Ordu, G. (2021, Temmuz 7). *www.hostinger.web.tr*. JSON Nedir?: https://www.hostinger.web.tr/rehberler/json-nedir adresinden alındı. Erişim Tarihi: 07.12.2021

Oviedo-Garcia, A., Munoz-Exposito, M., Castellanos-Verduge, M., & Sancho-Mejias, M. (2014). Metric proposal for customer engagement in Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 327-344.

Önder, Ö., & Güler, E. (2016). Türkiye'de Yerel Demokrasi Açısından Kent Konseyleri Üzerine Bir Araştırma: Kütahya Kent Konseyi Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 881-902.

Özdemir, Y., Şimşek, U., & Aktaş, E. (2006). Demokrasi Üzerine. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 260-269.

Pawsey, N., Nayeem, T., & Huang, X. (2018). Use of facebook to engage water customers: A comprehensive study of current U.K. and Australian practices and trends. *Journal of Environmental Management Volume 228 https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.08.063*, 517-528.

Perea, D., Bonsón, E., & Bednarova, M. (2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly Volume 38, Issue 3 https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101579*.

Ponte, E. B., Royo, S., & Ratkai, M. (2013). Analysıs Of European Munıcıpalıtıes' Facebook Channels Actıvıty And Cıtızens' Engagement. *Conference: AECA XVII Congress, Pamplona.* Spain.

Pustu, Y. (2005). Yerel Yönetimler ve Demokrasi. *Sayıştay Dergisi*, 121-134.

Pustu, Y. (2016). Yerel Demokrasinin Kökeni. *Sayıştay Dergisi Sayı:100*, 89-107.

Rosario, A. H., Martín , A. S., & Pérez, M. C. (2016). The Use of Facebook to Promote Engagement with Local Governments in Spain. M. Z. (Editör) içinde, *Public Administration and Information Technology book series (PAIT,volume 15)* (s. 219-241). Springer.

Sáez-Martín, A., Cañadas, J., Valdivieso, F. G., & Pérez, C. C. (2018). Citizens' Engagement in Local Government in a New Political Scenario: Emergent vs. Traditional Parties. M. Z. (Editör) içinde, *Public Administration and Information Technology book series (PAIT,volume 29)* (s. 107-128). Springer.

Saraite-Sariene, L., Alonso-Cañadas, J., Galán-Valdivieso, F., & Caba-Pérez, C. (2019). Non-Financial Information versus Financial as a Key to the Stakeholder Engagement: A Higher Education Perspective. *Sustainability, 12(1), 331; https://doi.org/10.3390/su12010331*, 2-19.

Selman, P., & Parker, J. (2007). Citizenship, civicness and social capital in local agenda 21. *The International Journal of Justice and Sustainability*, 171-184.

Silva, P., Tavares, A., Silva, T., & Lameiras, M. (2019). The good, the bad and the ugly: Three faces of social media usage by local governments. *Government Information Quarterly Volume 36, Issue 3*, 469-479.

Silvallana, D., & Flor, B. (2022). Exploring a state college's dialogic strategies and public engagement on Facebook. *Advance online publication. https://doi.org/10.52518/2022-05slvnflr*, 1-21.

Sitembölükbaşı, Ş. (2005). Liberal Demokrasinin Çıkmazlarına Çözüm Olarak Müzakereci Demokrasi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 139-162.

Smardon, R. C. (2008). A comparison of Local Agenda 21 implementation in North American, European and Indian cities. *Management of Environmental Quality,* 118-137.

Sobacı, M. Z., & Hatipoğlu, İ. (2017). Facebook Aracılığıyla Türkiye'de Belediye-Vatandaş Etkileşiminin Ölçülmesi: Büyükşehir ve İl Belediyeleri Bağlamında Ampirik Bir Analiz. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,Cilt 72, No. 3*, 689-713.

Stone, J. A., & Can, S. H. (2020). Factors influencing tweet purposes and citizen engagement with municipal Twitter accounts. *Online Information Review Vol. 45 No. 3*, 501-516.

Stone, J. A., & Can, S. H. (2020). Linguistic analysis of municipal Twitter feeds: Factors influencing frequency and engagement. *Government Information Quarterly Volume 37, Issue 4 https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101468*.

Stone, J. A., Flanders, K. J., & Can, S. H. (2022). Strategic communication? Measurement and evaluation of Twitter use among municipal governments. *Government Information Quarterly Volume 39, Issue 4*.

Suárez-Rico, Y., García-Benau, A., & Gómez-Villegas , M. (2019). CSR communication through Facebook in the Latin American integrated market (MILA): Disclosure, interactivity and legitimacy. *Meditari Accountancy Research ISSN: 2049-372X*.

Szmigiel-Rawska, K., Łukomska, J., & Tavares, A. F. (2018). Social Media Activity and Local Civic Engagement in Poland. *Proceedings of the 11th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*, (s. 279–287).

Şinik, B. (2009). Türkiye'de Yerel Katılım: Fransa ile Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 1-22.

Tommasel, A., Godoy, D., & Diaz Pace, A. J. (2020). Towards an effective e-Participation: an analysis of the interaction and engagement of Argentine digital citizens. *Hacia una e-Participación efectiva, EJS 19 (2)*, 208-232.

Tosun, E. K., Keskin, E. B., & Selimoğlu, E. (2015). Yerel Düzeyde Katılımcı Mekanizmalar Olarak Kent Konseylerinin Bilinirlik ve Etkinlik Düzeylerinin Analizi: Bursa Örneği. *Sosyoekonomi*, 85-107.

Triantafillidou, A., Lappas, G., Kleftodimos, A., & Yannas, P. (2018). Attack, Interact, and Mobilize: Twitter Communication Strategies of Greek Mayors and their Effects on Users' Engagement. M. Z. (Editör) içinde, *Public Administration and Information Technology book series (PAIT,volume 29)* (s. 65-89). Springer.

Triantafillidou, A., Lappas, G., Yannas, P., & Alexandros, K. (2015). Facebook Engagement and Greek Local Municipal Governments. *Danube University Krems*, (s. 39-50). Austria.

Tunç, H. (2008). Demokrasi Türleri ve Müzakereci Demokrasi Kavramı. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1113-1132.

Twitter. (2022). Twitter'da Onaylama. https://help.Twitter.com/tr/: https://help.Twitter.com/tr/managing-your-account/about-Twitter-verified-accounts#requirements adresinden alındı. Erişim Tarihi: 10.11.2022

Urhan, V. F. (2008). Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması. *Sayıştay Dergisi, Sayı: 70*, 85-102.

Varlık, Ü., & Ören, B. (2003). Demokrasi ve Temsil. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 172-185.

Wickwar, W. H. (1970). *The Political Theory of Local Government.* Carolina: University of South Carolina Press.

Yeşildal, A. (2019). Sosyal Medya, Yerel Yönetimler ve Katılımcı Yönetim: Bilgi Çağında Belediyeler için Yeni Stratejiler. *İnsan&İnsan /Issue 22.DOI: https://doi.org/10.29224/insanveinsan.507609*, 883-902.

Yıldırım, S. (1993). *Yerel Yönetim ve Demokrasi: Kavramlar, Yaklaşımlar.* İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları.

Zengin, M. A. (2019). Katılımcı Demokrasinin Vasıtaları ve Bu Vasıtalardan Referandumun Çevre Hakkına Olan Etkileri. *Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi*, 23-54.

Zeru, F. (2021). The Use of Social Networking Websites in Romanian Public Administration. *Journal of Media Research Vol. 14 Issue 2*, 105-122.

Zheng, Y., & Wu, G. (2005). Informatıon Technology, Publıc Space, And Collectıve Actıon In Chına. *Comparative Political Studies 38: 507 DOI: 10.1177/0010414004273505*, 507-535.

EKLER

EK 1. Twitter Arama Sonuçları

Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri		İl Belediye Kent Konseyleri	
Adana Kent Konseyi	@AdanaKentKonsey	Adıyaman Kent Konseyi	@KentKonseyi02
Ankara Kent Konseyi	@ank_kentkonseyi	Afyonkarahisar Kent Konseyi	@afyonkentkonsey
Antalya Kent Konseyi	@ANTKentKonseyi	Ardahan Kent Konseyi	@KentArdahan
Balıkesir Kent Konseyi	@blkkentkonseyi	Batman Kent Konseyi	@KentKonseyi72
Bursa Kent Konseyi	@BursaKentKonsey	Bayburt Kent Konseyi	@bybkentkonsey
Denizli Kent Konseyi	@DKKonseyi	Bilecik Kent Konseyi	@BilecikKent
Diyarbakır Kent Konseyi	@AmedKonseyi	Bingöl Kent Konseyi	@KentKonseyi12
Diyarbakır Kent Konseyi	@AmedKentKonseyi	Bolu Kent Konseyi	@bolukentkonseyi
Erzurum Kent Konseyi	@erzkentkons	Burdur Kent Konseyi	@KentKonseyi15
Erzurum Kent Konseyi	@EBBKentkonseyi	Çanakkale Kent Konseyi	@CkaleKentKnseyi
Erzurum Kent Konseyi	@ErzurumKent	Çorum Kent Konseyi	@CorumKentKonsey
Erzurum Kent Konseyi	@erzkentkonseyi	Düzce Kent Konseyi	@DKentkonseyi
Eskişehir Kent Konseyi	@esk_kentkonseyi	Düzce Kent Konseyi	@DuzceKentKonsey
Gaziantep Kent Konseyi	@gkentkonseyi	Elazığ Kent Konseyi.	@ElzKentKonseyi
Hatay Kent Konseyi	@HATAYKENTKONSEY	Giresun Kent Konseyi	@GiresunKent
Hatay Kent Konseyi	@hataykentkonse1	Giresun Kent Konseyi	@giresunkent28
İstanbul Kent Konseyi	@istkentkonseyi	Karabük Kent Konseyi	@KARABUKKENTKONS
İzmir Kent Konseyi	@IKonseyi	Karaman Kent Konseyi	@KrmnKentKonseyi
İzmir Kent Konseyi	@izmirkentkonsey	Karaman Kent Konseyi	@kentkonseyi70
Kocaeli Kent Konseyi	@KocaeliKentK	Karaman Kent Konseyi	@KrmnKentKonseyi
Kocaeli Kent Konseyi	@KocaeliKentK	Kars Kent Konseyi	@karskentkonseyi
Malatya Kent Konseyi	@mltykentkonseyi	Kırklareli Kent Konseyi	@39KentKonseyi
Manisa Kent Konseyi	@manisakonseyi	Kırşehir Kent Konseyi	@kkentkonseyi
Mersin Kent Konseyi	@MersinKentKonsy	Kırşehir Kent Konseyi	@kkentkonseyi
Ordu Kent Konseyi	@ordukentkonseyi	Kütahya Kent Konseyi	@KutahyaKentKons
Sakarya Kent Konseyi	@kentkonseyi54	Rize Kent Konseyi	@KentKonseyiRize
Şanlıurfa Kent Konseyi	@kentkonseyi63	Sinop Kent Konseyi	@SinopKent
Şanlıurfa Kent Konseyi	@urfakentkonseyi	Sivas Kent Konseyi	@sivaskent
Şanlıurfa Kent Konseyi	@Urfakentkonsey	Tokat Kent Konseyi	@kentkonseyi60
Tekirdağ Kent Konseyi	@tdagkentkonsey	Uşak Kent Konseyi	@usakkentkonseyi
Trabzon Kent Konseyi	@TrabzonKentKons	Yalova Kent Konseyi	@kent_yalova
Trabzon Kent Konseyi	@trabzonkentkon1	Yozgat Kent Konseyi	@yozgatkonsey
Van Kent Konseyi	@Van_KentKonseyi	Zonguldak Kent Konseyi	@kentkonseyi67
Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri			
Arnavutköy Kent K.	@ArnavutkoyKent	Adalar Kent K.	@adalarkentkonse
Atakum Kent K.	@KentAtakum	Adalar Kent K.	@AdalarKent
Avcılar Kent K	@KentKonsey	Alanya Kent K.	@alanyakonseyi
Bağcılar Kent K.	@bagcilarkentkon	Ataşehir Kent K.	@atasehirkentkon
Bakırköy Kent K.	@BakKonseyi	Avcılar Kent K.	@avckentkonseyi
Bakırköy Kent K.	@bakirkoykent	Ayvalık Kent K.	@ayvalikkonsey
Bandırma Kent K.	@KentRma	Bahçelievler Kent K.	@Kentkonseyii

Bayraklı Kent K.	@Kentkon1Bayrakl	Bahçelievler Kent K.	@BB_KentKonseyi
Beşiktaş Kent K.	@BesiktasKentKon	Bakırköy Kent K.	@BakKentkonseyi
Beyoğlu Kent K.	@BBKentKonseyi	Bayrampaşa Kent K.	@bayrampasakent1
Ceyhan Kent K.	@ceyhankonsey	Beşiktaş Kent K.	@bskkentkonseyi
Ceyhan Kent K.	@ceyhankent01	Beykoz Kent K.	@BeykozKonseyi
Ceyhan Kent K.	@ceyhankentkonse	Biga Kent K.	@BigaKentKonseyi
Çankaya Kent K.	@cankayakonsey	Buldan Kent K.	@BuldanKent
Çeşme Kent K.	@CKonseyi	Ceyhan Kent K.	@ceyhankkonseyi
Dalaman Kent K.	@DalamanKonsey	Çankaya Kent K.	@cankayakonseyi
Efes Selçuk Kent K.	@EfesKentkonseyi	Çeşme Kent K.	@cesme_kent
Erzin Kent K.	@EKKonseyi	Çorlu Kent K.	@corlukentkonsey
Fatih Kent K.	@FatihKentkons	Çubuk Kent K.	@CubukKonseyi
Fatih Kent K.	@FatihKKonsey	Çubuk Kent K.	@CubukKent
Gölcük Kent K.	@golcukkentkon	Datça Kent K.	@DatcaKent
Güzelbahçe Kent K.	@gbkentkonseyi	Esenyurt Kent K.	@EsenyurtKent
Halfeti Kent K.	@HalfetiKonseyi	Fethiye Kent K.	@Fethiyekonseyi
İlkadım Kent K.	@ilkadimkentkons	Gazi Osman Paşa Kent K.	@gopkentkonseyi
Kadıköy Kent K.	@kdkykonsey	Gemlik Kent K.	@16kentkonseyi
Karasu Kent K.	@KarasuKonseyi	Gölbaşı Kent K.	@GolbasiKentKon
Karesi Kent K.	@karesikentkonseyi	İnegöl Kent K.	@InegolKentkons
Kartal Kent K.	@kartalkkonseyi	İzmit Kent K.	@izmitkkonseyi
Kaş Kent K.	@kas_kent	Karatay Kent K.	@KaratayKent
Kazan Kent K.	@kent_konseyi1	Karesi Kent K.	@karesikentkonseyi
Keçiören Kent K.	@kecioren_kent	Karşıyaka Kent K.	@KyakaKentKonsey
Keçiören Kent K.	@Erolkaya19hotm2	Konak Kent K.	@KonakKentKon
Konak Kent K.	@konakkentkonsey	Kuşadası Kent K.	@KentKusadasi
Kozan Kent K.	@KozanKntkonseyi	Maltepe Kent K.	@MltpKentKonseyi
Menderes Kent K.	@KentMenderes	Marmaris Kent K.	@KonseyMarmaris
Mudanya Kent K.	@MudanyaKKonseyi	Meram Kent K.	@KentMeram
Nusaybin Kent K.	@NsbKentkonseyi	Mezitli Kent K.	@mezkon
Ortahisar Kent K.	@KentOrtahisar	Milas Kent K.	@milaskentkonsey
Pursaklar Kent K	@kentkonseyi06	Nilüfer Kent K.	@NiluferKent
Samandağ Kent K.	@SamandagKent	Nilüfer Kent K.	@NKKonsey
Samandağ Kent K.	@samandagkent2	Odun Pazarı Kent K.	@odunpazariKK
Sarıçam Kent K.	@Skentkonseyi	Pendik Kent K.	@kentkonseyipndk
Sarıçam Kent K.	@saricamkenti	Seferihisar Kent K.	@SeferihisarKK
Serik Kent K.	@SerikKentKonsey	Selçuklu Kent K.	@selcuklukent
Şişli Kent Konseyi	@ilikentkonseyi	Süleyman Paşa K. K.	@spasakentk
Tarsus Kent K.	@TarsusKent	Şişli Kent K.	@SisliKent_2016
Tarsus Kent K.	@TarsusKentKonsy	Ümraniye Kent K.	@UKentkonseyi
Tavas Kent K.	@TavasKentKons	Ünye Kent K	@unye_kent
Yenişehir Kent K.	@KentYenisehir	Ünye Kent K.	@unyekentkonseyi
Yenişehir Kent K.	@YenisehirKent	Yenimahalle Kent K.	@YenimahalleKK
Yıldırım Kent K.	@YldrmKentKonsey	Yeşilyurt Kent K.	@yykentkonseyi
Yunusemre Kent K.	@_Kentkonseyi_	Zeytinburnu K. K.	@ZKonseyi
İlçe Belediye Kent Konseyleri			
Bucak Kent K.	@bucakkentkonsey	Karaman Kent K.	@karamankonsey
Doğubayazıt Kent K	@DBKentKonseyi	Niksar Kent K.	@NKonseyi
Bolvadin Kent K.	@BolvadinKntKnsy	Cide Kent K.	@cidekentkonseyi
Çınarcık Kent K.	@CinarcikKentKon		

EK 2. Web Adresinden Yönlendirme İle Doğrulanan Hesaplar

Kent Konseyi	**Hesap Adresi**	**Kent Konseyi**	**Hesap Adresi**
Batman Kent Konseyi	@KentKonseyi72	Adalar Kent Konseyi	@AdalarKent
Beyoğlu Kent Konseyi	@BBKentKonseyi	Adıyaman Kent Konseyi	@KentKonseyi02
Bolu Kent Konseyi	@bolukentkonseyi	Ankara Kent Konseyi	@ank_kentkonseyi
Burdur Kent Konseyi	@KentKonseyi15	Antalya Kent Konseyi	@ANTKentKonseyi
Çankaya Kent Konseyi	@cankayakonseyi	Bahçelievler Kent Konseyi	@BB_KentKonseyi
Fethiye Kent Konseyi	@Fethiyekonseyi	Balıkesir Kent Konseyi	@blkkentkonseyi

Gazi Osman Paşa Kent Konseyi	@gopkentkonseyi	Beşiktaş Kent Konseyi	@bskkentkonseyi
Gaziantep Kent Konseyi	@gkentkonseyi	Çanakkale Kent Konseyi	@CkaleKentKnseyi
İzmit Kent Konseyi	@izmitkkonseyi	Eskişehir Kent Konseyi	@esk_kentkonseyi
Kırklareli Kent Konseyi	@39KentKonseyi	İstanbul Kent Konseyi	@istkentkonseyi
Konak Kent Konseyi	@KonakKentKon	İzmir Kent Konseyi	@izmirkentkonsey
Malatya Kent Konseyi	@mltykentkonseyi	Nilüfer Kent Konseyi	@NKKonsey
Mersin Kent Konseyi	@MersinKentKonsy	Pendik Kent Konseyi	@kentkonseyipndk
Ortahisar Kent Konseyi	@KentOrtahisar	Süleymanpaşa Kent Konseyi	@spasakentk
Şanlıurfa Kent Konseyi	@urfakentkonseyi	Şanlıurfa Kent Konseyi	@kentkonseyi63
Tarsus Kent Konseyi	@TarsusKentKonsy	Tokat Kent Konseyi	@kentkonseyi60
Yeşilyurt Kent Konseyi	@yykentkonseyi		**Toplam: 33**

EK 3. Biyografi/Açıklama İle Doğrulanan Hesaplar

Kent Konseyi	**Hesap Adresi**	**Kent Konseyi**	**Hesap Adresi**
Adalar Kent Konseyi	@AdalarKent	Fethiye Kent Konseyi	@Fethiyekonseyi
Afyonkarahisar Kent Konseyi	@afyonkentkonsey	Giresun Kent Konseyi	@GiresunKent
Alanya Kent Konseyi	@alanyakonseyi	Hatay Kent Konseyi	@hataykentkonse1
Ankara Kent Konseyi	@ank_kentkonseyi	İstanbul Kent Konseyi	@istkentkonseyi
Ardahan Kent Konseyi	@KentArdahan	İzmir Kent Konseyi	@izmirkentkonsey
Ataşehir Kent Konseyi	@atasehirkentkon	İzmit Kent Konseyi	@izmitkkonseyi
Avcılar Kent Konseyi	@avckentkonseyi	Karaman Kent Konseyi	@1KentKonseyi
Bahçelievler Kent Konseyi	@Kentkonseyii	Karaman Kent Konseyi	@kentkonseyi70
Bahçelievler Kent Konseyi	@BB_KentKonseyi	Karatay Kent Konseyi	@KaratayKent
Bandırma Kent Konseyi	@KentRma	Kars Kent Konseyi	@karskentkonseyi
Bayburt Kent Konseyi	@bybkentkonsey	Kocaeli Kent Konseyi	@KocaeliKentK
Beykoz Kent Konseyi	@BeykozKonseyi	Marmaris Kent Konseyi	@KonseyMarmaris
Bilecik Kent Konseyi	@BilecikKent	Odunpazarı Kent Konseyi	@odunpazariKK
Bolvadin Kent Konseyi	@BolvadinKntKnsy	Ordu Kent Konseyi	@ordukentkonseyi
Burdur Kent Konseyi	@KentKonseyi15	Pursaklar Kent Konseyi	@kentkonseyi06
Bursa Kent Konseyi	@BursaKentKonsey	Rize Kent Konseyi	@KentKonseyiRize
Ceyhan Kent Konseyi	@ceyhankonsey	Samandağ Kent Konseyi	@SamandagKent
Ceyhan Kent Konseyi	@ceyhankent01	Seferihisar Kent Konseyi	@SeferihisarKK
Ceyhan Kent Konseyi	@ceyhankkonseyi	Selçuk Kent Konseyi	@selcuklukent
Çanakkale Kent Konseyi	@CkaleKentKnseyi	Sivas Kent Konseyi	@sivaskent
Çankaya Kent Konseyi	@cankayakonseyi	Süleymanpaşa Kent Konseyi	@spasakentk
Çorlu Kent Konseyi	@corlukentkonsey	Şanlıurfa Kent Konseyi	@urfakentkonseyi
Çorum Kent Konseyi	@CorumKentKonsey	Trabzon Kent Konseyi	@TrabzonKentKons
Diyarbakır Kent Konseyi	@AmedKentKonseyi	Ümraniye Kent Konseyi	@UKentkonseyi
Düzce Kent Konseyi	@DKentkonseyi	Van Kent Konseyi	@Van_KentKonseyi
Elazığ Kent Konseyi	@ElzKentKonseyi	Yenimahalle Kent Konseyi	@YenimahalleKK
Erzurum Kent Konseyi	@EBBKentkonseyi	Yeşilyurt Kent Konseyi	@yykentkonseyi
Erzurum Kent Konseyi	@ErzurumKent		**Toplam: 55**

EK 4. Son 1 Yıl İçerisinde Paylaşımı Olmayan Kent Konseyleri

Kent Konseyi	**Hesap Adı**	**Paylaşım Durumu**	**Kent Konseyi**	**Hesap Adı**	**Paylaşım Durumu**
Adalar Kent Konseyi	@adalarkentkonse	Son paylaşım yılı 2019	İnegöl Kent Konseyi	@InegolKentkons	Son paylaşım Şubat 2020
Adana Kent Konseyi	@AdanaKentKonsey	Son paylaşım yılı 2019	Kadıköy Kent Konseyi	@kdkykonsey	Gönderi/Tweet Yok
Afyonkarahisar Kent Konseyi	@afyonkentkonsey	Hesap Korumalı	Karabük Kent Kosneyi	@KARABUKKENTKONS	Son paylaşım yılı 2011

Diyarbakır Kent Konseyi	@AmedKonseyi	Son paylaşım yılı 2015	Karaman Kent Konseyi	@karamankonsey	Son paylaşım yılı 2015
Arnavutköy Kent Konseyi	@ArnavutkoyKent	Son paylaşım Mart 2020	Karaman Kent Konseyi	@1KentKonseyi	Son paylaşım yılı 2018
Avcılar Kent Konseyi	@KentKonsey	Son paylaşım yılı 2014	Karaman Kent Konseyi	@KrmnKentKonseyi	Son paylaşım yılı 2016
Bağcılar Kent Konseyi	@bagcilarkentkon	Gönderi/Tweet Yok	Karaman Kent Konseyi	@kentkonseyi70	Son paylaşım yılı 2013
Bahçelievler Kent Konseyi	@Kentkonseyii	Son paylaşım yılı 2018	Karasu Kent Konseyi	@KarasuKonseyi	Son paylaşım yılı 2015
Bahçelievler Kent Konseyi	@BB_KentKonseyi	Son paylaşım Ağustos 2020	Karesi Kent Konseyi	@KaresiKent	Son paylaşım yılı 2017
Bakırköy Kent Konseyi	@BakKonseyi	Gönderi/Tweet Yok	Karesi Kent Konseyi	@karesikentkonseyi	Son paylaşım Mayıs 2020
Bakırköy Kent Konseyi	@bakirkoykent	Son paylaşım yılı 2016	Karşıyaka Kent Konseyi	@IKonseyi	Gönderi/Tweet Yok
Bayburt Kent Konseyi	@bybkentkonsey	Son paylaşım yılı 2019	Karşıyaka Kent Konseyi	@KyakaKentKonsey	Son paylaşım yılı 2016
Bayraklı Kent Konseyi	@Kentkon1Bayrakl	Gönderi/Tweet Yok	Kartal Kent Konseyi	@kartalkkonseyi	Son paylaşım yılı 2017
Beşiktaş Kent Konseyi	@BesiktasKentKon	Gönderi/Tweet Yok	Kaş Kent Konseyi	@kas_kent	Son paylaşım yılı 2019
Beyoğlu Kent Konseyi	@BBKentKonseyi	Son paylaşım yılı 2019	Kazan Kent Konseyi	@kent_konseyi1	Son paylaşım yılı 2015
Biga Kent Konseyi	@BigaKentKonseyi	Son paylaşım yılı 2017	Keçiören Kent Konseyi	@kecioren_kent	Gönderi/Tweet Yok
Bingöl Kent Konseyi	@KentKonseyi12	Gönderi/Tweet Yok	Keçiören Kent Konseyi	@Erolkaya19hotm2	Son paylaşım Şubat 2020
Bolvadin Kent Konseyi	@BolvadinKntKnsy	Son paylaşım yılı 2014	Kırşehir Kent Konseyi	@KirsehirKentK	Son paylaşım yılı 2015
Bucak Kent Konseyi	@bucakkentkonsey	Son paylaşım yılı 2018	Kırşehir Kent Konseyi	@kkentkonseyi	Son paylaşım yılı 2014
Buldan Kent Konseyi	@BuldanKent	Son paylaşım yılı 2015	Kocaeli Kent Konseyi	@kentkonseyi	Son paylaşım yılı 2009
Burdur Kent Konseyi	@KentKonseyi15	Son paylaşım yılı 2014	Konak Kent Konseyi	@konakkentkonsey	Gönderi/Tweet Yok
Ceyhan Kent Konseyi	@ceyhankentkonse	Son paylaşım yılı 2016	Kozan Kent Konseyi	@KozanKntkonseyi	Son paylaşım yılı 2018
Ceyhan Kent Konsyei	@ceyhankonsey	Gönderi/Tweet Yok	Kuşadası Kent Konseyi	@KentKusadasi	Son paylaşım Temmuz 2020

Ceyhan Kent Konsyei	@ceyhankent01	Son paylaşım yılı 2017	Kütahya Kent Konseyi	@KutahyaKentKons	Son paylaşım yılı 2018
Çankaya Kent Konsyei	@cankayakonsey	Son paylaşım yılı 2014	Mezitli Kent Konseyi	@mezkon	Son paylaşım yılı 2015
Çeşme Kent Konseyi	@cesme_kent	Son paylaşım Eylül 2020	Milas Kent Konseyi	@milaskentkonsey	Son paylaşım yılı 2015
Çeşme Kent Konsyei	@CKonseyi	Gönderi/Twee t Yok	Mudanya Kent Konseyi	@MudanyaKKonseyi	Son paylaşım yılı 2015
Çınarcık Kent Konseyi	@CinarcikKentKon	Son paylaşım yılı 2018	Niksar Kent Konseyi	@NKonseyi	Son paylaşım Eylül 2020
Çorlu Kent Konseyi	@corlukentkonsey	Son paylaşım yılı 2016	Nilüfer Kent Konseyi	@NiluferKent	Gönderi/Twee t Yok
Çorum Kent Konseyi	@CorumKentKonsey	Son paylaşım yılı 2016	Nusaybin Kent Konseyi	@NsbKentkonseyi	Son paylaşım yılı 2012
Çubuk Kent Konseyi	@CubukKonseyi	Son paylaşım yılı 2015	Pursaklar Kent Konseyi	@kentkonseyi06	Son paylaşım yılı 2016
Çubuk Kent Konseyi	@CubukKent	Son paylaşım yılı 2015	Samanda ğ Kent Konseyi	@SamandagKent	Son paylaşım Şubat 2020
Dalaman Kent Konseyi	@DalamanKonsey	Son paylaşım yılı 2012	Samanda ğ Kent Konseyi	@samandagkent2	Gönderi/Twee t Yok
Diyarbakır Kent Konseyi	@AmedKentKonseyi	Son paylaşım yılı 2017	Sarıçam Kent Konseyi	@Skentkonseyi	Gönderi/Twee t Yok
Doğubayazıt Kent Konseyi	@DBKentKonseyi	Son paylaşım yılı 2018	Sarıçam Kent Konseyi	@saricamkenti	Son paylaşım yılı 2016
Düzce Kent Konseyi	@DuzceKentKonsey	Son paylaşım yılı 2019	Serik Kent Konseyi	@SerikKentKonsey	Gönderi/Twee t Yok
Efes Selçuk Kent Konseyi	@EfesKentkonseyi	Gönderi/Twee t Yok	Şanlıurfa Kent Konseyi	@urfakentkonseyi	Son paylaşım yılı 2014
Erzin Kent Konseyi	@EKKonseyi	Gönderi/Twee t Yok	Şişli Kent Konseyi	@ilikentkonseyi	Son paylaşım yılı 2013
Erzurum Kent Konseyi	@erzkentkons	Son paylaşım yılı 2017	Tarsus Kent Konseyi	@TarsusKent	Son paylaşım yılı 2015
Erzurum Kent Konseyi	@EBBKentkonseyi	Gönderi/Twee t Yok	Tarsus Kent Konseyi	@TarsusKentKonsy	Son paylaşım yılı 2011
Erzurum Kent Konseyi	@erzkentkonseyi	Son paylaşım yılı 2019	Tavas Kent Konseyi	@TavasKentKons	Son paylaşım yılı 2016
Fatih Kent Konseyi	@FatihKentkons	Gönderi/Twee t Yok	Trabzon Kent Konseyi	@TrabzonKentKons	Son paylaşım yılı 2014
Fatih Kent Konseyi	@FatihKKonsey	Son paylaşım Temmuz 2020	Uşak Kent Konseyi	@usakkentkonseyi	Son paylaşım yılı 2013

Fethiye Kent Konseyi	@Fethiyekonseyi	Son paylaşım Ağustos 2020	Ünye Kent Konseyi	@unyekentkonseyi	Son paylaşım yılı 2019
Gemlik Kent Konseyi	@16kentkonseyi	Son paylaşım yılı 2019	Ünye Kent Konseyi	@unye_kent	Son paylaşım yılı 2015
Giresun Kent Konseyi	@GiresunKent	Son paylaşım yılı 2018	Van Kent Konseyi	@Van_KentKonseyi	Son paylaşım yılı 2016
Gazi Osman Paşa Kent Konseyi	@gopkentkonseyi	Son paylaşım yılı 2014	Yalova Kent Konseyi	@kent_yalova	Son paylaşım yılı 2019
Gölcük Kent Konseyi	@golcukkentkon	Son paylaşım yılı 2017	Yenişehir Kent K. (Mersin)	@YenisehirKent	Son paylaşım Ocak 2020
Güzelbahçe Kent Konseyi	@gbkentkonseyi	Gönderi/Tweet Yok	Yenişehir Kent Konseyi	@KentYenisehir	Gönderi/Tweet Yok
Halfeti Kent Konseyi	@HalfetiKonseyi	Son paylaşım yılı 2018	Yıldırım Kent Konseyi	@YldrmKentKonsey	Son paylaşım yılı 2015
Hatay Kent Konseyi	@HATAYKENTKONSEY	Son paylaşım yılı 2013	Yozgat Kent Konseyi	@yozgatkonsey	Son paylaşım yılı 2014
İlkadım Kent Konseyi	@ilkadimkentkons	Son paylaşım yılı 2019	Yunusemre Kent Konseyi	@_Kentkonseyi_	Son paylaşım yılı 2017

EK 5. Takipçi Sayısı 100'den Daha Az Olan Kent Konseyi Hesapları

Kent Konseyi	Hesap Adı	Takipçi Durumu
Ardahan Kent Konseyi	@KentArdahan	76 Takipçi
Bandırma Kent Konseyi	@KentRma	40 Takipçi
Bolu Kent Konseyi	@bolukentkonseyi	9 Takipçi
Çankaya Kent Konseyi	@cankayakonseyi	93 Takipçi
Düzce Kent Konseyi	@DKentkonseyi	84 Takipçi
Erzurum Kent Konseyi	@ErzurumKent	18 Takipçi
Esenyurt Kent Konseyi	@EsenyurtKent	61 Takipçi
Meram Kent Konseyi	@KentMeram	50 Takipçi
Ortahisar Kent Konseyi	@KentOrtahisar	8 Takipçi
Sivas Kent Konseyi	@sivaskent	25 Takipçi
Trabzon Kent Konseyi	@trabzonkentkon1	37 Takipçi
		Toplam: 11

EK 6. İletişime Geçilerek Resmiyeti Doğrulanan ve İletişime Geçilemeyen Kent Konseyleri

Kent Konseyi	Hesap Adresi	Doğrulama Yöntemi	Kent Konseyi	Hesap Adresi	Doğrulama Yöntemi
Ayvalık Kent Konseyi	@ayvalikkonsey	İletişime Geçildi	Maltepe Kent Konseyi	@MltpKentKonseyi	İletişime Geçildi

Cide Kent Konseyi	@cidekentkonseyi	İletişime Geçildi	Manisa Kent Konseyi	@manisakonseyi	İletişime Geçilemedi
Datça Kent Konseyi	@DatcaKent	İletişime Geçildi	Sakarya Kent Konseyi	@kentkonseyi54	İletişime Geçildi
Denizli Kent Konseyi	@DKKonseyi	İletişime Geçildi	Şişli Kent Konseyi	@SisliKent_2016	İletişime Geçilemedi
Giresun Kent Konseyi	@giresunkent28	İletişime Geçildi	Tekirdağ Kent Konseyi	@tdagkentkonsey	İletişime Geçilemedi
Gölbaşı Kent Konseyi	@GolbasiKentKon	İletişime Geçilemedi	Zeytinburnu Kent Konseyi	@ZKonseyi	İletişime Geçildi
Kırşehir Kent Konseyi	@kentkonseyi40	İletişime Geçildi	Maltepe Kent Konseyi	@MltpKentKonseyi	İletişime Geçildi
					Toplam: 13

EK 7. Büyükşehir Belediye Kent Konseyleri Aylara Göre Retweet ve Tweet Dağılımı

BB. Kent Konseyleri	Aralık		Ocak		Şubat		Mart		Nisan		Mayıs		Haziran		Temmuz		Ağustos		Eylül		Ekim		Kasım	
	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW
Ankara Kent Konseyi	49	131	39	119	61	141	68	158	33	43	14	19	33	68	134	69	67	163	118	125	129	123	161	86
Antalya Kent Konseyi	0	0	1	3	0	6	0	13	0	3	0	2	0	6	0	2	0	1	0	2	0	5	0	7
Balıkesir Kent Konseyi	0	33	0	24	0	23	0	44	0	24	0	38	1	28	0	32	0	50	0	51	0	53	0	50
Bursa Kent Konseyi	10	11	6	5	9	14	10	23	4	16	4	10	7	7	6	9	10	17	11	16	3	21	27	15
Denizli Kent Konseyi	4	11	8	19	6	16	6	21	14	11	5	21	6	6	5	6	3	6	1	5	2	5	5	5
Eskişehir Kent Konseyi	2	39	1	33	1	35	0	51	0	37	0	38	0	30	1	31	0	52	0	33	0	55	2	49
Gaziantep Kent Konseyi	17	10	10	2	6	3	24	18	13	7	6	9	6	2	0	4	4	6	3	0	4	4	13	6
Hatay Kent Konseyi	0	21	2	14	1	9	0	17	0	14	0	11	0	1	0	11	0	13	0	14	0	11	0	8
İstanbul Kent Konseyi	6	26	5	16	1	13	3	44	1	37	3	41	4	57	3	57	5	45	8	:39	4	27	3	51
İzmir Kent Konseyi	0	3	3	13	1	1	0	0	0	14	1	14	3	19	0	15	1	14	2	19	1	16	0	18
Kocaeli Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	129	1	32	0	1	0	22	0	13	2	24
Malatya Kent Konseyi	1	27	1	17	2	22	3	34	3	22	1	19	1	:4	4	15	2	15	2	15	2	17	2	12

Mersin Kent Konseyi	1	9	5	17	0	8	0	20	0	14	0	22	0	20	0	10	0	10	0	15	0	7	0	4
Ordu Kent Konseyi	1	3	3	13	0	13	3	18	1	7	0	4	0	2	0	6	0	1	1	1	0	0	0	1
Sakarya Kent Konseyi	0	7	0	2	0	2	1	10	0	5	0	3	0	3	0	2	2	4	0	4	0	2	0	3
Şanlıurfa Kent Konseyi	1	20	0	24	8	42	0	23	1	25	3	11	2	29	2	9	0	13	0	18	0	10	0	28
Toplam	**92**	**351**	**84**	**321**	**96**	**348**	**118**	**494**	**70**	**279**	**37**	**262**	**63**	**411**	**156**	**310**	**94**	**411**	**146**	**379**	**145**	**369**	**215**	**367**
Ortalama	**5.75**	**21.93**	**5.25**	**20.06**	**6**	**21.75**	**7,37**	**30,87**	**4,37**	**17,43**	**2,31**	**16,37**	**3,93**	**25,68**	**9,75**	**19,37**	**5,87**	**25,68**	**9,12**	**23,68**	**9,06**	**23,06**	**13,43**	**22,93**

EK 8. İl Belediye Kent Konseyleri Aylara Göre Retweet ve Tweet Dağılımı

İl Belediye Konseyleri	**Aralık**		**Ocak**		**Şubat**		**Mart**		**Nisan**		**Mayıs**		**Haziran**		**Temmuz**		**Ağustos**		**Eylül**		**Ekim**		**Kasım**	
	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW
Adıyaman Kent Konseyi	1	3	2	8	3	16	9	0	12	6	6	7	2	2	8	4	6	3	5	4	5	10	2	1
Batman Kent Konseyi	4	11	1	8	1	4	4	18	6	9	1	9	0	3	1	7	7	6	0	3	0	15	3	11
Bilecik Kent Konseyi	5	5	1	1	0	0	0	3	0	3	2	1	0	3	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1
Çanakkale Kent Konseyi	0	5	0	12	0	1	0	10	0	3	5	5	0	0	0	2	0	2	2	1	0	4	0	5
Elazığ Kent Konseyi	0	8	0	6	0	2	0	8	0	5	0	5	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	12
Giresun Kent Konseyi	0	5	0	1	0	3	0	15	6	21	3	16	8	8	11	12	6	11	1	8	3	17	2	6
Kars Kent Konseyi	1	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kırklareli Kent Konseyi	0	3	0	6	0	5	0	1	0	4	0	3	0	13	1	18	0	15	1	3	0	5	5	5
Kırşehir Kent Konseyi	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0	3	0	1	0	2	0	2	0	1	0	0

Rize Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Tokat Kent Konseyi	0	0	0	3	2	5	2	13	1	3	0	3	16	6	2	2	1	2	2	5	0	0	0	1
Toplam	**11**	**44**	**5**	**48**	**6**	**37**	**15**	**69**	**25**	**55**	**17**	**50**	**26**	**39**	**23**	**52**	**21**	**43**	**11**	**26**	**8**	**52**	**12**	**42**
Ortalama	**1**	**4**	**0,45**	**4,36**	**0,54**	**3,36**	**1,36**	**6,27**	**2,27**	**5,5**	**1,54**	**4,54**	**2,36**	**3,54**	**2,09**	**4,72**	**1,90**	**3,90**	**1**	**2,36**	**0,72**	**4,72**	**1,09**	**3,81**

EK 9. Büyükşehir İlçe Belediye Kent Konseyleri Aylara Göre Retweet ve Tweet Dağılımı

Büyükşehir İlçe Belediye Konseyleri	**Aralık**		**Ocak**		**Şubat**		**Mart**		**Nisan**		**Mayıs**		**Haziran**		**Temmuz**		**Ağustos**		**Eylül**		**Ekim**		**Kasım**	
	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW	RT	TW
Adalar Kent Konseyi	14	3	11	3	9	0	6	2	6	2	19	10	9	0	12	7	23	7	8	6	19	7	9	9
Alanya Kent Konseyi	4	11	1	8	1	4	4	18	6	9	1	9	0	3	1	7	7	6	0	3	0	15	3	11
Ataşehir Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avcılar Kent Konseyi	2	5	3	3	0	3	0	3	1	4	0	5	0	1	0	0	1	2	0	2	1	1	6	5
Ayvalık Kent Konseyi	0	2	0	2	0	6	0	6	0	4	0	0	0	8	0	0	0	3	0	11	0	4	0	1
Beşiktaş Kent Konseyi	0	3	0	1	0	2	0	6	0	1	0	6	0	3	0	6	1	5	0	8	0	3	0	5
Beykoz Kent Konseyi	8	12	3	2	8	3	7	7	3	4	5	5	8	4	5	5	0	2	1	3	7	2	9	5
Ceyhan Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	1	42	0	30	0	40	0	9	0	20	0	24	0	14
Cide Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Datça Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	1	3	6
İzmit Kent Konseyi	0	1	0	0	0	1	0	13	0	4	1	2	0	9	0	5	0	12	0	1	0	6	0	0
Karatay Kent Konseyi	8	9	21	21	17	16	16	17	6	32	5	29	4	13	14	8	25	9	11	7	8	9	8	15

Konak Kent Konseyi	1	8	0	12	0	4	0	15	0	5	0	5	1	17	0	7	0	16	1	7	0	10	0	14
Maltepe Kent Konseyi	1	17	1	10	0	7	0	10	0	1	0	3	0	8	0	1	0	8	1	8	0	0	0	0
Marmaris Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	7	28	10	58	7	25
Nilüfer Kent Konseyi	0	31	8	49	10	42	25	77	13	31	19	40	21	51	18	28	14	25	18	49	19	59	19	51
Odunpazarı Kent Konseyi	3	28	1	16	2	17	2	21	7	13	0	16	2	16	1	12	1	15	5	13	1	11	5	10
Pendik Kent Konseyi	4	5	1	5	1	2	0	3	3	3	0	5	2	1	0	2	1	3	0	2	0	2	0	0
Seferihisar Kent Konseyi	2	7	2	3	1	4	1	9	2	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	1	0	2	0	1
Selçuklu Kent Konseyi	19	0	26	3	14	2	10	0	30	1	37	2	65	3	56	6	15	2	28	0	39	1	10	0
Süleymanpaşa Kent Konseyi	0	0	0	0	17	36	1	49	6	23	1	24	1	27	0	20	0	30	0	24	0	19	0	14
Ümraniye Kent Konseyi	0	0	0	0	0	0	4	2	0	0	0	0	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	0	0	2	0	0	0
Yenimahalle Kent Konseyi	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	13	1	13
Yeşilyurt Kent Konseyi	20	114	10	90	16	96	26	111	11	89	1	62	24	48	8	44	36	40	8	50	6	46	8	42
Zeytinburnu Kent Konseyi	6	4	2	15	4	12	9	13	13	9	3	7	11	10	9	7	8	9	9	6	12	5	1	8
Toplam	**92**	**260**	**90**	**243**	**100**	**258**	111	382	108	254	88	274	148	252	124	207	132	206	97	255	125	298	89	245
Ortalama	**3,68**	**10,04**	**3,6**	**9,72**	**4**	**10,32**	**4,44**	**15,28**	**4,32**	**10,16**	**3,52**	**10,96**	**5,92**	**10,08**	**4,96**	**8,28**	**5,28**	**8,24**	**3,88**	**10,2**	**5**	**11,92**	**3,56**	**9,8**