

## **YEREL YÖNETİMLERDE TANIMA FAALİYETLERİ BAĞLAMINDA VATANDAŞLA ETKİLEŞİM ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TRABZON BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ**

İbrahim Ethem ERDİNÇ  
Trabzon Üniversitesi, Türkiye  
ethemerinc@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-4256-917X>

### **ÖZ**

Yerel yönetimlerin halkla ilişkiler bağlamında uyguladığı tanıma faaliyetlerinin etkinliği, vatandaş ile yönetim arasındaki etkileşimin niteliğini ve dolayısıyla yönetimin başarısını doğrudan etkilemektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlarla olan etkileşim düzeyi, bu etkileşimde geleneksel ve yeni yöntemlerden hangisinin daha çok kullanıldığı ve bu yöntemlerin yaş, eğitim ve gelir değişkenleri ile olan ilişkisi incelenmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında 04-11 Ocak 2020 tarihleri arasında Trabzon'da il merkezinde yaşayan 400 kişiye yüz yüze anket uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Sonuç olarak Trabzon'da yaşayan vatandaşların belediyenin kendileri ile yeterince etkileşim kurduğunu düşünmedikleri görülmüştür. Vatandaşlar belediye ile etkileşim kurmak istediğinde yeni medya araçlarını kullanmaktan daha çok geleneksel yöntemleri tercih etmektedir. Yeni medya araçları ise daha çok gençler tarafından tercih edilmektedir. Eğitim ve gelir düzeyi görece yüksek olan vatandaşlar ise hem geleneksel yöntemlerle hem de yeni medya araçları aracılığıyla talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarma açısından daha aktiftir.

*Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Etkileşim*

## **A RESEARCH ON INTERACTION WITH CITIZENS IN THE CONTEXT OF RECOGNITION ACTIVITIES IN LOCAL GOVERNMENTS: TRABZON METROPOLITAN MUNICIPALITY**

### **ABSTRACT**

The effectiveness of the recognition activities implemented by local governments in the context of public relations directly affects the quality of the interaction between the citizen and the administration and therefore the success of the administration. Based on this point, in this study, the level of interaction of Trabzon Metropolitan Municipality with citizens, which of the traditional and new methods are used in this interaction and the relationship of these methods with age, education and income variables are examined. In this study, questionnaire technique was used as a data collection tool. Within the scope of the study face-to-face questionnaire was applied to 400 people living in the city center of Trabzon between 04-11 January 2020. The data obtained were analyzed through the SPSS program. As a result, it was observed that the citizens living in Trabzon did not think that the municipality interacted with them sufficiently. When citizens want to interact with the municipality, they prefer traditional methods rather than using new media tools. New media tools are mostly preferred by young people. Citizens with relatively high education and income levels are more active in conveying their demands and complaints to the municipality, both through traditional methods and through new media.

*Keywords: Local Governments, Public Relations, Interaction*

## **GİRİŞ**

Günümüzde yerel yönetimlerin çeşitli altyapı ve üst yapı hizmetlerini yerine getirmesi vatandaşın güven ve desteğini kazanmasına yeterli olmamaktadır. Bu güven ve desteği kazanabilmesi için yerel yönetimler halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemli bir bileşeni olan tanıtım faaliyetlerini etkin bir biçimde planlamalı, uygulamalı ve değerlendirmelidir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin politikaları, projeleri ve hizmetleri ile ilgili konularda vatandaşa danışması; onları bilgilendirmesi ve karar alma süreçlerine dâhil etmesi; vatandaşların talep, şikâyet ve önerilerini yönetime iletebilmesi için hızlı ve etkin kanallar oluşturması, bu kanalları teknolojinin tüm imkânlarını kullanarak niteliksel ve niceliksel açıdan geliştirmesi, vatandaşları bu kanalları nasıl kullanacakları konusunda bilgilendirmesi ve bu kanallar aracılığıyla geri bildirimlerde bulunması gerekmektedir.

Vatandaşlar kendileri ile yüz yüze iletişim kuran, kendisini önemseyen, dinleyen ve anlayan bir yerel yönetim anlayışı talep etmektedir. Bir başka ifadeyle vatandaş yönetimden kendisi ile etkileşim halinde olmasını beklemektedir. Bu etkileşimin sağlanabilmesi için ise yöneticiler seçim dönemlerinin dışında da ev ve iş yeri ziyaretleri yaparak vatandaşla buluşmalı ve onları dinlemelidir. Yönetimlerin belli sıklıkla kamuoyu araştırması yaparak vatandaşların nabzını tutması, sorumluluk alanlarına ilişkin tüm konularda veri toplaması gerekmektedir. Bu süreçte geleneksel yöntemlerle yeni iletişim teknolojileri bir arada etkin biçimde kullanılmalı, toplanan veriler bilimsel olarak analize tabi tutulmalıdır. Analize tabi tutulan bu veriler karar alma süreçlerinde odağa alınmalı ve özellikle vatandaşların ortak talepleri en üst düzeyde karşılanmalıdır.

Bu çalışmada, Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında yürüttüğü etkileşim odaklı çalışmalarda ne düzeyde inisiyatif aldığı, bu kapsamda geleneksel ve yeni teknoloji temelli yöntemleri ne düzeyde kullandığı, vatandaş tarafından bu çalışmaların ne düzeyde algılandığı ve oluşturulan etkileşim kanallarının kullanım düzeyinin vatandaşların demografik özelliklerine bağlı olarak nasıl farklılaştığı araştırılmıştır.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Yerel yönetimler, vatandaşların ihtiyaçlarını karşılayabilmek için onların talep ve şikâyetlerini sağlıklı bir biçimde belirlemelidir. Öner (2001:100)'e göre bu belirlemenin yapılabilmesi için yönetim ile halk arasında bir etkileşimin sağlanması gerekmektedir.

Vatandaşların talep ve şikâyetlerinin bir veri olarak toplanması, değerlendirilmesi ve hizmet politikalarının yapılan değerlendirilmelere uygun bir biçimde tasarlanması, icraatların uygulanabilirlik şansını da olabildiğince fazlaştırmaktadır (Kazancı, 1996: 135). Çünkü uygulamalardaki yanlışlar vatandaşların görüşleri doğrultusunda yönetimin karar ve uygulama birimleri tarafından görülerek düzeltilir. Toplumsal bir dirençle karşılaşma olasılığı olan icraatlar ise güncellenebilir ya da alternatifler üretilebilir (Yalçındağ, 1996: 101). Bu sayede yönetimin hizmet kalitesi ve buna bağlı olarak vatandaşın memnuniyeti artacaktır.

Etkileşim odaklı yerel yönetimin sağladığı bir diğer avantaj ise hedef gruplara iletilecek mesajların doğru belirlenmesi olasılığını artırmasıdır. Toplumla sürekli temas halinde olan, toplumdaki gelişme ve değişim dinamiklerinin nabzını tutabilen yönetimlerin hedef kitleye iletilecekleri mesajların içeriği onların beklentilerine uygun olacaktır. Bu mesajların biçimsel açıdan dikkat çekici ve akılda kalıcı bir biçimde tasarlanması, en uygun kanallar aracılığıyla hedef kitleye ulaştırılması da yine etkileşim odaklı yönetim sayesinde mümkün olabilmektedir.

Vatandaşların ihtiyaç ve beklentilerini zamanında ve istenilen düzeyde karşılayan ve doğru bilgiye dayalı, sürdürülebilir iletişim politikasına sahip bir belediyeçilik anlayışı büyük olasılıkla bir sonraki seçim döneminde de rakiplerine mukayeseyle daha avantajlı (Yılmaz & Bozkurt, 2006: 184-185) olacaktır.

Gerek vatandaş memnuniyetinin sağlanması gerekse bir sonraki seçimin kazanılması açısından büyük öneme sahip olan bu etkileşim, örgütle çevresi arasında köprü görevi gören (Uysal, 1998: 101) halkla ilişkiler birimleri aracılığıyla gerçekleştirilir.

Kamu yönetimi disiplini açısından halkla ilişkiler; "bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, etkileşime dayalı, sistemli ve sürekli çabalar" olarak tanımlanmaktadır. Bu etkileşim kamuoyunda kuruluşun, kuruluşta da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlanmasına hizmet etmektedir (Yalçındağ,1988: 57). Bu sistemli ve sürekli çabalar büyük ölçüde tanıma ve tanıtma faaliyetleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada yerel yönetimler ile vatandaş arasında nitelikli bir etkileşimin sağlanması amacıyla dönük olarak yürütülen bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak tanıma faaliyetlerine odaklanılmaktadır.

### **TANIMA FAALİYETLERİ**

Kazancı (2016: 157)'ya göre kısaca halkın isteğini öğrenmek anlamına gelen tanıma, yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla bazı konularda sorumluluğu bölüşmek, değişen koşulları ve onlarla ilişkili beklentileri öğrenmekle ilgilidir.

Yönetimin kararlarına temel teşkil edecek olan verilerin güvenilir ve güncel olması gerekmektedir. Bunun yanı sıra bu verilerin nesnel bir yaklaşımla analiz edilmesi ve çıkan sonuçlara uygun politikaların geliştirilmesi son derece önemlidir. Aksi takdirde çeşitli yöntemlerle elde edilen geri bildirimler ham veri olmanın ötesine geçemeyecektir ve amaçlara uygun bir fayda üretmeyecektir.

Yönetimin halkı tanınması, somut sorunlar karşısında çıkar kümelerinin düşündüklerini öğrenmesi halkla yönetim arasında kurulmuş olan uzlaşmayı sürdürübilmenin gerekli koşullarından biridir. Bu nedenle de halkla ilişkilerde tanıma işlevi, yönetilenle etkileşimde ikincil niteliği olan değil, vazgeçilmez, zorunlu bir çabadır. Tanıma faaliyetleri, kamuoyunun kamu kuruluşuna ilişkin eğilimlerini ölçmek ve halkta yönetime karşı olumlu tutumlar geliştirmek açısından önemlidir (Bensghir, 2000: 112-113). Hatta yönetimin yalnızca tanıma işlevinin gereklerini yerine getirmek için (Kazancı, 1980: 60) halkla kurduğu ilişkiler vardır.

Günümüzde vatandaşlar, çevrelerinde olan biteni sorgulamakta, yönetimden isteklerini dikkate almasını ve çözüm üretmesini beklemektedir. Vatandaşlar artık yalnızca kapısının önünden çöpünü zamanında alan, içme suyunu arıtan, park yapan yerel yönetimi değil, bununla birlikte olumlu algıladığı yönetimi desteklemekte ve ona güvenmektedir. Yerel yönetimde olumlu imaj, iyi hizmet üretmenin ötesinde, stratejik bir sürece dönüşmüştür. (Türk& Akçay, 2010: 142). Türk &Akçay (2010: 148)'a göre olumlu bir imaja sahip olmak çoğu zaman kurumlar açısından kaliteli hizmet sunmaktan bile daha önemli olabilmektedir.

Bu bağlamda artık yerel yönetimlerin seçmenin güvenini kazanabilmesi için ideolojik birlikteliğin ve kaliteli hizmet sağlamanın ötesinde ticari bir kuruluş gibi hareket etmesi (İlban&Biçimveren, 2017:76) ve hedef kitleyle sürekli etkileşim halinde olması gerekmektedir.

Halka yakın, halkla bütünleşmiş bir yerel yönetimi ve yönetimden memnun kent halkını oluşturmak için belediyenin, halkla etkili ilişkiler kurabileceği haberleşme kanallarını açık tutması ve halka karşı açık bir tutum sergilemesi, halkın ihtiyaçlarını, şikâyet ve yakınmalarını dikkate alması önemlidir. Aksi halde yönetimden hoşnut olmayan kent halkı profili ortaya çıkmakta, bu ise gerek halkın maddi desteği, gerekse belediye başkanlarının siyasi geleceği açısından tehlikeli bir durum ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan yerel yönetim büyük ölçüde bir halkla ilişkiler ve vatandaş tanıma konusudur (Ertekin, 1995: 8) denilebilir.

Tanıma faaliyetleri kapsamında; halkla yüz yüze iletişim kurmak, kamuoyu araştırmaları yapmak, vatandaşın doğrudan başvuru yapabildiğini sağlayacak çevrim içi ve çevrim dışı birimler oluşturmak, sivil toplum kurumları ile iletişime geçmek, belirlenmiş noktalara şikâyet kutuları yerleştirmek, geleneksel medyayı ve yeni medyayı izlemek gibi faaliyetler yapılmaktadır.

## **YÜZ YÜZE İLETİŞİM**

Yüz yüze iletişim, gelişen teknolojiye rağmen en etkili halkla ilişkiler faaliyetlerinden biri olma özelliğini korumaktadır. Halkla doğrudan temas halinde olan bir yönetim, mesajların iletilmesi ve geribildirim alınması süreçlerindeki olası parazitlerden ve bu parazitlerin yol açabileceği iletişim kazalarından kurtulabilir. Sürekliliği olan yüz yüze iletişim faaliyetleri sayesinde yöneten ile yönetilen arasında derinlikli ve etkin bir bağ kurulabilir. Medya ya da yeni teknolojilerle aracılanmış iletişim faaliyetlerinde halkın gerçek ihtiyaç, talep ve şikâyetlerine ilişkin verilerin filtrelenerek yönetime ulaşmaması, dezenformasyon ve manipülasyon gibi nedenlerle yönetimin eksik yada yanlış bilgiler toplaması olasılığı vardır. Bu yanlış bilgilere dayalı olarak alınacak kararlar ve bu kararlara bağlı uygulamalar ise vatandaş memnun etmeyebilir. Buna karşın yüz yüze iletişim bu olası riskleri azaltmakta ve her bilginin doğrudan vatandaş tarafından teyit edilmesini mümkün kılmaktadır. Yönetilenle sınırlı iletişimi olan bir yönetim niceliksel olarak ne kadar proje ya da hizmet ürettiğini bilebilir ancak; halkın bunu nasıl algıladığı ile bilgisi yetersiz olabilir. Alınan kararlar ve gerçekleşen uygulamaların vatandaşın öncelikleriyle ne kadar paralel olduğu konusu en iyi yüz yüze iletişimle anlaşılabilir.

Yerel yönetimlerin hemen tümünde belediye başkanları tarafından düzenlenen ve “halk günleri” adı verilen toplantılar etkileşim bağlamında iyi bir açılım sağlamaktadır. Bu toplantıların yapılmasındaki amaç, halkın belediye başkanları başta olmak üzere kent yöneticileriyle yüz yüze görüşmelerinin sağlanması ve halkın sorunlarını, isteklerini ve beklentilerini doğrudan başkana iletmesidir. Vatandaşların istediği her an başkanla görüşme fırsatının olmaması ve bunun ötesinde başkanla görüşmek için randevu almaktaki zorluklar (Yıldırım, 2014: 82) bu tür günler düzenlenmesinin önemini artırmaktadır.

## **KAMUOYU ARAŞTIRMASI**

Genellikle anket yöntemiyle yapılan kamuoyu araştırmaları aracılığıyla da nitelikli veriye erişmek mümkündür. Bu yöntem kapsamında belli konularda vatandaşın bilgi, algı, tutum, farkındalık, memnuniyet düzeyini vb. ölçmek için hedef kitleyi temsil edecek sayıda kişiye ulaşılarak onlara önceden hazırlanmış sorular sorulmaktadır. Bu tür araştırmaların genellenebilir sonuçlar ortaya koyması, belediye yönetiminin vatandaşların hangi konuya öncelik ve önem verdiğini anlamasına, dolayısıyla gerçekçi bir stratejik plan hazırlamasına yardımcı olmaktadır.

Bu araştırmalar kamu kuruluşunun kendi halkla ilişkiler birimi aracılığı ile yapılabilir ya da başka kuruluşlarca yapılmış araştırmalardan yararlanılabilir. Burada önemli olan, uygulanan araştırmanın; tutarlı, yansız ve gerçekleri yansıtacak şekilde (Yalçındağ, 1986: 154) olmasıdır.

## **VATANDAŞIN ŞİKÂYET VE TALEPLERİNİ İLETEBİLECEĞİ ETKİLEŞİM KANALLARI OLUŞTURMAK**

Vatandaşlar yerel yönetimlere talep ve şikâyetlerini çeşitli kanallar aracılığıyla iletebilmektedir. Bu kanalların niceliği ve etkinliği alınacak kararların uygunluğu ve vatandaşa sunulan hizmetin kalitesinin artırılması bakımından önemlidir. Bu bağlamda genellikle üç iletişim kanalı kategorisinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan birincisi vatandaşın belediye başkanına doğrudan ulaşabileceği e-posta ve sosyal medya hesaplarıdır. İkincisi belediyenin kurumsal iletişim kanallarıdır. Bu kapsamda belediyenin kurumsal web sayfası, çağrı merkezi, e-posta hesabı, sosyal medya hesapları ve Whatsapp İletişim Hatları yer almaktadır. Üçüncüsü ise belediyeler tarafından çözüm masası mantığıyla oluşturulmuş olan (Beyaz masa, Mavi Masa, Bordo-Mavi Masa vb.) iletişim birimleridir. Bu birimlerle iletişime geçmek için ise bu birimlerin telefon hatları, e-posta hesapları, sosyal medya hesapları ve Whatsapp İletişim hatları kullanılabilir.

Ön plana çıkan bu üç iletişim kategorisinin de internet temelli yeni teknolojilerle iç içe olduğu görülmektedir. Yeni iletişim teknolojileri hem bağımsız olarak yeni iletişim kanallarının açılmasına imkan sağlamak hem de geleneksel birimlere entegre edilerek iletişimin etkinliğini ve verimliliğini

artırabilmektedir. Bu bağlamda yukarıda sıralanan üç iletişim kategorisi göz önüne alındığında belediyeye talep veya şikâyetini iletmek isteyen bir vatandaş aşağıda sıralanan şu yöntemlere başvurabilmektedir:

Belediye başkanın e-posta ya da sosyal medya hesaplarına ileti göndermek. Belediye başkanının sosyal medya hesabını etiketleyerek kendi hesabı üzerinden paylaşım yapmak.

Belediyenin e-posta hesabına ya da sosyal medya hesaplarına ileti göndermek, belediyenin kurumsal sosyal medya hesabını etiketleyerek kendi hesabı üzerinden paylaşım yapmak, belediyenin çağrı merkezini aramak ya da belediyenin Whatsapp iletişim hattına Whatsapp mesajı göndermek.

Çözüm masası birimine doğrudan giderek bir dilekçe yazmak, birimi telefonla aramak, birimin e- posta hesabına ya da sosyal medya hesaplarına ileti göndermek, birimin kurumsal sosyal medya hesabını etiketleyerek kendi hesabı üzerinden paylaşım yapmak, ya da birimin iletişim hattına Whatsapp göndermek.

### **MEDYA İZLEME**

Medya, vatandaş ile yönetim arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu yüzden yöneticiler halkla ilişkiler anlayışı içinde, vatandaş talep ve şikâyetlerini öğrenebilmek için, medyadan yararlanmalıdır (Kazancı, 2016: 175-176). Bu amaçla belediyeler geleneksel bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak ulusal ve yerel medyada haklarında çıkan haberleri takip etmektedir. Bu sayede diğer tanıma faaliyetleri aracılığıyla tespit edilememiş olan bazı sorunlar belirlenmekte ve gereği yapılmaktadır. Yeni medyanın doğuşuyla birlikte bu izleme faaliyetlerinin kapsam ve derinliğinin artırılması kaçınılmaz bir gereklilik olarak ortaya çıkmıştır.

### **SOSYAL MEDYANIN İZLENMESİ**

Çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımını mümkün kılan bir medya sistemi olarak sosyal medya, vatandaşların yöneticilerle etkileşim kurmasına, talep, şikâyet ve görüşlerini yönetime aktarabilmesine olanak sağlamaktadır. Yöneticilerin sosyal medyayı yalnızca bir tanıtma aracı olarak değil, vatandaşların talep, şikâyet ve görüşlerini hızlı bir biçimde öğrenmek amacıyla bir başka ifadeyle tanıma amaçlı olarak da etkin biçimde kullanması gerekmektedir. Bunun için belediye yöneticilerinin gerek kişisel sosyal medya hesaplarının gerekse belediyenin kurumsal hesaplarının yönetilmesinde sosyal medya uzmanı olan iletişim profesyonellerinden hizmet satın alması gerekmektedir. Yönetim bu uzmanlarla belli sıklıkla bir araya gelerek tüm mecralardan elde edilen verileri diğer yöntemlerle toplanan verilerle birlikte analiz etmelidir.

### **ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI**

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de vatandaş ile yerel yönetimler arasındaki etkileşim düzeyini Trabzon örneği üzerinden analiz etmektir. Bu bağlamda çalışma üç temel hedefe odaklanmaktadır. Bu hedeflerden birincisi Trabzon Büyükşehir Belediyesi’nin vatandaşlara erişimine ilişkin algı düzeyini ölçmektir. İkincisi vatandaşların Trabzon Büyükşehir Belediyesi’ne erişim amacıyla başvurduğu geleneksel ve yeni yöntemlerin düzeyini belirlemektir. Üçüncüsü ise vatandaşların demografik özellikleri ile bu erişim yöntemleri arasında bir ilişki olup olmadığını ortaya koymaktır.

Çalışma kapsamında 04-11 Ocak 2020 tarihleri arasında Trabzon’da il merkezinde yaşayan 400 kişiye yüz yüze anket uygulanmış ve 384 anket analiz için uygun bulunmuştur. Çalışmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde siyasal katılımı ilgili daha önce yapılmış araştırmalardan yola çıkılarak hazırlanan 5’li likert tipinde 9 madde ve 3 boyuttan oluşan Vatandaş – Belediye Etkileşim Yöntemleri Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek uyarlama çalışmalarına ilişkin bilgiler, bulgular bölümünde sunulmuştur. Araştırmanın ikinci kısmında ise katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır.

### **ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

Vatandaşların yaşadığı ilin belediyesine erişim amacıyla başvurduğu geleneksel ve yeni yöntemler ile demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi dönük hipotezler ise şöyle sıralanmaktadır.

**H1:** Vatandaşların yaş düzeyi ile belediyeye yeni medya aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H2:** Vatandaşların eğitim düzeyi ile belediyeye yeni medya aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H3:** Vatandaşların gelir düzeyi ile belediyeye yeni medya aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4:** Vatandaşların yaş düzeyi ile belediyeye geleneksel yöntemler aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5:** Vatandaşların eğitim düzeyi ile belediyeye geleneksel yöntemler aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H6:** Vatandaşların gelir düzeyi ile belediyeye geleneksel yöntemler aracılığıyla erişim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### **ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEK**

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki ana kısımdan oluşmuştur. İlk bölümde Literatürden yararlanılarak tasarlanan 5'li likert tipinde ve 9 maddeden oluşan bir Vatandaş – Belediye Etkileşimi ölçeği bulunmaktadır. Bu ölçek vatandaşlar ile belediye arasındaki etkileşimin düzeyini ölçmeyi amaçlamaktadır. Ölçek 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; Belediyeye yeni medya ile erişim (3 madde), Belediyeye geleneksel yöntemle erişim (3 madde) ve Belediyenin vatandaşa erişimi, (3 madde) şeklinde oluşmuştur. Anket formunun ikinci bölümünde ise deneklerin demografik özelliklerini ölçmeye yarayan 3 adet soruya yer verilmiştir.

**Tablo 1: Vatandaş – Belediye Etkileşimi**

<b>Faktör 1 (Belediyeye yeni medya ile erişim)</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Özdeğer</b>	<b>Varyans Yüzdeleri</b>	<b><math>\alpha</math></b>
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Facebook aracılığıyla iletim	,908	4,083	45,37	,917
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Twitter aracılığıyla iletim	,925			
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Whatsapp iletişim hattını kullanarak iletim	,814			
<b>Faktör 2 (Belediyeye geleneksel erişim)</b>				
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesindeki ilgili birime doğrudan iletim	,873	1,888	11,24	,788
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine talep ve şikâyet kutusu ile iletim	,845			
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesindeki resmi talep ve şikâyet birimine iletim	,602			
<b>Faktör 3 (Belediyenin vatandaşa erişimi)</b>				
Yaşadığım ilin belediyesi sunduğu hizmetler hakkında beni bilgilendirir	,727	1,012	20,97	,803
Yaşadığım ilin belediyesi gerçekleştireceği projeler ile ilgili olarak fikrimi alır	,930			
Yaşadığım ilin belediyesi benimle iletişime geçerek şehirle ilgili talep ya da şikâyetlerim hakkında benden bilgi alır	,885			
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>0,839</b>			
<b>KMO Measure of Sampling Adequacy.</b>	<b>0,785</b>			
<b>Toplam varyans</b>	<b>77,58</b>			
<b>Bartlett's Test of Sphericity</b>	<b>X= 2061,261 Df= 36 p=,000</b>			

Vatandaş- Belediye Etkileşimi ölçeğinin güvenilirlik oranının (Cronbach's Alpha) .839 olduğu belirlenmiştir. Ölçekteki ifadelerin faktör yükleri, öz değerleri ve varyans yüzdeleri tablo 1'de gösterilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin üç faktörden oluştuğu görülmüştür. Bu üç faktör Vatandaş -Belediye Etkileşimi yöntemleri ölçeğindeki toplam varyansın % 77,58'ini açıklamaktadır.

Birinci faktör; 'Belediyeye Yeni Medya Aracılığıyla Erişim'dir. Bu faktörün güvenilirlik derecesi ,917'dir. 3 maddeden oluşan bu faktör toplam varyansın % 45,37'sini açıklamaktadır. Faktör; Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Facebook aracılığıyla iletim, Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Twitter aracılığıyla iletim, Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine Whatsapp iletişim hattını kullanarak iletim maddelerinden oluşmaktadır.

İkinci faktör; ‘Belediyeye Geleneksel Erişim’dir. Bu faktörün güvenilirlik derecesi,788’dir. 3 maddeden oluşan bu faktör toplam varyansın % 11,24’ünü açıklamaktadır. Faktör, Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesindeki ilgili birime doğrudan iletirim, Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesine talep ve şikâyet kutusu ile iletirim, Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi yaşadığım ilin belediyesindeki resmi talep ve şikâyet birimine (bordo mavi masa) iletirim maddelerinden oluşmaktadır.

Üçüncü faktör; ‘Belediyenin Vatandaşa Erişimi’ faktörüdür. Bu faktörün güvenilirlik derecesi, 803’tür. Üç maddeden oluşan bu faktör toplam varyansın % 20,97’sini açıklamaktadır. Faktör; Yaşadığım ilin belediyesi sunduğu hizmetler hakkında beni bilgilendirir, Yaşadığım ilin belediyesi gerçekleştireceği projeler ile ilgili olarak fikrimi alır, Yaşadığım ilin belediyesi benimle iletişime geçerek şehirle ilgili talep ya da şikâyetlerim hakkında benden bilgi alır maddelerinden oluşmaktadır.

## **BULGULAR**

### **KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ**

Tablo 2’ye göre 384 katılımcının 175’i kadın, 209’u ise erkektir. Yüzdesele olarak ifade etmek gerekirse katılımcıların %45,6’sı kadın; 54,4’ ü erkektir.

**Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyeti**

<b>Cinsiyet</b>	<b>Frekans</b>	<b>Ortalama</b>
Kadın	175	45,6
Erkek	209	54,4
<b>Toplam</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Tablo 3’e göre katılımcıların % 23,7’si 18-25; % 27,6’sı 26-35; %25’i 36-45; %15,6’sı 46-55 yaş aralığındadır. % 8’lik bir kesim ise 56 ve üzeri bir yaş grubunda yer almaktadır.

**Tablo 3: Katılımcıların Yaşı**

<b>Yaş</b>	<b>Frekans</b>	<b>Ortalama</b>
18-25 yaş	91	23,7
26-35 yaş	106	27,6
36-45 yaş	96	25,0
46-55 yaş	60	15,6
56 ve üzeri	31	8,1
<b>Toplam</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların %18,5’inin ilköğretim; %29,9’unun lise; %43,5’inin üniversite; %8,1’inin ise lisansüstü düzeyinde bir eğitime sahip olduğu görülmektedir.



**Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Düzeyi**

Eğitim Düzeyi	Frekans	Ortalama
İlköğretim	71	18,5
Lise	115	29,9
Üniversite	167	43,5
Lisansüstü	31	8,1
Total	384	100,0

### **TRABZON BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NİN VATANDAŞLARLA ETKİLEŞİME GEÇME DURUMU**

Tablo 5'e bakıldığında genel olarak Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlarla iletişime geçme durumuna dönük vatandaş algısının ideal bir düzeyde olmadığı görülmektedir. Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin şehirde sunacağı hizmetlerle ilgili olarak vatandaşların fikrini yeterince almadığına dönük bir algının var olduğu görülmektedir (1,80). Vatandaşların talep ve şikâyetlerinin toplanmasına yönelik girişimler açısından da Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin performansına dönük algılama ortalama değerinin altında kalmaktadır (1,79). Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerle ilgili olarak vatandaş yine yeterince bilgilendirilmediğini düşünmektedir. Çünkü bu konuda da verilen olumlu cevaplar ortalama değerinin altında kalmaktadır (2,35).

**Tablo 5: Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin Vatandaşlarla Etkileşime Geçme Durumu**

Betimleyici istatistik				
	katılımcı	Min	Max	ort
Trabzon Büyükşehir Belediyesi sunduğu hizmetler hakkında beni bilgilendirir	384	1	5	2,35
Trabzon Büyükşehir Belediyesi gerçekleştireceği projeler ile ilgili olarak fikrimi alır	384	1	5	1,8
Trabzon Büyükşehir Belediyesi benimle iletişime geçerek şehirle ilgili talep ya da şikâyetlerim hakkında benden bilgi alır	384	1	5	1,79

### **VATANDAŞLARIN TRABZON BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ İLE GELENEKSEL YÖNTEMLER ARACILIĞIYLA ETKİLEŞİME GEÇME DURUMU**

Tablo 6'ya bakıldığında genel olarak vatandaşların Trabzon Büyükşehir Belediyesi ile iletişime geçmek için geleneksel yöntemleri yeni medya araçlarına mukayeseyle daha çok tercih ettikleri görülmektedir. Vatandaşlar şehirle ilgili talep ve şikâyetlerini belediyeye doğrudan (2,86), şikâyet kutusu ile (2,72) ve resmi talep ve şikâyet birimi aracılığıyla (Bordo Mavi Masa) (2,51) ortalama değerinin üstünde bir düzeyde iletmektedir.

**Tablo 6: Vatandaşların Trabzon Büyükşehir Belediyesi ile Geleneksel Yöntemler Aracılığıyla Etkileşime Geçme Durumu**

<b>Betimleyici İstatistik</b>				
	Katılımcı	Min	Max	Ort
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi belediyenin ilgili birimine doğrudan iletim	384	1	5	<b>2,86</b>
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi belediyeye talep ve şikâyet kutusu ile iletim	384	1	5	2,72
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi resmi talep ve şikâyet birimine iletim	384	1	5	2,51

### **VATANDAŞLARIN TRABZON BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ İLE YENİ YÖNTEMLER ARACILIĞIYLA ETKİLEŞİME GEÇME DURUMU**

Tablo:7'ye göre Facebook (2,17), Twitter (2,11) ve Whatsapp (2,34) gibi yeni medya araçları katılımcılar tarafından ortalamanın altında kalan bir düzeyde tercih edilmektedir. En çok kullanılan yöntem Whatsapp iletişim hattını kullanarak başvurudur. En az kullanılan yöntemin ise Twitter aracılığıyla iletmek olduğu görülmektedir.

**Tablo 7: Vatandaşların Trabzon Büyükşehir Belediyesi ile Yeni Yöntemler Aracılığıyla Etkileşime Geçme Durumu**

<b>Betimleyici İstatistik</b>				
	Katılımcı	Min	Max	Ort
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi belediyeye Facebook aracılığıyla iletim	384	1	5	2,17
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi belediyeye Twitter aracılığıyla iletim	384	1	5	<b>2,11</b>
Şehirle ilgili talep ve şikâyetlerimi belediyeye Whatsapp iletişim hattını kullanarak iletim	384	1	5	2,34

### **TRABZON BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİNE ERİŞİM YÖNTEMLERİ İLE KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

#### **YAŞ İLE BELEDİYEYE YENİ MEDYA ARACILIĞIYLA ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Tablo 8'e göre katılımcıların yaşı ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu negatif yönlü ilişkinin önem düzeyi açısından en belirgin olduğu yeni medya aracının ise Facebook (,006) olduğu görülmektedir.

**Tablo 8: Yaş ile Belediyeye Yeni Medya Aracılığıyla Erişim Arasındaki İlişki**

Yeni Medya Aracılığıyla Erişim		Yaş
<b>Facebook Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	-,139**
	Sig. (2-tailed)	<b>0,006</b>
<b>Twitter Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	-,128*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,012</b>
<b>Whatsapp Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	-,113*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,027</b>

\* ve \*\* sırasıyla 0.05 ve 0.01 düzeyinde istatistiksel anlamlılıkları göstermektedir.

### **EĞİTİM DÜZEYİ İLE BELEDİYEYE YENİ MEDYA ARACILIĞIYLA ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Tablo 9'a göre katılımcıların yaşı ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu pozitif yönlü ilişkinin önem düzeyi açısından en belirgin olduğu yeni medya aracının ise Facebook (,008) olduğu görülmektedir.

**Tablo 9: Eğitim Düzeyi ile Belediyeye Yeni Medya Aracılığıyla Erişim Arasındaki İlişki**

Yeni Medya Aracılığıyla Erişim		Eğitim Düzeyi
<b>Facebook Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,134**
	Sig. (2-tailed)	<b>0,008</b>
<b>Twitter Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,127*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,013</b>
<b>Whatsapp Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,110*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,031</b>

\* ve \*\* sırasıyla 0.05 ve 0.01 düzeyinde istatistiksel anlamlılıkları göstermektedir.

### **GELİR DÜZEYİ İLE BELEDİYEYE YENİ MEDYA ARACILIĞIYLA ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Tablo: 10'a göre katılımcıların gelir düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında yalnızca Twitter kullanımı açısından anlamlı (,026) düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo: 10 Gelir Düzeyi ile Belediyeye Yeni Medya Aracılığıyla Erişim Arasındaki İlişki**

Yeni Medya Aracılığıyla Erişim		Aylık Ortalama Gelir Düzeyi
<b>Facebook Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	0,095
	Sig. (2-tailed)	0,064
<b>Twitter Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,114*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,026</b>
<b>Whatsapp Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	0,084
	Sig. (2-tailed)	0,099

\* 0.05 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

### YAŞ DÜZEYİ İLE BELEDİYEYE GELENEKSEL ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tablo 11'e göre katılımcıların yaş düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için geleneksel yöntemleri tercih etme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Tablo: 11 Yaş Düzeyi ile Belediyeye Geleneksel Erişim Arasındaki İlişki**

Geleneksel Erişim		Yaş
<b>Doğrudan</b>	PearsonCorrelation	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,983
<b>Talep Ve Şikâyet Kutusu Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	-0,069
	Sig. (2-tailed)	0,179
<b>Şikâyet Birimi Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	0,008
	Sig. (2-tailed)	0,872

### EĞİTİM DÜZEYİ İLE BELEDİYEYE GELENEKSEL ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tablo 12'ye göre katılımcıların eğitim düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için geleneksel yöntemleri tercih etme düzeyleri arasında doğrudan (**,001**) ve talep ve şikâyet birimi aracılığıyla başvuru açısından (**,012**) anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo: 12 Eğitim Düzeyi ile Belediyeye Geleneksel Erişim Arasındaki İlişki**

Geleneksel Erişim		Eğitim Düzeyi
<b>Doğrudan</b>	PearsonCorrelation	,175**
	Sig. (2-tailed)	<b>0,001</b>
<b>Talep ve Şikâyet Kutusu Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	0,05
	Sig. (2-tailed)	0,329
<b>Şikâyet Birimi Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,128*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,012</b>

\* ve \*\* sırasıyla 0.05 ve 0.01 düzeyinde istatistiksel anlamlılıkları göstermektedir.

## **GELİR DÜZEYİ İLE BELEDİYEYE GELENEKSEL ERİŞİM ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Tablo: 13 'e göre katılımcıların gelir düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye doğrudan iletmeleri arasında (,019) ve şikâyet birimi aracılığıyla iletmeleri arasında (,000) anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 13: Gelir Düzeyi ile Belediyeye Geleneksel Erişim Arasındaki İlişki**

		<b>Aylık Ortalama Gelir Düzeyi</b>
<b>Doğrudan</b>	PearsonCorrelation	,120*
	Sig. (2-tailed)	<b>0,019</b>
<b>Talep Ve Şikâyet Kutusu Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	0,044
	Sig. (2-tailed)	0,394
<b>Şikâyet Birimi Aracılığıyla</b>	PearsonCorrelation	,181**
	Sig. (2-tailed)	<b>0</b>

\* ve \*\* sırasıyla 0.05 ve 0.01 düzeyinde istatistiksel anlamlılıkları göstermektedir.

## **SONUÇ**

Halkla ilişkiler tanıma ve tanıtma faaliyetleri ekseninde gelişmekte olan bir kavramdır. Gerek özel gerekse kamu kurumlarının politikalarını kâr ya da kamu yararı yaratacak biçimde planlaması, uygulaması ve buna bağlı olarak itibarlarını yönetmesi tanıma ve tanıtma faaliyetlerine verilen önemle yakından ilgilidir. Bu tanıma ve tanıtma faaliyetlerinin bütünü “etkileşim” kavramıyla ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla başarılı bir itibar yönetiminin yolu hedef kitle ile nitelikli bir etkileşim kurmaktan geçmektedir.

Bu bağlamda vatandaşlarla etkileşim, belediyeler açısından da hizmet kalitesinin ve vatandaş memnuniyetinin artmasını sağlayan bir unsur olarak büyük önem arz etmektedir. Yerel yöneticiler nitelikli ve derinlikli bir etkileşim sayesinde hem kişisel itibarlarını hem de yönettikleri belediye ve bağlı kuruluşların itibarını doğru yönetme imkânına kavuşabilmektedir.

Belediyeler yapısı itibarıyla vatandaşların yaşam kalitesi ve standardı ile doğrudan ilişkili hizmetleri üreten, diğer bir ifadeyle onların yaşamlarına temas eden bir yönetim birimidir. İl ve ilçe Belediye başkanları ile belediye meclis üyeleri demokratik seçimlerle iş başına geldiğinden vatandaşa karşı sorumludurlar. Seçim kampanyası dönemindeki vaatlerini gerçekleştirmek, vatandaşların sorunlarını çözmek, onların meşru taleplerine cevap vermek gibi asli görevleri bulunmaktadır. Bu görevlerin gereğince yerine getirilebilmesi açısından vatandaşların talep ve şikâyetlerini belediyelere ulaştırabilmelerine olanak sağlayacak kanalların olabildiğince açık tutulması ve çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler vatandaş ile belediyeler arasındaki etkileşimin gelişmesine ve olgunlaşmasına aracılık etmektedir. Yeni iletişim mecraları vatandaşların belediye birimlerine daha kolay erişebilmesini ve daha hızlı geri dönüş almasını sağlamaktadır. Bununla birlikte geleneksel etkileşim yöntemleri de varlığını ve önemini korumaktadır.

Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlarla olan etkileşim düzeyi, bu etkileşimde geleneksel ve yeni yöntemlerden hangisinin daha çok kullanıldığı ve bu yöntemlerin yaş, eğitim ve gelir değişkenleri ile olan ilişkisi incelenmiştir.

Genel olarak Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlarla etkileşime geçme durumuna dönük vatandaş algısının ideal bir düzeyde olmadığı görülmüştür. Vatandaşlar Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin şehirde sunacağı hizmetlerle ilgili olarak kendi fikirlerine yeterince başvurmadığı algısına sahiptir. Benzeri bir durum vatandaşların talep ve şikâyetlerinin toplanmasına yönelik girişimler açısından

da söz konusudur. Vatandaşlar belediyenin bu konudaki performansını düşük bulmaktadır. Vatandaş, Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerle ilgili olarak da yeterince bilgilendirilmediğini düşünmektedir

Vatandaşların Trabzon Büyükşehir Belediyesi ile iletişime geçmek için geleneksel yöntemleri yeni medya araçlarına mukayeseyle daha çok tercih ettiği görülmüştür. Vatandaşlar şehirle ilgili talep ve şikâyetlerini belediyeye daha çok doğrudan, şikâyet kutusu ile veya resmi talep ve şikâyet birimi aracılığıyla (Bordo Mavi Masa) iletmektedir. Bununla birlikte geleneksel yöntemler kadar olmasa da Facebook, Twitter ve Whatsapp gibi yeni medya araçları da katılımcılar tarafından kullanılmaktadır. En çok kullanılan yöntem doğrudan başvurudur. En az kullanılan yöntemin ise Twitter aracılığıyla etkileşim olduğu görülmektedir.

Vatandaşların yaşı ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu negatif yönlü ilişkinin önem düzeyi açısından en belirgin olduğu yeni medya aracının ise Facebook olduğu görülmüştür. Bir başka ifadeyle yeni medya araçları gençler tarafından daha çok tercih edilmektedir.

Vatandaşların eğitim düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu pozitif yönlü ilişkinin önem düzeyi açısından en belirgin olduğu yeni medya aracının ise Facebook olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle vatandaşların eğitim düzeyi arttıkça talep ve şikâyetlerini belediyeye yeni medya araçları ile ulaştırma oranları da artmaktadır. Bunun için de en fazla Facebook kullanılmaktadır.

Vatandaşların gelir düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için yeni medya araçlarını tercih etme düzeyleri arasında yalnızca Twitter kullanımı açısından anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu da gelir düzeyi arttıkça vatandaşların talep ve şikâyetlerini belediyeye Twitter aracılığıyla ulaştırma oranlarının arttığını göstermektedir. Gelir düzeyi ile diğer yeni medya araçlarını tercih etme durumu arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Vatandaşların yaş düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için geleneksel yöntemleri tercih etme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

Vatandaşların eğitim düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için geleneksel yöntemleri tercih etme düzeyleri arasında doğrudan ve talep ve şikâyet birimi aracılığıyla başvuru açısından anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum eğitim düzeyi yüksek olan vatandaşların talep ve şikâyetleri belediyeye iletme açısından daha aktif olduğunu göstermektedir.

Vatandaşların gelir düzeyi ile talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarmak için geleneksel yöntemleri tercih etme düzeyleri arasında doğrudan ve şikâyet birimi aracılığıyla yöntemleri açısından anlamlı düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum yüksek düzeyli gelire sahip vatandaşların talep ve şikâyetlerini belediyeye daha fazla iletildiğini göstermektedir.

Özetle Trabzon'da yaşayan vatandaşlar belediyenin kendileri ile yeterince etkileşim kurduğunu düşünmemektedir. Vatandaşlar kendileri belediye ile etkileşim kurmak istediğinde ise yeni medya araçlarını kullanmaktan daha çok geleneksel yöntemleri tercih etmektedir. Yeni medya araçları ise daha çok gençler tarafından tercih edilmektedir. Bu durum büyük olasılıkla yeni medya araçlarının genel olarak gençler tarafından daha aktif kullanılıyor oluşuyla ilişkilidir. Eğitim ve gelir düzeyi görece yüksek olan vatandaşlar ise hem geleneksel yöntemlerle hem de yeni medya araçları aracılığıyla talep ve şikâyetlerini belediyeye aktarma açısından daha aktiftir.

Trabzon Büyükşehir Belediyesi'nin vatandaşlarla kurduğu etkileşimin düzeyini ve derinliğini arttırması gerekmektedir. Bu noktada geleneksel ve yeni medya kanallarının açık olması tek başına yeterli değildir. Bu kanalların varlığından haberdar olmayanların ya da bu kanalları nasıl kullanacağını bilmeyenlerin farkındalık ve bilgi düzeylerini arttırmaya yönelik kampanyalara gereksinim olduğu görülmektedir. Bununla birlikte "Vatandaşın ayağına giden yönetici" profilinin de hâkim kılınması gerekmektedir. Vatandaş kendisi ile etkileşim kurulmadığı algısına sahipse bunun giderilmesi için mutlaka onlara temas edilmelidir. Vatandaşın sorunlarının yerinde tespit edilmesi adına periyodik olarak onlarla buluşulması ve

buluşmaların sosyal medya aracılığıyla diğer vatandaşlarla paylaşılması yararlı olacaktır. Belediyeye iletilen talep ve şikâyetlerle ilgili çözüm odaklı bir anlayışın benimsenmesi gerekmektedir. Vatandaşa ne ölçüde geri bildirimde bulunulduğu ve ne ölçüde sorunlarının çözüldüğü de şeffaf bir biçimde kamuoyu ile paylaşılmalıdır. Eğitim ve gelir düzeyi düşük olan vatandaşlar için ise pozitif ayrımcılık yapılmalı, onların belediye ile olan etkileşiminin artırılması için özel iletişim stratejileri geliştirilmelidir.

Bu araştırmanın sonuçlarının daha derinlikli bir biçimde analiz edilebilmesi için ise saha çalışmaları yapılmalıdır. Yapılacak olan derinlemesine mülakatlarla vatandaşın belediye ile olan etkileşim düzeyinin düşük olmasının nedenlerini daha detaylı olarak ortaya çıkarmak mümkün olabilecektir. Ayrıca bu çalışmaya benzer nitelikte çalışmaların farklı örneklem grupları üzerinde yapılması hem karşılaştırmalara dayalı iyileştirmeler yapılması açısından hem de Türkiye’de yerel yönetimlerin vatandaşlarla etkileşim haritasının oluşturulması bakımından yarar sağlayacağı düşünülmektedir

## **KAYNAKÇA**

- Bensghir Kaya, T. (2000). Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim, *Amme İdaresi Dergisi*, 33(1), ss. 112-131.
- Ertekin, Y. (1995). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- İlban, M. O. ve Biçimveren, L. (2017) Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Burhaniye Belediyesi Örneği, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, (26) 2,ss. 75-104.
- Kazancı, M. (1980). *Halkla İlişkiler*,Ankara: A.Ü.SBF Yayınları.
- Kazancı, M. (1980). *Halkla İlişkiler*,Ankara: Ankara Üniversitesi SBF Basın Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Kazancı, M. (1996). Ankara:*Halkla İlişkiler*, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kazancı, M. (2016). *Kamuda ve Özel Kuruluşlarda Halkla İlişkiler*,Ankara: Turhan Kitabevi, 11. Baskı.
- Öner, Ş. (2001). Belediyelerde Yönetime Katılmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2): 100-114.
- Türk, M. S. ve Akçay, H. (2010). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Trabzon Belediyesi, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2010 (31), ss.141-180.
- Türk, M. S. ve Akçay, H. (2010). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi Üzerine Bir Çalışma: Trabzon Belediyesi, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2010 (31), ss.141-180.
- Uysal, B. (1998). *Siyaset, Yönetim, Halkla İlişkiler*, TODAİE Yayını, Ankara.
- Yalçındağ, S. (1986). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, *Amme İdaresi Dergisi*, 19(1),ss. 131-156.
- Yalçındağ, S. (1988). *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler*, Halkla İlişkiler Sempozyumu, AÜBYYO-TODAİE Yayını, Ankara.
- Yalçındağ, S. (1996). Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri, *Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını*, Ankara.
- Yıldırım, A. (2014). "Türkiye’de Yerel Yönetişimin Uygulanabilirliği ve Yerel Gündem 21 Örneği Üzerinden Bir İnceleme", *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1): 74-96.

Yılmaz, A. ve Bozkurt, Y. (2006). Belediye Vatandaş İlişkileri Kapsamında Beyaz Masa Uygulaması ve Kütahya Belediyesi Beyaz Masa Örneği, *Türk İdare Dergisi*, 179-193.