

BİR SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA: KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİ SÜRECİNDE BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLARININ TOPLUMLA OLAN ETKİLEŞİMİ¹

SOCIAL MEDIA AS A POLITICAL COMMUNICATION TOOL: THE INTERACTION OF METROPOLITAN MAYORS WITH THE COMMUNITY DURING THE CORONAVIRUS (COVID-19) PANDEMIC PROCESS

Yağmur KARADAĞ

Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik Doktora Öğrencisi, İzmir/Türkiye
ORCID: 0000-0002-4462-3109

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, İzmir/Türkiye
ORCID: 0000-0002-2663-6731

Cite As Karadağ, Y. & Aydoğdu Karaaslan, İ. (2021). "Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Toplumla Olan Etkileşimi", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:6, Issue:29; pp:1346-1363

ÖZET

Teknolojinin gelişmesi ve insanların dijital ortamda yaşamlarını sürdürmeye başlamaları, siyasal iletişimi ve iletişim araçlarını değiştirmiştir. Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci gibi kriz dönemlerinde büyükşehir belediye başkanlarının toplum ile iletişim ve etkileşim kurmaları büyük önem arz etmektedir. Pandemi döneminde yüz yüze gerçekleştirilen tüm siyasal iletişim faaliyetleri, salgın hastalığa yönelik alınan tedbirler ve söz konusu hastalık riskini en aza indirmek amacıyla, sosyal medya ve özellikle Twitter aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan pandemi döneminde, sosyal medyanın ve Twitter'ın gücünün bilincinde olan büyükşehir belediye başkanları söz konusu platform üzerinden toplumu bilgilendirmekte, onlar ile anlık, doğrudan, hızlı bir şekilde iletişim ve etkileşim kurmaktadır. Aynı zamanda toplumdan da pandemi sürecine yönelik talepleri, beklentileri, yaşanan sorunları öğrenebilmektedir. Bu araştırmada, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde, 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün'ün "Workbenchdata" ile elde edilen 2.189 Twitter paylaşımlarının toplumun gözünde ne ölçüde kabul görüp görmediği, benimsendiği ya da benimsenmediği, paylaşımların topluma ulaşip ulaşmadığı, söz konusu platformu bir siyasal iletişim aracı olarak toplumla etkileşim kurmak amacıyla kullanıp kullanmadıkları, etkileşimlilik özelliğini ne kadar kullandıkları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Koronavirüs (Covid-19), Pandemi Süreci, Büyükşehir Belediye Başkanları, Etkileşim

ABSTRACT

The development of technology and the fact that people began to live in the digital environment have changed political communication and communication tools. It is of great importance that metropolitan mayors communicate and interact with the society during crisis periods such as the coronavirus (Covid-19) pandemic process. All political communication activities carried out face-to-face during the pandemic period were carried out through social media and particularly Twitter in order to minimize the risk of the epidemic and to implement the measures taken against the epidemic. In this respect, metropolitan mayors, who are aware of the power of social media and Twitter during the pandemic period, inform the society through the platform in question, and communicate and interact with them instantly, directly and quickly. At the same time, they can learn about the demands, expectations and problems experienced from the society regarding the pandemic process. In this study, 2.189 posts of Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün who serve as Istanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep and Manisa Metropolitan Mayors between March 1, 2020 and April 30, 2020 on their official Twitter accounts when the coronavirus (Covid-19) pandemic process was the most talked about matter and took effect throughout Turkey were obtained through the "Workbenchdata" and the content analysis method has been used to examine to what extent it is accepted, adopted or not adopted by the society, whether the shared posts reach the society, whether they use the platform as a political communication tool to interact with the society and how much they use the interactive feature.

Keywords: Political Communication, Coronavirus (Covid-19), Pandemic Process, Metropolitan Mayors, Interaction

1. GİRİŞ

İnternetin ortaya çıkması, gelişmesi, yaygınlaşmasıyla cep telefonları, mobil iletişim araçları, sayısal televizyon gibi dijital teknolojiler içerik üretimi amacıyla kullanılmıştır. Dolayısıyla yeni medya bireylerin gündelik yaşamlarında yer almaya başlamıştır. Teknolojilerin giderek yaygınlaşması yeni medya ortamlarının sayısını artırmakta ve bireylerin iletişim alışkanlıklarının değişmesine, dönüşmesine neden olmaktadır. Sosyal medya da söz konusu yeni medya ortamlarındandır. Özellikle son dönemlerde bireylerin gündelik yaşamlarında vazgeçilmez hale gelmiştir. Web 2.0 teknolojisi ve teknolojinin kullanıcılara

¹ Bu çalışma, "Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Kullanım Analizi" başlıklı (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (2021)) yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

sağladığı etkileşim özelliği sayesinde Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube gibi sosyal ağlar bireylerin yaşamına girmiştir. Bireylerin giderek dijital bir dünya içerisinde yaşamlarını sürdürmeye başlamaları ve sosyal medya platformlarının süreç içerisinde yeni özelliklerini kullanıcılarına sunmasıyla birlikte büyükşehir belediye başkanları da bu alanın gücünün bilincine vararak siyasal iletişim faaliyetlerini sürdürmeye başlamışlardır.

2019 yılının sonu ve 2020 yılının başından itibaren tüm dünya ülkelerini kısa sürede etkisi altına alan, insan yaşamını ve gündelik yaşam pratiklerini kökünden değiştiren Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı siyasal iletişimi ve siyasal iletişimin gerçekleştirildiği araçlarında değişmesine neden olmuştur. Özellikle pandemi sürecinde dünya genelinde salgın hastalığın hızını en aza indirmek amacıyla yüz yüze gerçekleştirilecek her türlü etkinliğin kısıtlanması gibi birçok önlemin alınmasıyla birlikte sosyal medya platformları siyasal iletişim faaliyetlerinin gerçekleştirildiği en temel alan olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, pandemi döneminde sosyal medya ve en yoğun kullanılan ağlarından biri olan Twitter'ı zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, anlık ve hızlı bir şekilde iletişim, etkileşim kurmayı sağlaması özellikleri nedeniyle büyükşehir belediye başkanları için vazgeçilmez bir noktaya taşımıştır.

Bu bağlamda çalışmada, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ilk kez konuşulmaya başlandığı ve hızla ilerlediği 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin ve Cengiz Ergün'ün Twitter hesaplarından yaptıkları 2.189 paylaşım "Workbenchdata" ile elde edilmiş ve bu paylaşımlar üzerinden söz konusu platformu bir siyasal iletişim aracı olarak toplumla etkileşim kurmak amacıyla kullanıp kullanmadıkları, etkileşimlilik özelliğini ne kadar kullandıkları, paylaşımlarının toplumun gözünde ne ölçüde kabul görüp görmediği, benimsendiği ya da benimsenmediği içerik analizine tabi tutularak tespit edilmiştir.

2. KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİ SÜRECİNDE BİR SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA

İnsanlık tarihi içerisinde en son karşılaşılan pandemi olan Koronavirüs (Covid-19), Aralık 2019'da ilk kez Çin'in Hubei bölgesinde bulunan Vuhan kentinde görülen, yeni keşfedilen ve dünya çapında birçok ölüme sebep olan salgın hastalıktır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020a). Covid-19 aynı zamanda Koronavirüs'den kaynaklı ilk pandemi olarak da tarihe geçmiştir.

Covid-19'un dünya ülkelerine yayılması ise oldukça hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. (Dünya Sağlık Örgütü, 2020b). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), Çin dışındaki 18 ülke de dahil olmak üzere dünya çapında 9.000'den fazla vaka bildirildiği için salgını uluslararası kamu sağlığı acil durumu ilan etmiştir. Ayrıca Nepal, Singapur, Kanada, Sri Lanka'dan üst üste Koronavirüs salgınının ülkede olduğuna ilişkin açıklamalar da gelmiştir (Muccari, Chow ve Murphy, 2020). Bu bağlamda, çok kısa bir sürede, hızla dünya ülkelerine yayılmaya başlayan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı toplumlar için büyük bir tehdit oluşturmaya başlamıştır.

11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından Koronavirüs (Covid-19) "pandemi" olarak ilan edilmiştir (Aljazeera, 2020). Türkiye'de ise Koronavirüs salgınına ilişkin ilk vaka 11 Mart 2020 de Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca tarafından açıklanmıştır Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca salgının tüm Türkiye'ye yayıldığını da ifade etmiştir (Anadolu Ajansı, 2020). Aradan geçen üç ay gibi kısa bir süre içerisinde Covid-19 salgın hastalığı tüm dünya ülkelerini etkisi altına almıştır. Dünya genelinde insanların kalabalık ortamlarda bir arada bulunmalarını önlemek ve salgının yayılma hızını azaltmak amacıyla eğitime ara verilmiş, insanlar evden çalışmaya başlamıştır. Bu durum, siyasal iletişimin gerçekleştirildiği alanların da değişmesine neden olmuştur.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, sınırsız bilgi kaynağına ulaşma imkanının ortaya çıkması, sosyal medya ortamlarının teknik yapısının oluşması ve Web 2.0 teknolojisi sayesinde ortaya çıkan Twitter, kullanıcılarına hızlı, anlık, pratik ve basit bir kullanım imkânı sunmasıyla birlikte hem toplumsal paylaşım hem de ifade biçimlerinin gösterimi noktasında oldukça etkili hale gelmiştir. Söz konusu platformun yıllar içerisindeki gelişimi, siyaset üzerinde söz sahibi olmak isteyen, bu ortamdaki gücün farkına varan tüm siyasi liderlerin, büyükşehir belediye başkanlarının topluma doğrudan ulaşma noktasında geleneksel medya organları ile birlikte Twitter'ı aktif olarak kullanmalarına neden olmuştur. Böylece Twitter, siyasi liderlerin ve büyükşehir belediye başkanlarının gerek seçim dönemlerinde gerekse de seçim dönemleri dışında göz ardı edemeyecekleri ve sıklıkla kullandıkları önemli bir sosyal ağ haline gelmektedir.

Twitter, etkileşimli iletişim ve haberleşme ortamı sağladığından kullanıcı attığı tek bir tweet ile milyonlarca kullanıcıya ulaşabilmekte, gündem oluşturabilmekte ve diğer kullanıcıları ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getirebilmektedir. Özellikle Twitter’da gerçekleştirilen tartışmalar, oluşturulan dikkat çekici gündemler, geleneksel medya organları içerisinde değerli ve önemli görülerek haberleştirilebilmektedir. Günümüzde Twitter’ın sahip olduğu gücün bilincinde olan siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları bu platformu sadece seçim dönemlerinde, seçim kampanyaları yürüttükleri süreçte değil, siyasal iletişim faaliyetlerinin bir parçası olarak her zaman kullanmaktadır. Eren’e göre Twitter, son yıllarda gerçekleştiren siyasal iletişim süreçlerine “fırsat eşitliği”, “organize olma gücü”, “izleme ve veri gücü” noktaları ile etki etmektedir (2015: 22-29). Tüm bu katkılar, Twitter’ın siyasal iletişim süreci içerisinde çok önemli bir güç haline gelmesine neden olmaktadır.

Siyasal iletişim, “siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanmaları” olarak tanımlanmaktadır (Aziz, 2019: 3). Siyasal iletişimin “seçim iletişimi” ya da “hükümet iletişimi” olgularından çok daha geniş bir kavram olduğunu belirten Wolton (1991: 51-58), “siyaset üzerinde kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç aktörün; politikacıların, gazetecilerin ve nabız yoklamacıların aracılığı ile kamuoyunun çelişkili söylemlerinin değiş tokuş edildiği alan” olarak siyasal iletişimi tanımlamaktadır. Siyasal iletişim, süreklilik gerektiren etkinlikler bütünüdür ifade etmektedir (Meriç, 2015: 41). Bu açıdan Twitter, siyasal aktörler tarafından yalnızca seçim dönemlerinde bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmamaktadır. Özellikle son dönemde Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci siyasi liderlerin ve büyükşehir belediye başkanlarının seçim dönemleri dışında karşı karşıya kaldıkları önemli bir dönemi içermektedir. Dolayısıyla, bu dönemde gerçekleştirdikleri siyasal iletişim faaliyetleri de büyük önem taşımaktadır. Twitter’ı her dönem bir siyasal iletişim aracı olarak kullanan siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları özellikle Covid-19 pandemi süreci içerisinde toplumu bu platform üzerinden salgın hastalığa yönelik bilgilendirmekte, son gelişmeleri iletmekte, gerçekleştirecekleri yardımları, koruyucu önlemleri paylaşmakta ve toplumdan pandemi sürecine yönelik her türlü geri bildirimini alabilmektedirler. Aynı zamanda toplum da pandemi sürecine yönelik her türlü gelişmeyi söz konusu platform üzerinden hızlı, anlık ve eksiksiz bir şekilde takip edebilmekte ve organize olabilmektedirler. Bu süreçte Twitter, hem siyasal aktörlere hem de bireylere siyasal iletişim açısından fırsat eşitliği, organize olma gücü, izleme ve veri gücü noktalarında etki sağlamaktadır. Bu bağlamda, Twitter sayesinde siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik siyasal iletişim stratejilerini başarılı bir şekilde belirleyebilmektedir.

Katz, Barris ve Jain’e göre (2013: 88), devlet başkanları ve diğer üst düzey yetkililer sosyal medya platformlarını ve özellikle Twitter’ı çeşitli nedenlerden dolayı kullanmaktadır. Bu nedenleri şu şekilde açıklamak mümkündür:

- ✓ Topluma ve sosyal medya ortamlarına karşı anlayışlı ve duyarlı görünerek imajlarını iyileştirmek.
- ✓ Sosyal medya platformlarının kendilerine sağladığı görünürlüğü kullanarak toplumun dikkatini çekmek ve böylece platformda düşünceleri ile dikkat çeken liderlere ve potansiyel seçmenlere ulaşmak.
- ✓ Yönetimin bakış açısını savunmak.
- ✓ Toplumu ve destekçilerini harekete geçirmek.
- ✓ Açık ve net bir şekilde eleştirilerde bulunmak.

Günümüzde sosyal medya platformları ve özellikle Twitter, siyasi liderler ve hükümetler tarafından geleneksel siyasal iletişim yöntemlerinin etkisini arttırmak için de kullanılmaktadır (Hong ve Nadler, 2012: 455). Siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları seçim dönemleri içerisinde toplumla sık sık mitingler düzenleyerek, çeşitli etkinliklerde bir araya gelerek iletişim, etkileşim kurabilmekte ve kampanya stratejilerini gerçekleştirebilmektedir. Bu süreçte Twitter geleneksel siyasal iletişim yöntemleri ile birlikte kullanılmaktadır. Ancak içinde yaşadığımız süreçte Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının getirdiği nedenlerden dolayı siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları toplumla doğrudan bir araya gelememektedir. Bu nedenle, siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları topluma aktarmaları gereken her türlü gelişmeleri ve bilgileri Twitter aracılığıyla, canlı bağlantılar gerçekleştirerek duyurmaktadır. Bu bağlamda, Twitter siyasi liderlerin ve büyükşehir belediye başkanlarının siyasal iletişim süreçlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya ortamları ve özellikle Twitter hem seçim dönemlerinde hem de seçim dönemleri dışında, özellikle Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde siyasal aktörlere kolay erişim, bilgi aktarımının

gerçekleştirilmesi, etkileşimlilik, ölçülebilirlik ve toplumla daha sıcak, samimi bir iletişim kurulması noktalarında katkı sağlamaktadır. Böylece toplumun siyasal süreçlere katılımında bir artış gerçekleşmekte ve toplum, siyasal aktörler ile anlık olarak etkileşime geçebilme fırsatı yakalamaktadır. Siyasi liderlerin Twitter’da hem kişisel hem de kurumsal hesaplarında yüksek oranda takipçileri bulunmaktadır. Bu nedenle, günümüzde siyasi liderler gündeme ilişkin en önemli açıklamalarını ilk olarak Twitter üzerinden gerçekleştirmektedir. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin beraberinde getirdiği sağlık, ekonomi, eğitim, siyaset, kültür-sanat ve daha pek çok alanda yaşanan sorunlarla karşılaşan bireylere doğrudan ulaşmak, siyasal aktörler için büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda siyasal aktörler için Twitter ve diğer sosyal medya ortamlarının önemi giderek artmaktadır. Siyasal aktörler, pandemi sürecinde her yaşta insana Twitter aracılığıyla ulaşma imkanına sahip olmakta ve geleneksel medya organlarının yanı sıra söz konusu platform üzerinden tüm bilgilendirmelerini, önerilerini, düşüncelerini paylaşmaktadırlar. Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının insanlık tarihi içerisinde çok nadir karşılaşılabilecek bir süreç olması ve büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde topluma ulaşmaları, bilgilendirmeleri, önerilerde bulunmaları, toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri, toplumla doğrudan iletişim ve etkileşim kurulabilmeleri amacıyla bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medyayı ve özellikle Twitter’ı kullanım durumları bu alanda araştırma yapılmasını, bu sürecin yerel yöneticiler tarafından nasıl yönetildiğinin değerlendirilmesini kaçınılmaz hale getirmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI

3.1. Araştırmanın Amacı

İnternetin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte günümüzde insanlar dijital bir dünya içerisinde yaşamlarını sürdürmektedir. Bu dijitalleşen dünya; insan ilişkilerini, gündelik hayatı, siyaseti, siyasal iletişimi çok büyük ölçüde etkilemekte ve özellikle siyasetin, siyasal iletişim olgusu ve sürecinin daha çok ön plana çıkmasına, yeni bir düzen içerisinde gerçekleşmesine neden olmaktadır. Yerel politikacılar her geçen gün gelişen sosyal medya platformları ile de yakından ilgilenmektedir. Çünkü siyaset konusunda söz sahibi olmak isteyen, söz konusu platformların önemini ve siyasal iletişime yönelik başarılarının bu platformları kullanma becerisi ile yakından ilgili olduğunu bilmektedirler. Bu bağlamda bu bilince sahip olan yerel politikacılar, sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Sosyal medya platformları içerisinde en çok kullanılan sosyal ağlarından biri olan Twitter, siyasal iletişim olgusu ve süreci içerisinde yerel politikacıların topluma doğrudan ulaşabilmelerini, mesajlarını içten bir şekilde iletebilmelerini, toplumun birçok konu hakkında bilgi ve gelişmeleri öğrendiği iletişim ortamlarını tanıyabilmelerini, toplumun isteklerini, sorunlarını öğrenebilmelerini ve söz konusu platformlar içerisinde aktif olabilmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla Twitter, yerel politikacılar için önemli bir stratejik araca dönüşerek bir siyasal iletişim aracı haline gelmektedir. İçinde yaşadığımız dönemde toplum içerisinde gerçekleşen kitlesel olaylar sosyal medya platformları ve özellikle Twitter üzerinden daha fazla takip edilmekte, olayların akışı anlık olarak verilmekte olayların etkileri daha fazla kişiyle iletişim, etkileşim kurularak paylaşılmaktadır. Ayrıca yerel politikacıların sosyal medya platformları, gündemleri, çalışmaları, özel hayatlarına ilişkin yaptıkları paylaşımları, gönderdikleri tweetleri toplum tarafından merakla takip edilmektedir. Böylece toplum, sosyal medya platformları sayesinde denetleyici, harekete geçirici, olay hakkında söz sahibi olma yetilerine sahip olmaktadır. Dolayısıyla, toplumun siyasal katılımında da artış yaşanmaktadır. Sosyal medya ortamlarının kullanımı, özellikle Twitter’ın kullanımı içinde yaşadığımız Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde artmıştır. Bu dönemde Twitter hem toplumun hem de siyasal iletişimin önemli aktörlerinden olan büyükşehir belediye başkanlarının yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu bağlamda araştırmanın temel amacını, büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde söz konusu platformu bir siyasal iletişim aracı olarak toplumla etkileşim kurmak amacıyla kullanıp kullanmadıkları, etkileşimlilik özelliğini ne kadar kullandıkları, paylaşımlarının toplumun gözünde ne ölçüde kabul görüp görmediği, benimsendiği ya da benimsenmediğini ortaya koymak oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile tüm dünyada ve Türkiye’de ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel açıdan birçok değişiklik yaşanmaktadır. Özellikle söz konusu salgın hastalık toplumların gündelik yaşamlarında çalışma düzenlerinin, eğitim ve öğretim yöntemlerinin değişmesini gündeme getirmiştir. Ayrıca pandemi ile birçok sektörde işsizlik problemi de ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, siyasi aktörlerin pandemi ile gelen sorunlara çözüm önerileri toplum tarafından beklenmiştir. Özellikle her bölgedeki belediye başkanlarının toplumdaki sorunlar ile ilgilenmeleri ve onlar ile iletişim kurmaları bu dönemde büyük önem arz etmekteydi. Bu nedenle, büyükşehir belediye başkanlarının salgın hastalığın olduğu dönemde topluma en yakın olan, toplumun ihtiyaçlarını, sorunlarını en hızlı tespit edebilecek olan ve karşılayabilecek olan kişiler

olması araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanlarının toplum ile hızlı bir şekilde iletişim kurması ve gerekli bilgilerin aktarımı aşamasında sosyal medyanın önemi kaçınılmaz olmuştur. Bu bağlamda araştırmada, nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasından hareket edilerek İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanlarının pandemi dönemindeki Twitter analizleri araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir. Söz konusu kritere göre seçilen büyükşehir belediye başkanları Ekrem İmamoğlu (İstanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alinur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep) ve Cengiz Ergün (Manisa) olarak belirlenmiştir. Araştırma pandemi döneminin başladığı 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında büyükşehir belediye başkanlarının Twitter paylaşımları üzerinden yapılmıştır.

Twitter'ın bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılıp kullanılmadığı ile ilgili hem yerli literatürde hem de yabancı literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak yapılan çalışmalar genellikle siyasi liderlerin ya da siyasi partilerin genel seçimlerde ya da devlet başkanlığı ile ilgili olan seçimlerde Twitter kullanımı üzerine olduğu görülmektedir. Dolayısıyla literatürde seçim dönemi öncesine ve o döneme ait çeşitli çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Literatürde seçimin olmadığı dönemlerde yerel yöneticilerin çalışmaları ile ilgili yapılmış çalışma nadiren görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönem Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı gibi insanlık tarihi içerisinde yüzyılda bir, çok nadir olarak karşılaşılabilecek bir dönemi içermektedir. Bu dönemde özellikle büyükşehir belediye başkanlarının toplum üzerindeki etkisi çeşitli durumlarda ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, toplumun ihtiyaçları ve gereksinimleri dikkate alınarak büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde iletişiminin ne düzeyde olduğu, seçimlerden bağımsız, farklı bir dönem içerisinde Twitter'ı siyasal iletişim açısından kullanımı derinlemesine incelendiği için önem taşımakta ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralaması dikkate alınarak belirlenen büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesapları aracılığıyla yapılan paylaşımları ve elde edilen sayısal verileri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Aziz'e (2020: 121) göre içerik analizi, "Yazılı ya da görüntülü materyalin dizgeli (sistematik) analizi, yazılan ve söylenenin, hazırlanan açıklayıcı yönergeye göre ne kadar sıklıkla söylendiğinin bulunmasıdır". Bu yöntem içerisinde Frekans ve Kategorisel Analiz teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada, büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımları, 2018 yılında Columbia Üniversitesi Gazetecilik Okulu tarafından geliştirilen "Workbenchdata" isimli web tabanlı bir platform üzerinden elde edilmiştir. Söz konusu program aynı zamanda elde edilen tweetlerin temizlenebilmesine, filtrelenebilmesine ve görselleştirilebilmesine olanak sağlamaktadır.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından atmış oldukları tüm tweetler oluştururken, araştırmanın örneklemini ise Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ilk kez görüldüğü, hızla ilerlediği, salgına yönelik sıkı önlemlerin alındığı dönemleri içeren 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alinur Aktaş, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı Cengiz Ergün'ün Twitter hesapları üzerinden atmış oldukları tüm tweetler oluşturmaktadır. Örneklem için seçilen büyükşehir belediye başkanları Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2019 yılına ait olarak açıkladığı "Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları" üzerinden nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasına göre seçilmiştir.

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

3.5. Araştırmanın Bulguları

3.5.1. Ekrem İmamoğlu'nun Toplumla Olan Etkileşimi

Büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Twitter aracılığıyla siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirirken toplumla kurdukları etkileşim büyük önem arz etmektedir.

Büyükşehir Belediye Başkanları pandemi süreci öncesinde hem seçim dönemlerinde hem de seçim dönemleri dışında toplumla mitinglerde, çeşitli etkinliklerde, ziyaretlerde sık sık bir araya gelerek, etkileşim sağlamaktaydı. Bu dönemlerde gerçekleştirilen her türlü etkinlikte büyükşehir belediye başkanlarına yüz yüze olarak mesajlar iletilmekte, tezahüratlar ve yorumlar yapılmakta, afişler kullanılmaktaydı. Ancak Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde, salgın hastalığa yönelik alınan tedbirler nedeniyle ve söz konusu hastalık riskini en aza indirmek amacıyla tüm toplantılar, etkinlikler, çalışmalar online olarak, sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleştirilmeye başlamıştır. Büyükşehir belediye başkanlarının da pandemi sürecinde toplum ile doğrudan etkileşim kurulabilmek amacıyla önemli mecra olarak bilinen Twitter sosyal medyasını kullanmaları dikkat çekmektedir.

Bu açıdan, araştırma kapsamında Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde büyükşehir belediye başkanlarının Twitter aracılığıyla yaptıkları paylaşımların toplumun gözünde ne ölçüde kabul görüp görmediğini, topluma ulaşip ulaşmadığını, benimsendiğini ve bir siyasal iletişim aracı olarak etkileşimlilik özelliğini ne kadar kullandıklarını anlamak için beğeni ve retweet sayılarına bakmak büyük önem taşımaktadır. Ayrıca beğeni ve retweet etme özelliği, toplumdan alınan geri dönüşlerle birlikte büyükşehir belediye başkanlarına, paylaşımlarının içeriğini düzenleyebilme imkânı sağlamaktadır.

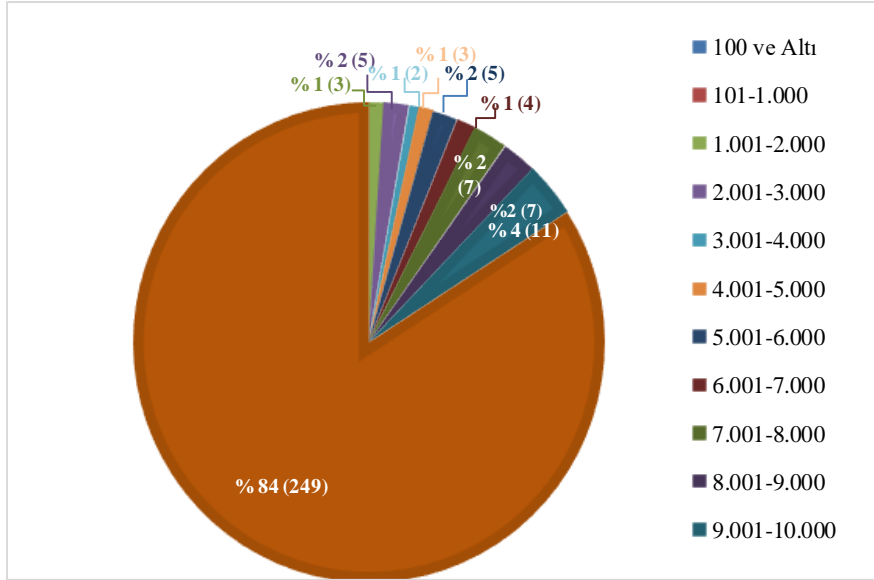
Tablo 1: Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Beğeni ve Retweet Sayıları

EKREM İMAMOĞLU	
En Çok Beğeni Alan Tweet	235.268
En Az Beğeni Alan Tweet	764
Ortalama Beğeni Sayısı	28.762
Toplam Beğeni Sayısı	8.428.793
En Çok Retweet Alan Tweet	37.235
En Az Retweet Alan Tweet	84
Ortalama Retweet Sayısı	3.332
Toplam Retweet Sayısı	986.497

Tablo 1'de, 61 günlük süre içerisinde Ekrem İmamoğlu² tarafından yapılan tüm paylaşımlar içerisindeki en çok beğeni sayısının 235.268 olduğu görülmektedir. En çok beğeni alan söz konusu tweetin ise 7 Nisan 2020 tarihinde FC Barcelona spor klübünün Türkçe resmi hesabı tarafından paylaşılan “Şşşşt @netflixturkiye! Bak, @lacasadepapel starı bize ne söyledi: ‘Helsinki olmasaydım, İstanbul olmak isterdim’” tweetinin Ekrem İmamoğlu tarafından alıntılanarak, “*Helsinki haklı* 😊 <https://t.co/EV2OpAjOWN>” şeklinde yanıtlanarak paylaşılan tweeti olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Ekrem İmamoğlu'nun en az beğeni alan tweeti ise İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesi altında resmi istatistikler ve saha araştırmaları ile veriye dayalı yönetim imkânı sunan, rapor ve endeksler üreten İstanbul İstatistik Ofisi (@istatistikofisi) hesabından 13 Mart 2020 tarihinde yapmış olduğu, 764 beğeni alan “*İstanbul Ekonomi Bülteni yayında! İstanbul Ekonomi Bülteni'nin ana başlıklarından ilki olan Finansal Piyasalar, resmi kaynaklarda 2007 yılından itibaren toplanan veriler ile hazırlandı. Periyodik olarak güncelleyeceğimiz bülteni incelemek için: 🌐 <https://t.co/7bL25fAWys>*” şeklindeki retweet karşımıza çıkmaktadır. Ekrem İmamoğlu'nun ortalama beğeni sayısı ise 28.762 olarak görülmekte ve tüm tweetleri toplamda 8.428.793 beğeni sayısına ulaşmış bulunmaktadır.

Ekrem İmamoğlu tarafından paylaşılan tweetlere ait toplam beğeni sayıları 12 kategoride incelenmiştir. İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde yapmış olduğu paylaşımlara yönelik beğeni sayılarının kategorilendirilmesi Grafik 1'de yer almaktadır.

² Ekrem İmamoğlu, 2009 yılında CHP Beylikdüzü İlçe Başkanı seçilmiş ve 30 Mart 2014 yılında gerçekleşen yerel seçimlerde Beylikdüzü Belediye Başkanı olmuştur. Bu süreçte, Beylikdüzü'nün sosyal ve kültürel hayatında etkin rol oynayan İmamoğlu, günümüzde birçok sivil toplum kuruluşunda da aktif üye olarak yer almaktadır. 23 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olarak seçilmiştir. Halen görevini sürdüren İmamoğlu, evli ve 3 çocuk babasıdır (<https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/> Erişim Tarihi: 13.02.2021).

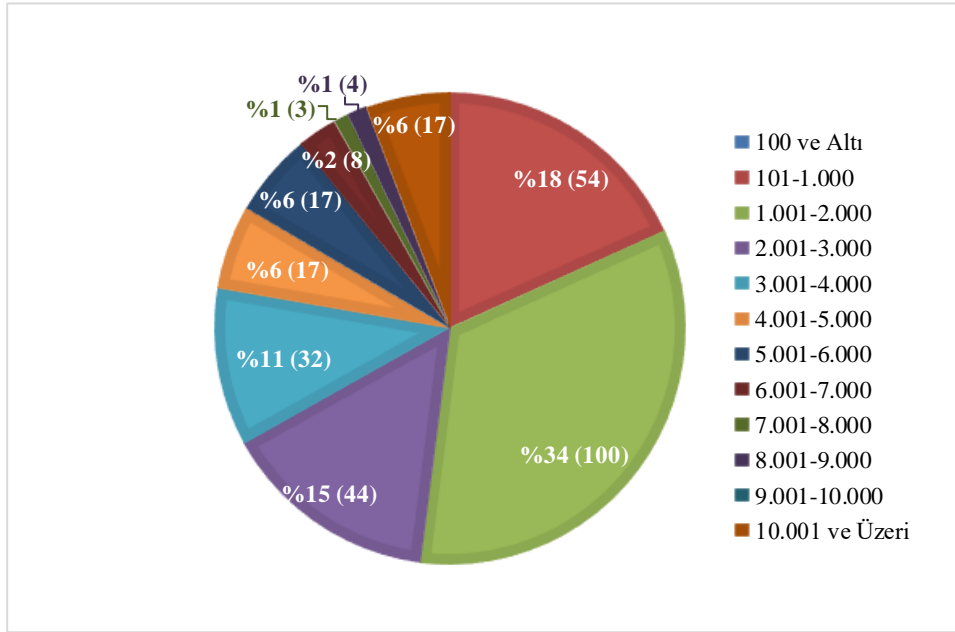


Grafik 1: Ekrem İmamoğlu Tarafından Yapılan Paylaşımların Beğeni Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 1’de, Ekrem İmamoğlu tarafından yapılan paylaşımların beğeni sayılarının, “100 beğeni ve altı” ile “101 ile 1.000” arasına hiç düşmediği dikkat çekmektedir. İmamoğlu’nun paylaştığı tweetlerin en az “1.001 ile 2.000” arasında beğeni sayısına sahip olduğu, en fazla ise “10.001 ve üzeri” beğeni sayısına ulaştığı görülmektedir. Buna göre, İmamoğlu’nun paylaştığı tweetlerin %1’i (2) “3.001 ile 4.000”, %1’i (3) “1.001 ile 2.000”, %1’i (3) “4.001 ile 5.000”, %1’i (4) “6.001 ile 7.000”, %2’si (5) “2.001 ile 3.000”, %2’si (5) “5.001 ile 6.000”, %2’si (7) “7.001 ile 8.000”, %2’si (7) “8.001 ile 9.000”, %4’ü “9.001 ile 10.000” ve son olarak, %84’ü (249) “10.001 ve üzeri” beğeni sayısına ulaşmış bulunmaktadır. Bu bağlamda, İmamoğlu tarafından yapılan paylaşımların büyük bir kısmının “10.001 ve üzeri” beğeni sayısına sahip olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

Tablo 1’de, Ekrem İmamoğlu’nun 10 Nisan 2020 tarihinde 37.235 ile en çok retweet aldığı görülmektedir. Söz konusu tweet, “*Sokağa çıkma yasağı kararı ansızın alınmamalı. İBB olarak bu kritik karardan haberdar değiliz, bilgilendirilmedik. Yarın İstanbul’da hangi hizmetleri verip vermeyeceğimizi bile bilmiyoruz. Ortak akıl ve iş birliği olmayan her karar sadece kafa karışıklığı ve panik yaratır*” olduğunu vurgulamak mümkündür. İmamoğlu’nun 13 Mart 2020 tarihinde 84 retweet ile en az retweet aldığı tweetinin ise tıpkı en az beğeni alan tweetinde olduğu gibi @istatistikofisi hesabından yaptığı retweetin “*İstanbul Ekonomi Bülteni yayında! İstanbul Ekonomi Bülteni’nin ana başlıklarından ilki olan Finansal Piyasalar, resmi kaynaklarda 2007 yılından itibaren toplanan veriler ile hazırlandı. Periyodik olarak güncelleyeceğimiz bülteni incelemek için: <https://t.co/7bL25fAWys>*” olduğunu belirtmek mümkündür. Ekrem İmamoğlu’nun ortalama retweet sayısı ise 3.332 olarak görülmekte ve tüm tweetleri toplamda 986.497 retweet sayısına ulaşmış bulunmaktadır.

Ekrem İmamoğlu tarafından yapılan 296 paylaşımın tıpkı beğeni sayılarında olduğu gibi retweet sayılarının da 12 kategori içerisinde incelenmesi Grafik 2’de ifade edilmektedir.



Grafik 2: Ekrem İmamoğlu Tarafından Yapılan Paylaşımların Retweet Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 2’de, Ekrem İmamoğlu tarafından yapılan 296 paylaşımın en az “7.001 ile 8.000” ve “8.001 ile 9.000” arasında retweete, en fazla ise “1.001 ile 2.000” arasında retweete sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca İmamoğlu’nun yapmış olduğu paylaşımların hiç “100 ve altı” ve “9.001 ile 10.000” arası retweet sayısına ulaşmadığı da göze çarpmaktadır. Bu noktada, İmamoğlu’nun paylaştığı tweetlerin retweet sayıları kategoriler içerisinde değerlendirildiğinde; %34’ünün (100) “1.001 ile 2.000” arası retweet sayısına ulaştığı, %18’inin (54) “101 ile 1.000” arası retweet sayısına sahip olduğu, %15’inin (44) “2.001 ile 3.000” arası retweet sayısına ulaştığı, %11’inin (32) “3.001 ile 4.000” arası retweet sayısına sahip olduğu, %6’sının (17) “4.001 ile 5.000” arası retweet sayısına ulaştığı, %6’sının (17) “5.001 ile 6.000” arası retweet sayısına sahip olduğu, yine %6’sının (17) “10.001 ve üzeri” retweet sayısına ulaştığı, %2’sinin (8) “6.001 ile 7.000” arası retweet sayısına sahip olduğu, %1’inin (4) “8.001 ile 9.000” retweet sayısına ulaştığı ve son olarak, %1’inin (3) “7.001 ile 8.000” arası retweet sayısına sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, %78’sine karşılık gelen 230 tweetin “1.001 ile 5.000” arasındaki kişi tarafından retweet edilerek, yeniden paylaşıldığı dikkat çekmektedir.

3.5.2. Mansur Yavaş’ın Toplumla Olan Etkileşimi

Tablo 2’de, 61 günlük süre zarfında Mansur Yavaş³’ün Twitter hesabından yapmış olduğu 294 paylaşım içerisinde 27 Mart 2020 tarihinde Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde topluma yapılacak olan yardımlara ilişkin paylaştığı “Değerli Hemşehrilerim, Koronavirüs salgını nedeni ile işini ve gelirini kaybeden tüm ailelere düzenli olarak gıda yardımı ve nakit desteği sağlamak için hazırlığımızı tamamladık. Pazartesi günü detayları sizlere duyuracağız. Gün dayanışma günüdür, zorlukları birlikte aşacağız.” tweeti takipçileri tarafından 272.434 ile en çok beğeni alan paylaşım olurken, 23 Nisan 2020 tarihinde Yavaş’ın çalışmalarını konu alan ve bilgi kirliliğini önlemek amacıyla kurulan bir oluşum olan Ankara Gelişiyor (@ankaragelisiyor) hesabından yapmış olduğu, periscope yayınına ait retweetin ise 115 beğeni alarak en az beğeni alan paylaşım olduğu gözlenmektedir. Yavaş’ın Twitter hesabından yaptığı paylaşımların toplamda 7.615.728 beğeni sayısına ulaştığı da görülmektedir. Ayrıca Yavaş tarafından yapılan her bir paylaşımın ortalama 26 bine yakın bir beğeni sayısına sahip olduğu da göze çarpmaktadır.

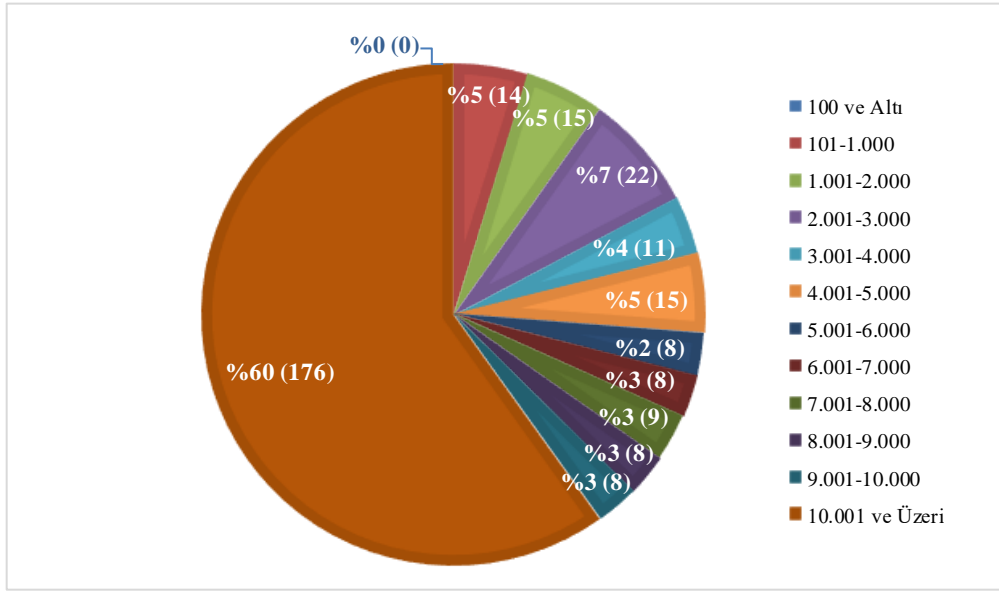
Tablo 2: Mansur Yavaş’ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Beğeni ve Retweet Sayıları

MANSUR YAVAŞ	
En Çok Beğeni Alan Tweet	272.434
En Az Beğeni Alan Tweet	115
Ortalama Beğeni Sayısı	25.992

³ Mansur Yavaş, 18 Nisan 1999 seçimlerinde %51 (8.500) oy oranıyla Beypazarı Belediye Başkanı olmuştur. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen yerel seçimlerde ise Cumhuriyet Halk Partisi’nin Ankara adayı olmuş ve Ankara’da oyların %50.93’ünü alarak, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Evli ve iki çocuk babasıdır (<http://www.mansuryavas.com.tr/> Erişim Tarihi: 26.02.2021).

Toplam Beğeni Sayısı	7.615.728
En Çok Retweet Alan Tweet	50.766
En Az Retweet Alan Tweet	61
Ortalama Retweet Sayısı	2.976
Toplam Retweet Sayısı	871.898

Mansur Yavaş tarafından paylaşılan tüm tweetlere ait toplam beğeni sayıları 12 kategoride incelenmiştir. Yavaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, 294 paylaşımına ilişkin beğeni sayıları Grafik 3'te görülmektedir.

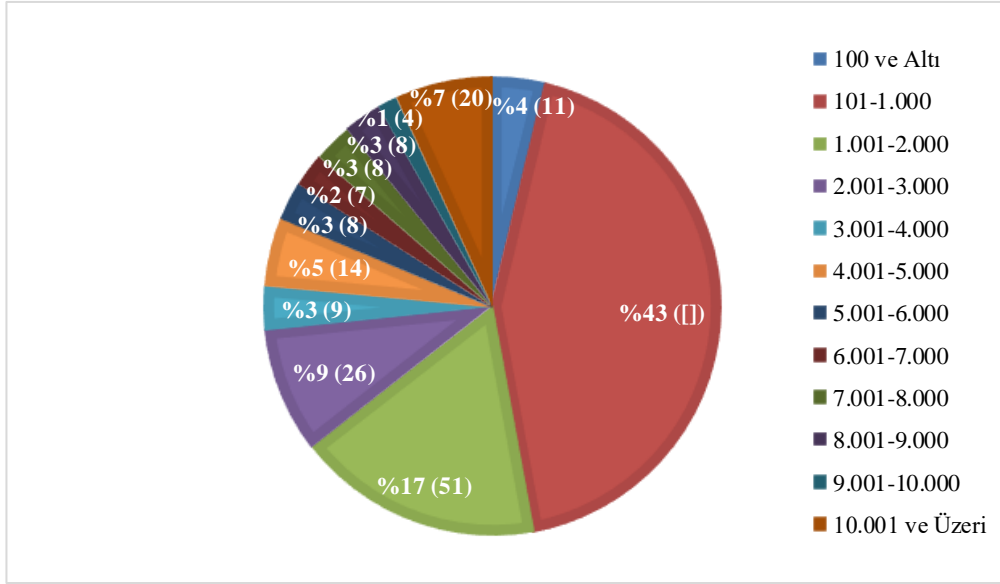


Grafik 3: Mansur Yavaş Tarafından Yapılan Paylaşımların Beğeni Sayılarının Kategorilere Göre Dağılım

Grafik 3'e göre, Mansur Yavaş tarafından yapılan paylaşımların beğeni sayılarının 100 beğeni ve altına hiç düşmediği göze çarpmaktadır. Yavaş'ın paylaştığı tweetlerin en az "5.001 ile 6.000" arasında beğeni sayısına sahip olduğu, en fazla ise "10.001 ve üzeri" beğeni sayısına ulaştığı görülmektedir. Buna göre, Yavaş'ın paylaştığı tweetlerin %60'ı (176) "10.001 ve üzeri", %7'si (22) "2.001 ile 3.000", %5'i (15) "4.001 ile 5.000", %5'i (15) "1.001 ile 2.000", %5'i (14) "101 ile 1.000", %4'ü (11) "3.001 ile 4.000", %3'ü (9) "7.001 ile 8.000", %3'ü (8) "9.001 ile 10.000", %3'ü (8) "8.001 ile 9.000", %3'ü (8) "6.001 ile 7.000" ve %2'si (8) "5.001 ile 6.000" beğeni sayısına ulaşmış bulunmaktadır. Bu bağlamda, Yavaş tarafından gerçekleştirilen paylaşımların önemli bir bölümünün 10.001 ve üzeri beğeni sayısına sahip olduğunu belirtmek mümkündür.

Tablo 2'de Mansur Yavaş'ın 31 Mart 2020 tarihinde 50.766 ile en çok retweet aldığı tweetin, "İşini ve gelirini kaybetmiş insanları desteklemek için kullandığımız ve sizlerin de katkıda bulunduğu banka hesapları İçişleri Bakanlığı genelgesi ile bloke edilmiştir. Kimse endişe etmesin! Planladığımız yardımlara devam edeceğiz. Kimseyi aç ve açıkta bırakmayacağız." olduğu görülmektedir. Yavaş'ın 20 Mart 2020 tarihinde 61 retweet ile en az retweet aldığı tweetinin ise Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin resmi Twitter hesabından (@ankarabld) yaptığı, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının önlenmesine yönelik tedbirler alınması kapsamında itfaiye eri sınavlarının ileri bir tarihe ertelendiğine yönelik yapılmış bir duyuruyu içeren retweet olduğu gözlenmektedir. Ayrıca Yavaş'ın ortalama retweet sayısının 2.976 olduğu ve tüm tweetlerinin toplamda 871.898 retweet sayısına ulaşmış olduğu göze çarpmaktadır.

Grafik 4'te Mansur Yavaş'ın tüm tweetlerinin retweet sayıları ve oranlarının belirlenen 12 kategori içerisinde değerlendirildiği görülmektedir.



Grafik 4: Mansur Yavaş Tarafından Yapılan Paylaşımların Retweet Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 4’te Mansur Yavaş tarafından yapılan 294 paylaşımın en az “9.001 ile 10.000” en fazla ise “101 ile 1.000” arasında retweete sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Yavaş’ın paylaştığı tweetlerin retweet sayıları kategoriler içerisinde değerlendirildiğinde; %43’ünün (127) “101 ile 1.000”, %17’sinin (51) “1.001 ile 2.000”, %9’unun (26) “2.001 ile 3.000”, %7’sinin (20) “10.001 ve üzeri”, %5’inin (14) “4.001 ile 5.000”, %4’ünün (11) “100 ve altı”, %3’ünün (9) “3.001 ile 4.000”, %3’ünün (8) “5.001 ile 6.000”, yine %3’ünün (8) “7.001 ile 8.000”, %3’ünün (8) “8.001 ile 9.000”, %2’sinin (7) “6.001 ile 7.000” ve %1’inin (4) “9.001 ile 10.000” arası retweet sayısına sahip olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, %69’una karşılık gelen 204 tweetin 101 ile 3.000 arasındaki kişi tarafından retweet edilerek, yeniden paylaşıldığını ifade etmek mümkündür.

3.5.3. Alınur Aktaş’ın Toplumla Olan Etkileşimi

Tablo 3’te yer alan veriler incelendiğinde, 61 günlük sürede Alınur Aktaş⁴’ın Twitter hesabından yapmış olduğu 589 paylaşım içerisinde 20 Mart 2020 tarihinde Türkiye Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın resmi Twitter hesabından (@RTErdogan) yapmış olduğu ve Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde özverili bir şekilde çalışan sağlık çalışanlarına yönelik “*Koronavirüs ile mücadelemizin özverili ve fedakar kahramanlarına, her türlü zorluğa ve sıkıntıya göğüs geren tüm sağlık çalışanlarımıza şahsım, ailem ve Milletim adına selamlar, sevgiler ve elbette alkışlar...*” retweeti takipçileri tarafından 175.700 ile en çok beğeni alan paylaşım olurken, 30 Nisan 2020 tarihinde Türkiye Belediyeler Birliği’nin resmi Twitter hesabından (@TBB) yapmış olduğu ve Aktaş’ın kendisinin de dahil olduğu, online olarak düzenlenen, Belediyelerin Koronavirüs (Covid-19) önlemlerini değerlendirecekleri toplantıya yönelik “*TBB Başkanı @FatmaSahin ve Encümen Üyesi @Alinuraktas70, Brezilya Belediyeler Birliği @FNPrefeitos Başkan Yardımcıları @firmino_filho ve @FelicioRamuthile internet üzerinden bir toplantıda belediyelerin koronavirüs önlemlerini değerlendirecekler.*” retweetin ise 17 beğeni alarak en az beğeni alan paylaşım olarak yer almaktadır. Aynı zamanda Aktaş’ın Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlarının toplamda 2.635.856 beğeni sayısına ulaştığı ve yapılan her bir paylaşımın ortalama 4.475 beğeni sayısına sahip olduğu da görülmektedir.

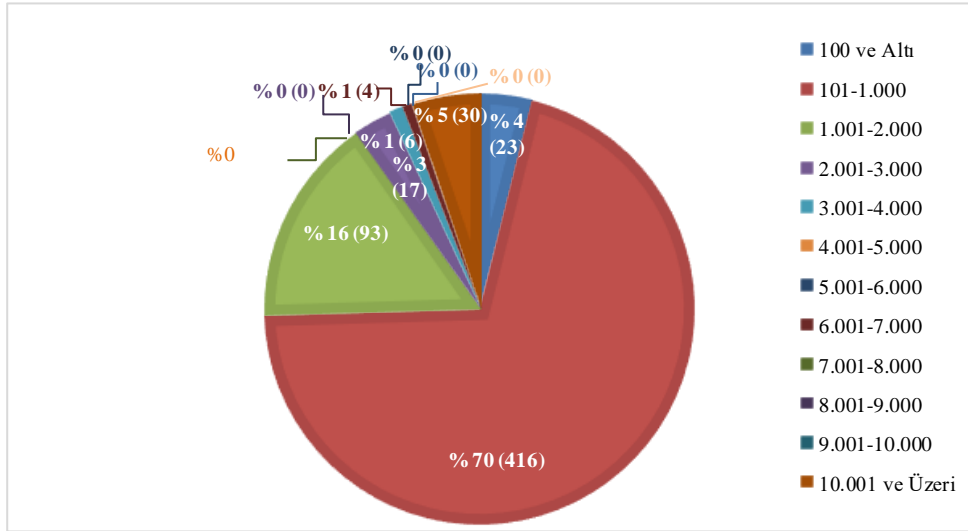
Tablo 3: Alınur Aktaş’ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Beğeni ve Retweet Sayıları

ALINUR AKTAŞ	
En Çok Beğeni Alan Tweet	175.700
En Az Beğeni Alan Tweet	17
Ortalama Beğeni Sayısı	4.475
Toplam Beğeni Sayısı	2.635.856

⁴ Alınur Aktaş, 2004 yılında gerçekleştirilen yerel seçimlerde Adalet ve Kalkınma Partisi İnegöl Belediye Başkanı seçilmiş ve bu görevi üç dönem boyunca sürdürmüştür. Aktaş, 2 Kasım 2017 tarihinde Bursa Büyükşehir Belediye Meclisi’nde gerçekleştirilen olağanüstü oturumda Bursa Büyükşehir Belediye Başkanlığı’na getirilmiştir. 31 Mart 2019 tarihinde yapılan yerel seçimlerde ise Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı seçilmiştir. Evli ve iki çocuk babasıdır. (<https://www.bursa.bel.tr/baskan#ozgecmis> Erişim Tarihi: 19.03.2021).

En Çok Retweet Alan Tweet	83.600
En Az Retweet Alan Tweet	3
Ortalama Retweet Sayısı	1.172
Toplam Retweet Sayısı	690.566

Alinur Aktaş tarafından paylaşılan tüm tweetlere ait toplam beğeni sayıları 12 kategoride incelenmiştir. Aktaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde yapmış olduğu 589 paylaşıma ilişkin beğeni sayılarının kategorilendirilmesi Grafik 5'te yer almaktadır.

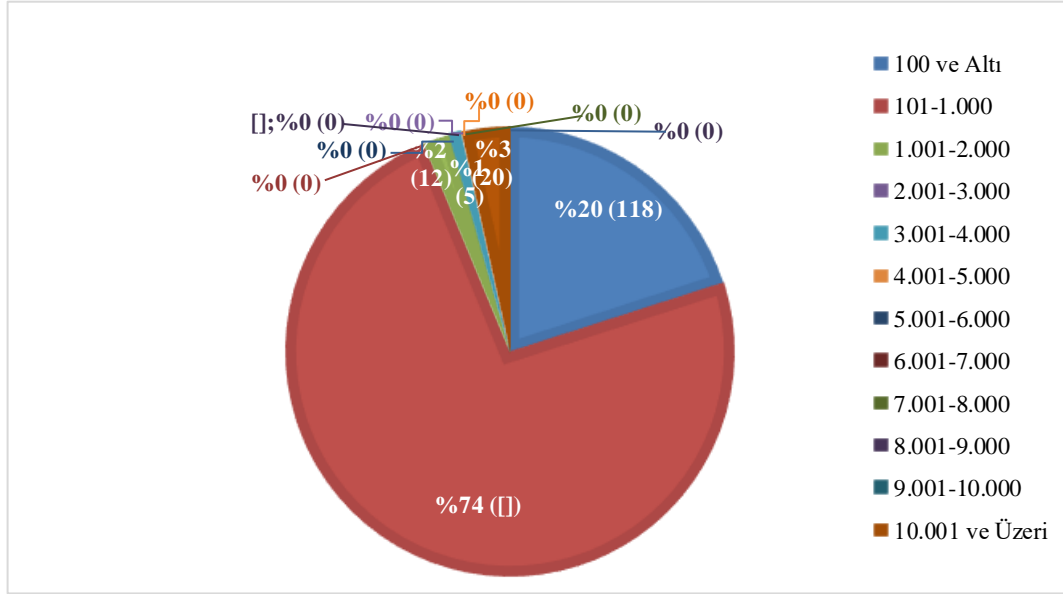


Grafik 5: Alinur Aktaş Tarafından Yapılan Paylaşımların Beğeni Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 5'te Alinur Aktaş tarafından yapılan paylaşımların “4.001 ile 5.000”, “5.001 ile 6.000”, “7.001 ile 8.000”, “8.001 ile 9.000” ve “9.001 ile 10.000” arasındaki beğeni sayısına hiç sahip olmadığı dikkat çekmektedir. Aktaş'ın paylaştığı tweetlerin en az 6.001 ile 7.000 arasında beğeni sayısına sahip olduğu, en fazla ise 101 ile 1.000 arasında beğeni sayısına ulaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, Aktaş'ın paylaştığı tweetlerin %70'i (416) “101 ile 1.000”, %16'sı (93) “1.001 ile 2.000”, %5'i (30) “10.001 ve üzeri”, %4'ü (23) “100 ve altı”, %3'ü (17) “2.001 ile 3.000”, %1'i (6) “3.001 ile 4.000” ve %1'i (4) “6.001 ile 7.000” arası beğeni sayısına ulaşmış bulunmaktadır. Böylece, Aktaş'ın Twitter hesabından yaptığı paylaşımların büyük bir bölümünün 101 ile 1.000 arasında beğeni sayısına sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, Aktaş'ın araştırma kapsamında ele alınan diğer büyükşehir belediye başkanları ile takipçi sayıları kıyaslandığında en az takipçi sayısına sahip ikinci başkan olması durumunun, beğeni sayılarının kategorilere göre dağılımını da etkilemektedir.

Tablo 3'te Alinur Aktaş'ın 13 Mart 2020 tarihinde 83.600 ile en çok retweet alan tweetinin Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın (@drfahrettinkoca) Twitter hesabından paylaşmış olduğu “RETWEET edin, yurt dışından dönüşlerde 14 Gün Kuralı yayılsın.” tweetine ait olduğu görülmektedir. Aktaş'ın yapmış olduğu retweetin içerisinde Covid-19 salgın hastalığına yönelik önemli bir infografik de bulunmaktadır. Aktaş'ın 24 Nisan 2020 tarihinde 3 retweet ile en az retweet aldığı tweetinin ise kendi hesabından paylaşmış olduğu tweetine ekleme yapma niteliğinde bir mentionlama gerçekleştirdiği tweet olduğu gözlenmektedir. Aktaş'ın en az retweet alan söz konusu mentionlamasının içeriğinde ise Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak asfalt yapma çalışmalarına devam ettiklerine ve özellikle Bursa'nın “*Şösmangazi / Gür Caddesi ŞR. Tayyip Erdoğan Bulvarı ŞKestel / Bursa Caddesi ŞKestel / Fevzi Çakmak Caddesi Şİnegöl / Millet Caddesi Şİnegöl / Akpınar Caddesi ŞNilüfer / Kayapa Mahallesi*” gibi önemli ilçelerinde, noktalarında yapılan asfalt çalışmalarına yönelik yapılmış bir duyuru yer almaktadır. Ayrıca Aktaş'ın ortalama retweet sayısının 1.172 olduğu ve tüm tweetlerinin toplamda 690.566 retweet sayısına ulaşmış olduğu da göze çarpmaktadır.

Grafik 6'da Alinur Aktaş'ın tüm tweetlerinin retweet sayıları ve oranlarının belirlenen 12 kategori içerisinde değerlendirildiği görülmektedir.



Grafik 6: Alinur Aktaş Tarafından Yapılan Paylaşımların Retweet Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 6’da Alinur Aktaş tarafından yapılan 589 paylaşımın en az “3.001 ile 4.000” arasında retweete, en fazla ise 101 ile 1.000 arasında retweete sahip olduğu görülmektedir. Aktaş’ın “2.001 ile 3.000”, “4.001 ile 5.000”, “5.001 ile 6.000”, “6.001 ile 7.000”, “7.001 ile 8.000”, “8.001 ile 9.000” ve “9.001 ile 10.000” arasında retweet sayısına hiç sahip olmadığı da göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, Aktaş’ın paylaştığı tweetleri, retweet sayıları kategorileri içerisinde incelendiğinde; %74’ünün (434) “101 ile 1.000”, %20’sinin (118) “100 ve altı”, %3’ünün (20) “10.001 ve üzeri”, %2’sinin (12) “1.001 ile 2.000” ve %1’inin (5) “3.001 ile 4.000” arası retweet sayısına ulaştığı görülmektedir. Buna göre, %94’üne karşılık gelen 552 tweetin 1.000 kişi tarafından retweet edilerek, yeniden paylaşıldığı tespit edilmiştir.

3.5.4. Fatma Şahin’in Toplumla Olan Etkileşimi

Tablo 4’te yer alan sayısal veriler değerlendirildiğinde, 61 günlük süre içerisinde Fatma Şahin⁵’in Twitter hesabından yapmış olduğu 719 paylaşım içerisinde 17 Mart 2020 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk’un resmi Twitter hesabından (@ziyaselcuk) yapmış olduğu ve Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde okullarında yüz yüze eğitim alamayan, uzaktan eğitim yoluyla eğitimlerini sürdüren öğrencilere yönelik verilen bir müjdeyi içeren “Çocuklar evde sıkıldığınızı, okulu özlediğinizi biliyorum. Buradan söz olsun, okula döndüğümüz ilk günün ilk tenffüsünü, o güne özel olarak 40 dakika yapacağız.” retweeti takipçileri tarafından 239.300 ile en çok beğeni alan paylaşım olurken, 27 Nisan 2020 tarihinde Gaziantep’te kuaför olarak çalışan ve pandemi nedeniyle iş yerleri kapanan iki vatandaşın yardım istediklerini ilettikleri “Sayın belediye başkanım; ben ve eşim Gaziantep İslahiye de kuaförüz. Covid-19 nedeniyle kapandı. 3 çocuğum var. Başvurduğumuz yerlerden geri dönüş alamadık. Maddi olarak çok ciddi sıkıntıdayız. Yardımlarınızı bekliyoruz.” tweetine yönelik verdiği “Başvurular yoğun olduğu için geri dönüşler vakit alıyor olabilir. @gantepvaliligi’mizin açıkladığı bu listeyi inceleyin lütfen. Ayrıca Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarımıza da başvurabilirsiniz.” yanıt ise 4 beğeni alarak en az beğeni alan paylaşım olarak yer almaktadır. Şahin’in Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlarının toplamda 2.028.705 beğeni sayısına sahip olduğunu ve yapılan her bir paylaşımın ortalama 2.821 beğeni sayısına ulaştığı görülmektedir.

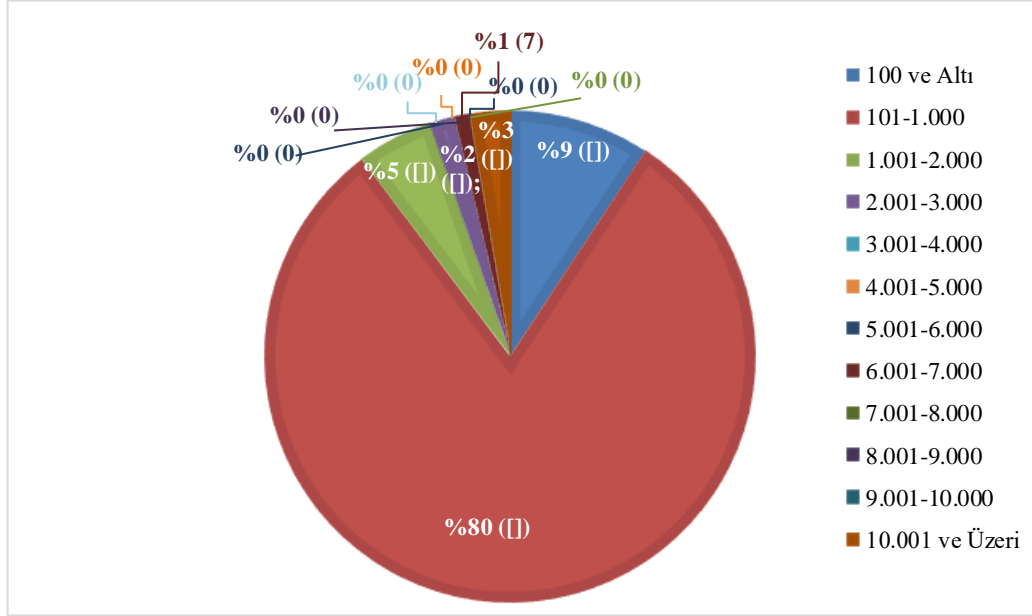
Tablo 4: Fatma Şahin’in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Beğeni ve Retweet Sayıları

FATMA ŞAHİN	
En Çok Beğeni Alan Tweet	239.300
En Az Beğeni Alan Tweet	4
Ortalama Beğeni Sayısı	2.821
Toplam Beğeni Sayısı	2.028.705

⁵ Fatma Şahin, 30 Mart 2014 tarihinde gerçekleştirilen yerel seçimlerde, Türkiye’nin ilk kadın büyükşehir belediye başkanı olarak Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. 8 Mayıs 2018 tarihinde Türkiye Belediyeler Birliği Başkanlığına seçilmiştir. 30 Mart 2019 yerel seçimlerinde de Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı olarak seçilen Şahin, halen hem Büyükşehir Belediye Başkanlığı hem de Türkiye Belediyeler Birliği Başkanlığı görevlerine devam etmektedir. Evli ve iki çocuk annesidir (<https://fatmasahin.net/biyografi/>; Erişim Tarihi: 27.03.2021)

En Çok Retweet Alan Tweet	103.900
En Az Retweet Alan Tweet	0
Ortalama Retweet Sayısı	928
Toplam Retweet Sayısı	667.805

Fatma Şahin tarafından paylaşılan tüm tweetlere ait toplam beğeni sayıları 12 kategoride incelenmiştir. Şahin'in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde gerçekleştirdiği 719 paylaşıma ilişkin beğeni sayılarının kategorilendirilmesi Grafik 7'de görülmektedir.

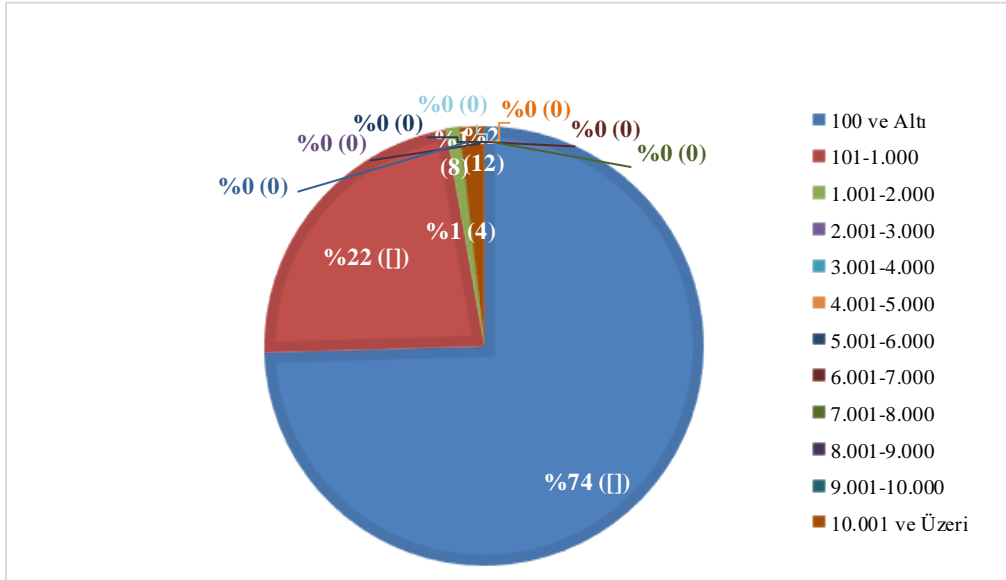


Grafik 7: Fatma Şahin Tarafından Yapılan Paylaşımların Beğeni Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 7'de Fatma Şahin tarafından yapılan paylaşımların "3.001 ile 4.000", "4.001 ile 5.000", "5.001 ile 6.000", "8.001 ile 7.000", "7.001 ile 8.000", "8.001 ile 9.000" ve "9.001 ile 10.000" arasındaki beğeni sayısına hiç sahip olmadığı göze çarpmaktadır. Şahin'in Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımların en az "6.001 ile 7.000" arasında beğeni sayısına sahip olduğu, en fazla ise 101 ile 1.000 arasında beğeni sayısına sahip olduğunu vurgulamak mümkündür. Bu bağlamda, Şahin'in yapmış olduğu paylaşımların %80'i (579) "101 ile 1.000", %9'u (67) "100 ve altı", %5'i (36) "1.001 ile 2.000", %3'ü (19) "10.000 ve üzeri", %2'si (12) "2.001 ile 3.000" ve %1'i (7) "6.001 ile 7.000" arası beğeni sayısına sahip olduğu görülmektedir. Böylece, Şahin'in Twitter hesabından yaptığı paylaşımların büyük bir çoğunluğunun 101 ile 1.000 arasında beğeni sayısına sahip olduğunu ifade etmek gerekmektedir.

Tablo 4'te Fatma Şahin'in 16 Mart 2020 tarihinde 103.900 ile en çok retweet alan tweetinin Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın (@drfahrettinkoca) Twitter hesabından paylaşmış olduğu "TANER ÖLMEZ de bizim söylediklerimizi söylüyor. Koronavirüs Riskinden Korunmak İçin 14 Kural RETWEET'LEYİN, Koronavirüsün yayılmasını önleyin." tweetine aittir. Şahin'in en az retweet alan tweeti ise 27 Nisan 2020 tarihinde tıpkı en az beğeni alan tweette olduğu gibi Gaziantep'te kuaför olarak çalışan ve pandemi nedeniyle iş yerleri kapanan iki vatandaşın yardım istediklerini ilettikleri tweete verilen "Başvurular yoğun olduğu için geri dönüşler vakit alıyor olabilir. @gantepvaliligi'mizin açıkladığı bu listeyi inceleyin lütfen. Ayrıca Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarımıza da başvurabilirsiniz." yanıt olduğu görülmektedir. Ayrıca Şahin'in ortalama retweet sayısının 928 olduğu ve tüm tweetlerinin toplamda 667.805 retweet sayısına sahip olduğu dikkat çekmektedir.

Grafik 8'de Fatma Şahin'in tüm tweetlerinin retweet sayıları ve oranlarının belirlenen 12 kategori içerisinde ele alındığı görülmektedir.



Grafik 8: Fatma Şahin Tarafından Yapılan Paylaşımların Retweet Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Fatma Şahin'in Twitter hesabından gerçekleştirdiği 719 paylaşım içerisinde en az “2.001 ile 3.000” ve “1.001 ile 2.000” arasında retweete, en fazla ise “100 ve altı” arasında retweete sahip olduğu görülmektedir (Grafik 8). Şahin'in söz konusu paylaşımlarının “3.001 ile 4.000”, “4.001 ile 5.000”, “5.001 ile 6.000”, “6.001 ile 7.000”, “7.001 ile 8.000”, “8.001 ile 9.000” ve “9.001 ile 10.000” arasında retweet sayısına sahip olmadığı da dikkat çekmektedir. Bu noktada, Şahin'in Twitter hesabından paylaştığı tweetlerin retweet sayıları kategoriler içerisinde değerlendirildiğinde; %74'ünün (536) “100 ve altı”, %22'sinin (163) “101 ile 1.000”, %2'sinin (12) “10.001 ve üzeri”, %1'inin (8) “1.001 ile 2.000” ve %1'inin (4) “2.001 ile 3.000” arası retweet sayısına ulaştığı görülmektedir. Böylece, Şahin'in %96'sına karşılık gelen 697 tweetinin 1.000 kişi tarafından retweet edilerek, yeniden paylaşıldığı ortaya çıkmaktadır.

3.5.5. Cengiz Ergün'ün Toplumla Olan Etkileşimi

Tablo 5'te, 61 günlük süre zarfında Cengiz Ergün⁶'ün Twitter hesabından yapmış olduğu 291 paylaşım içerisinde 26 Nisan 2020 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'dan yapmış olduğu ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına İsveç'te yakalanan Türk vatandaşlarının ambulans uçak ile Türkiye'ye getirilmesine yönelik “*Bir kız evlat, COVID-19 hastası babası için hiçbirimizin unutamayacağı bir şey yaptı. Ülkemiz harekete geçti. Ambulans uçağımız sabah İsveç'ten hastamızı aldı. Birazdan Ankara'da olacak. (Sevgili Leyla, biz 25 bin hastamızı iyileştirdik. İnşallah Emrullah Bey de iyileşecek.)*” retweeti takipçileri tarafından 213.200 ile en çok beğeni alan paylaşım olurken, 12 Mart 2020 tarihinde İstiklal Marşı'nın kabulüne yönelik paylaşmış olduğu, kendi tweetini cevaplama niteliğinde gerçekleştirdiği “*İstiklal Marşımız, yalnızca günün manevi ikliminden etkilenmiş bir sanatçının hissiyatı değil, tarihin derinliklerinden gelen ve sonsuz bir geleceğe uzanan büyük Türk Milleti'nin bağımsızlık ve hürriyet beyannamesidir*” mentionu hiç beğeni almayarak en az beğeni alan paylaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Ergün'ün Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Twitter hesabından yaptığı paylaşımların toplamda 3.684.990 beğeni sayısına ulaştığı da görülmektedir. Ayrıca Ergün tarafından yapılan her bir paylaşımın ortalama 12.663 beğeni sayısına sahip olduğu da göze çarpmaktadır.

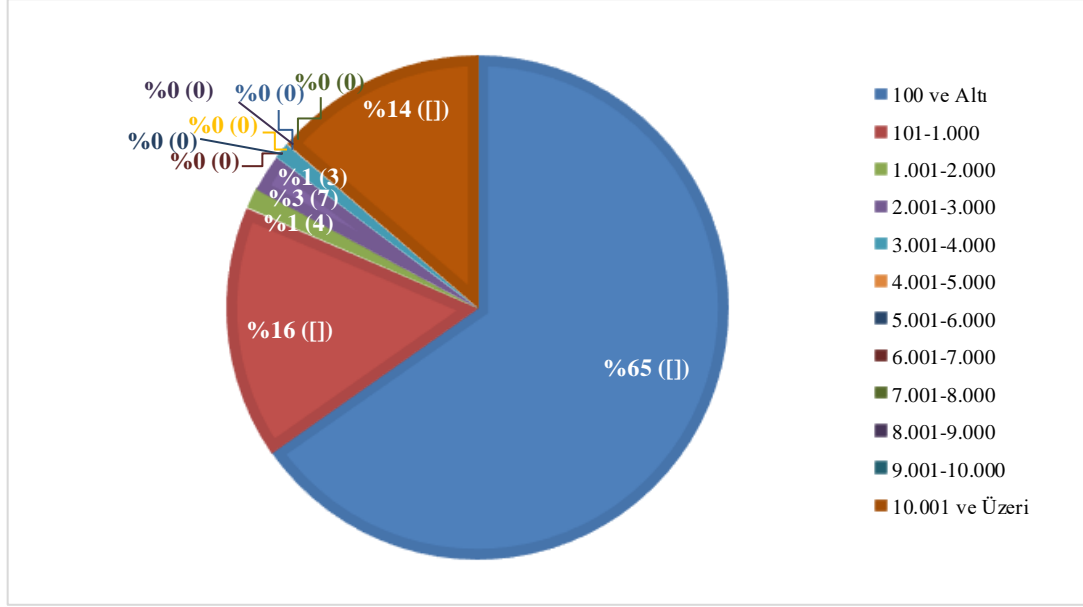
Tablo 5: Cengiz Ergün'ün 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Beğeni ve Retweet Sayıları

CENGİZ ERGÜN	
En Çok Beğeni Alan Tweet	213.200
En Az Beğeni Alan Tweet	0
Ortalama Beğeni Sayısı	12.663
Toplam Beğeni Sayısı	3.684.990
En Çok Retweet Alan Tweet	84.700

⁶ Cengiz Ergün, 29 Mart 2009 tarihinde yapılan yerel seçimlerde yüksek bir oy oranı ile Manisa Belediye Başkanı seçilmiştir. 2009-2014 yılları arasında da Belediye Başkanlığı görevini sürdürmüştür. 30 Mart 2014 tarihinde yapılan yerel seçimlerde ise yeniden Milliyetçi Hareket Partisi'nden aday olmuş ve kazanmıştır. Ergün, bu seçimle birlikte Manisa'nın ilk Büyükşehir Belediye Başkanı olma unvanını da almıştır. 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde de %52.77 oy alarak Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Manisa'da üç dönem üst üste seçilen ilk başkan olan Ergün, evli ve iki çocuk babasıdır (http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx Erişim Tarihi: 15.04.2021).

En Az Retweet Alan Tweet	0
Ortalama Retweet Sayısı	2.550
Toplam Retweet Sayısı	742.163

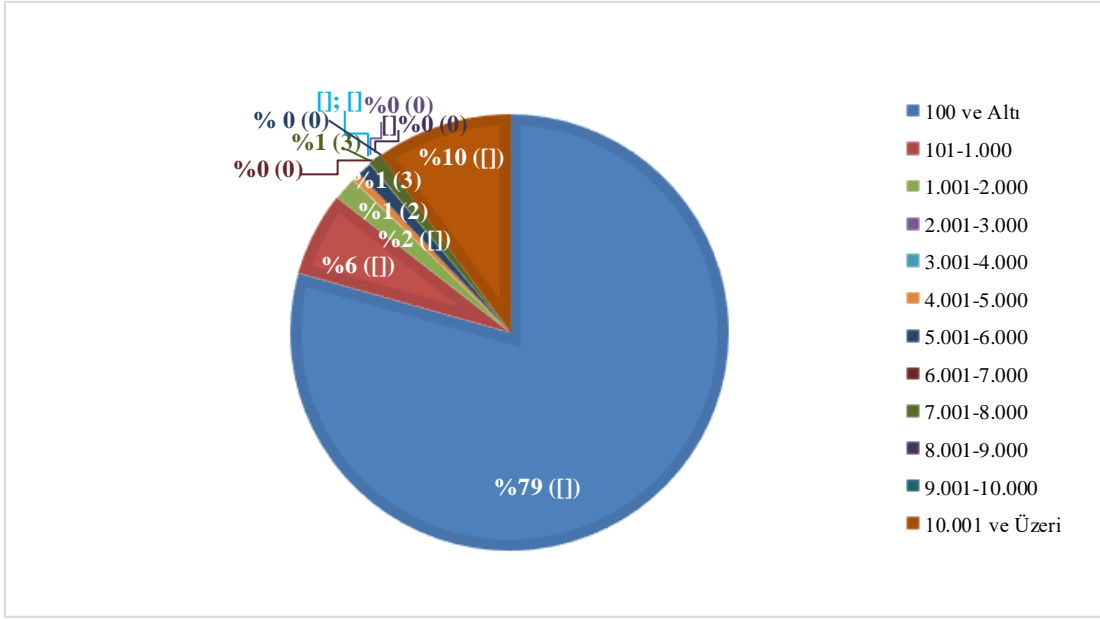
Cengiz Ergün tarafından paylaşılan tüm tweetlere ait toplam beğeni sayıları 12 kategoride incelenmiştir. Ergün'ün 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde yapmış olduğu 291 paylaşıma ilişkin beğeni sayıları yer alan Grafik 9'da görülmektedir.



Grafik 9: Cengiz Ergün Tarafından Yapılan Paylaşımların Beğeni Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 9'da Cengiz Ergün tarafından yapılan paylaşımlarda "4.001 ile 5.000", "5.001 ile 6.000", "6.001 ile 7.000", "7.001 ile 8.000", "8.001 ile 9.000" ve "9.001 ile 10.000" arası hiç beğeni sayıları olmadığı dikkat çekmektedir. Ergün'ün paylaştığı tweetlerin en az "1.001 ile 2.000" ve "3.001 ile 4.000" arasında beğeni sayısına sahip olduğu, en fazla ise "100 ve altı" beğeni sayısına ulaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, Ergün'ün paylaştığı tweetlerin %65'i (190) "100 ve altı", %16'sı (47) "101 ile 1.000", %14'ü (40) "10.001 ve üzeri", %3'ü (7) "2.001 ile 3.000", %1'i (4) "1.001 ile 2.000" ve %1'i (3) "3.001 ile 4.000" arası beğeni sayısına ulaşmış bulunmaktadır. Bu bağlamda, Ergün tarafından yapılan paylaşımların önemli bir kısmının 100 ve altı beğeni sayısına sahip olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

Tablo 5'te, Cengiz Ergün'ün 13 Mart 2020 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter hesabından gerçekleştirdiği ve Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle yurtdışından dönecek olan Türk vatandaşlarına yönelik bilgilendirme içeren "RETWEET edin, yurt dışından dönüşlerde 14 Gün Kuralı yayılsın." retweeti 84.700 ile en çok retweet edilen paylaşım olarak göze çarpmaktadır. Ergün'ün yapmış olduğu 291 Twitter paylaşımı içerisinde hiç retweet almayan 22 paylaşımının olduğunu da vurgulamak gerekmektedir. Ayrıca Ergün'ün ortalama retweet sayısının 2.550 olduğu ve tüm tweetlerinin toplamda 742.163 retweet sayısına ulaşmış olduğu göze çarpmaktadır. Grafik 10'da yer alan verilere bakıldığında, Cengiz Ergün'ün tüm tweetlerinin retweet sayıları ve oranlarının belirlenen 12 kategori içerisinde değerlendirildiği görülmektedir.



Grafik 10: Cengiz Ergün Tarafından Yapılan Paylaşımların Retweet Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Grafik 10’da Cengiz Ergün’ün Twitter hesabından gerçekleştirdiği 291 paylaşımın “2.001 ile 3.000”, “3.001 ile 4.000”, “6.001 ile 7.000”, “8.001 ile 9.000” ve “9.001 ile 10.000” arası retweet sayılarına sahip olmadığı göze çarpmaktadır. Ergün’ün en az “4.001 ile 5.000”, “5.001 ile 6.000” ve “7.001 ile 8.000” arasında retweete, en fazla ise “100 ve altı” arasında retweete sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Ergün’ün Twitter hesabından paylaştığı tweetlerin retweet sayıları kategoriler içerisinde değerlendirildiğinde; %79’unun (231) “100 ve altı”, %10’unun (29) “10.001 ve üzeri”, %6’sının (18) “101 ile 1.000”, %2’sinin (5) “1.001 ile 2.000”, %1’inin (3) “5.001 ile 6.000” ve %1’inin (2) “4.001 ile 5.000” arası beğeni sayısına sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, Ergün’ün %85’ine karşılık gelen 249 tweetin 1.000 kişi tarafından retweet edilerek, yeniden paylaşıldığını vurgulamak mümkündür.

4. SONUÇ

İnternetin ortaya çıkması ve hızla gelişim göstermesiyle birlikte iletişim teknolojilerinde de yeni bir dönem başlamıştır. Söz konusu dönem içerisinde internetin sağladığı ayrıcalıklar sayesinde iletişim araçları birçok önemli özelliğe sahip olmuş ve bireyler için iletişim daha farklı bir noktaya evrilmiştir. Bu zamana kadar geleneksel medya araçları aracılığıyla, interaktif iletişime kapalı bir şekilde gerçekleştirilen, bireylerin edilgen ve alıcı konumda olduğu Web 1.0 iletişiminden, karşılıklı iletişimin sağlandığı, bireylerin hem üretici hem de etken konumda yer aldığı Web 2.0 teknolojisine geçilmesiyle birlikte internetin önemi daha da artmıştır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte sosyal medyanın teknik açıdan altyapısı oluşmuş ve günümüzde çok popüler olan Facebook, YouTube, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları kurulmuştur. Sosyal medya platformları bireylere, zaman ve mekân kısıtlaması olmadan sınırsız bilgiye, hızlı, anlık, şeffaf, ücretsiz ve kolayca ulaşma imkânı sağlamakta, onların karşılıklı bir iletişim ve etkileşim ortamında içerikler üretmelerine ve içerikleri paylaşmalarına fırsat vermektedir. İnternetin ve sosyal medya platformlarının kullanıcılara sağladığı tüm bu özellikler sayesinde bireyler duygularını, düşüncelerini, olumlu ya da olumsuz eleştirilerini, tecrübelerini paylaşma noktasında daha aktif ve özgür hale gelmektedirler. Dolayısıyla toplumun dahil olduğu sosyal medya platformları, büyükşehir belediye başkanlarının da katıldıkları, göz ardı edemeyecekleri bir alan haline gelmiştir.

İnternetin, sosyal medyanın ortaya çıkması ve gelişmesinin ardından siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim çalışmalarını geleneksel medya araçlarının yanında sosyal medya platformları üzerinden de sürdürmeye başlamıştır. Günümüzde Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle büyükşehir belediye başkanları sosyal medya platformlarını topluma ulaşmak amacıyla sıklıkla kullanmaktadırlar. Söz konusu salgın hastalık, insanlık tarihi içerisinde, dünya genelinde birçok ölüme neden olmaktadır. Dünya ülkeleri söz konusu salgın hastalığın bulaşma hızını ve ölüm oranlarını en aza indirmek amacıyla birçok önlem ve karar almaktadır. Bu önlemlerin temelinde de yüz yüze görüşmelerin, kalabalık ortamlarda bir arada olmanın kısıtlanması gibi yani bireylerin birbirleriyle temasını en aza indirmelerini sağlamak yer almaktadır. Bu nedenle, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde siyasi liderler ve

büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla sosyal medya platformlarını tercih etmektedirler. Siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları sosyal medya platformlarını özellikle Twitter aracılığıyla topluma doğrudan ulaşmakta hem salgın hastalığa yönelik gelişmeleri, bilgilendirmeleri, önerileri, destek kampanyalarını hem de genel olarak tüm faaliyetlerini bu platformlardan zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın aktarmaktadırlar. Aynı şekilde toplumdan da pandemi sürecine yönelik geribildirimler alabilmektedirler.

Bu çalışmada, büyükşehir belediye başkanlarından Ekrem İmamoğlu'nun hem toplam beğeni sayısı hem de ortalama beğeni sayısına bakıldığında, takipçileri tarafından en çok kabul gören ve onaylanan büyükşehir belediye başkanı olurken, toplam beğeni sayısı ve ortalama beğeni sayısı açısından onu sırasıyla Mansur Yavaş, Cengiz Ergün, Alinur Aktaş ve Fatma Şahin izlemektedir. Büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde hem Twitter hesapları üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşım sayıları hem de takipçi sayıları farklılık göstermektedir. Bu durum göz önüne alındığında ve ortalama beğeni sayısı değerlendirildiğinde, sonucun değişmediği görülmektedir. Diğer taraftan, Cengiz Ergün'ün araştırma içerisinde en az takipçi sayısına ve en az paylaşım sayısına sahip büyükşehir belediye başkanı olarak en çok kabul gören ve onaylanan üçüncü başkan olması da oldukça dikkat çekicidir. Bu durumu, Ergün'ün gerçekleştirmiş olduğu retweet paylaşımlarının beğeni sayılarının yüksek olması ile açıklamak mümkündür. Aynı şekilde Fatma Şahin'in paylaşım ve takipçi sayısı Alinur Aktaş'a göre, Aktaş'ın gerçekleştirmiş olduğu retweet paylaşımlarının beğeni sayılarının ise Şahin'e göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Büyükşehir belediye başkanlarının Twitter paylaşımlarının aldığı retweet sayıları değerlendirildiğinde, Ekrem İmamoğlu, en çok retweet edilen büyükşehir belediye başkanı olurken, onu sırasıyla Mansur Yavaş, Cengiz Ergün, Alinur Aktaş ve Fatma Şahin takip etmektedir. Bu bağlamda, özellikle İmamoğlu ve Yavaş'ın gerçekleştirdiği Twitter paylaşımları takipçileri tarafından yeniden retweet edilerek paylaşılmaktadır. Söz konusu iki büyükşehir belediye başkanı ile kıyaslandığında daha az sayıda da olsa Ergün, Aktaş ve Şahin'in de paylaştıkları mesajları da takipçileri tarafından retweet edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, A. (2021). Alinur Aktaş Özgeçmiş <https://www.bursa.bel.tr/baskan#ozgecmis> Erişim Tarihi: 19.03.2021
- Aktaş, A. (2020). <https://twitter.com/Alinuraktas70> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Anadolu Ajansı. (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/saglik-bakani-koca-turkiyede-ilk-koronavirus-vakasinin-goruldugunu-acikladi/1761466> Erişim Tarihi: 14.03.2020
- Aziz, A. (2019). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aziz, A. (2020). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Aljazeera. (2020). Timeline: How the new coronavirus spread. <https://www.aljazeera.com/news/2020/9/20/timeline-how-the-new-coronavirus-spread> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Bag, M., & Sade, G. (2020). Dünyada Covid-19: İlk 4 ayında neler yaşandı? Salgının seyri ne durumda? <https://tr.euronews.com/2020/05/04/dunyada-covid-19-salg-n-n-ilk-100-gununde-yasananlar-ilk-nerede-ortaya-c-kt-nas-l-yay-ld> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020a). Coronavirus disease (COVID-19). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020b). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Eren, B. (2015). Twitter ve Siyasal İletişim. S. Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu içinde, İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter, ss. 17-32). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Ergün, C. (2020). <https://twitter.com/cengizergun> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Ergün, C. (2021). Cengiz Ergün Özgeçmiş http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx Erişim Tarihi: 15.04.2021

- Hong , S., & Nadler, D. (2012). Which candidates do the public discuss online in an election campaign?: The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience. *Government Information Quarterly*, 455-461.
- Katz, J., Barris, M., & Jain, A. (2013). *The Social Media President: Barack Obama and The Politics of Digital Engagement*. New York: Palgrave Macmillan.
- İmamoğlu, E. (2020). https://twitter.com/ekrem_imamoglu Erişim Tarihi: 01.03.2020
- İmamoğlu, E. (2021). Ekrem İmamoğlu Kimdir? <https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/> Erişim Tarihi: 13.02.2021
- Meriç, Ö. (2015). 140 Karakter ile Siyaset Konuşmak: Twitter ve Siyasetçi - Yurttaş Etkileşimi. (Ed. Karakulakoğlu, S., & Uğurlu, Ö.). *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter*, ss. 33-58). Heretik Basın Yayın, Ankara.
- Muccari, R., Chow, D., & Murphy, J. (2020). Coronavirus timeline: Tracking the critical moments of Covid-19. <https://www.nbcnews.com/health/health-news/coronavirus-timeline-tracking-critical-moments-covid-19-n1154341> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Şahin, F. (2020). <https://twitter.com/FatmaSahin> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Şahin, F. (2021). Fatma Şahin Biyografisi <https://fatmasahin.net/biyografisi/> Erişim Tarihi: 27.03.2021
- Wolton, D. (1991). Medya, Siyasal İletişimin Zayıf Halkası. *Birikim Dergisi*, 51-58.
- Yavaş, M. (2020). <https://twitter.com/mansuryavas06> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Yavaş, M. (2021). Mansur Yavaş Özgeçmiş <http://www.mansuryavas.com.tr/> Erişim Tarihi: 26.02.2021