

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ TURİZM KAPSAMINDA İNCELENMESİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Selçuk Üniversitesi

Gizem KARA

Selçuk Üniversitesi

GİRİŞ

Araştırmanın konusu

Sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'da paylaşılan görsellerin içerikleridir.

Araştırmanın amacı

İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin Instagram hesabında paylaştığı fotoğrafları sistematik bir biçimde analiz etmek ve elde edilen bulgularla İzmir Büyükşehir Belediye'sine hem kent turizminin hem de deniz turizminin geliştirilebilmesi için kentin pazarlanması hususunda öneriler getirebilmektir.

Araştırmanın sınırlılıkları

Araştırma, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin Instagram hesabıyla ve 2018 yılı içinde hesabında paylaştığı tekli fotoğraflarla sınırlıdır.

KAVRAMSAL/KURAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye’de kamu kurumlarının sosyal medya kullanımları ile ilgili yapılmış araştırmalar

- Sosyal medya, itibar yönetiminde önemlidir ve genellikle kamu sektörü sosyal medyayı bireylerle ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri derinleştirmek amacıyla kullanmaktadır(Serrat, 2010).
- Burdur Belediyesi ve Burdur İlçe Belediyeleri, sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları bir düzen içerisinde yapmamakta ve bunun sonucu olarak da görseller dağınık ve karışık bir görüntü ortaya koymaktadır. Belediyelerin sosyal medya hesaplarının hızlı, etkin ve faydalı olabilmesi için sosyal medya kullanımını konusunda eğitim almış kimselerden faydalanması gerekmektedir(Kaygısız ve Sarı, 2015).

KAVRAMSAL/KURAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye’de kamu kurumlarının sosyal medya kullanımları ile ilgili yapılmış araştırmalar

- Kamu kurumları sosyal medyayı çoğunlukla e-katılım ve şeffaflığı arttırmak amacıyla kullanmaktadır(Karakiza, 2015).
- Valilikler genellikle basın açıklamaları, etkinlik, konser ve toplantı duyuruları ve bu etkinliklerin fotoğrafları ve videoları, kamuoyunu bilgilendirme amaçlı yapılan konuşmaları ve kurum tanıtım videolarını yayınlamak amacıyla sosyal medya kullanmaktadır. Bunun sonucunda kentler ile ilgili kısa özgün tanıtım fotoğraf ve videoları yayınlamaları durumunda hem diğer kullanıcılarla olan etkileşim artmakta hem de kentlerin tanıtımlarına olumlu katkı sağlamaktadır(Gümüş, 2018).

KAVRAMSAL/KURAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye’de kamu kurumlarının sosyal medya kullanımları ile ilgili yapılmış araştırmalar

- Kütahya İli ve İlçe Belediyelerinin sosyal medya paylaşımları genellikle etkinlik, konser, davet ve toplantı temalıdır. Bu da belediyelerin sosyal medya kullanımınının zayıf olduğunu göstermektedir(Yaman, 2018).
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, sosyal medya hesabını turizm amaçlı kullanmamaktadır. Oysa bir kentin belediyeler aracılığıyla marka olabilmesinde ve pazarlanabilmesinde sosyal medyanın önemli bir sosyal ağ niteliği taşımaktadır(Binbaşoğlu, 2019).

KAVRAMSAL/KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırma Soruları

- 1. İzmir Büyükşehir Belediyesi Instagram hesabında ne tür fotoğraflar paylaşmaktadır?
- 2. Paylaşılan fotoğrafların teması, fotoğrafların aldığı beğeni ve yorum sayısı üzerinde farklılık oluşturmakta mıdır?
- 3. Hangi temalar daha çok beğeni ve yorum almıştır?

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Veri Toplama Tekniđi

- Veriler 23-24 Ekim 2019 tarihleri arasında içerik analizi tekniğiyle toplanmıŐtır.
- Ergun, Bayrak ve Dođan'ın 2019'da yaptıkları Turizm Pazarlaması İçin Önemli Bir Pazarlama Kanalı olan Instagram'da Nitel Bir Araştırma isimli araŐtırmalarındaki kod listesi göz önünde bulundurulmuş ve verilerin incelenmesi sonucunda yeni kodlama cetveli oluşturulmuŐtur.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Evren ve Örneklem

- Araştırmanın evrenini, verilerin toplanması işleminin tamamlandığı 23 Ekim 2019 tarihinde İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin Instagram hesabında paylaştığı 2184 görsel oluşturmaktadır.
- Örneklem olarak ise 01 Ocak 2018 ile 31 Aralık 2018 tarihleri arasında paylaştığı toplam 183 görsel belirlenmiştir. Ancak 103 görsel (79 video 24 çoklu fotoğraf) araştırma dışı bırakılmış; toplam 80 görsel analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kullanılan İstatistiksel Teknikler

- Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen soruların yanıtlarının belirlenmesi amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi kullanılmıŐtır.
- Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda temalar içerisinde farklılık yaratan grup ya da grupları tespit etmek amacıyla Post-hoc testlerinden Bonferroni ($p < 0,05$) Testi uygulanmıŐtır.

BULGULAR

Tablo 1:Kod Listesi ve Frekans Dağılımı

Temalar	N	%	Alt Temalar
İnsan/İnsanlar	3	3,75	Kız Çocuđu(1) Zeki Müren(1) Zübeyde Hanım(1)
Dış Mekân	5	6,25	Anıtlı Havuz(1) Cami(1) İskele(1) Belediye Binası(1) Ray Sistemi(1)
Tarihi/Kültürel Çekicilik	6	7,5	Saat Kulesi(3) Hisar Cami(1) Dario Moreno Sokađı(1) Atatürk Heykeli(1)

1. İzmir Büyükşehir Belediyesi Instagram hesabında ne tür fotoğraflar paylaşmaktadır?

BULGULAR

Tablo 1:Kod Listesi ve Frekans Dağılımı

Temalar	N	%	Alt Temalar
Manzara	5	6,25	Şehir(3)
			Deniz(1)
			Doğa(1)
Araç	2	2,5	Tramvay(2)
Diğer	59	73,75	Etkinlik(1)
			Duyuru(20)
			Vefat Haberi(3)
			Kutlama Mesajı(10)
			Taziye Mesajı(5)
			Yıldönümü
			Hatırlatması(15)
			Özlü Söz(4)
TOPLAM	80	100	

1. İzmir Büyükşehir Belediyesi Instagram hesabında ne tür fotoğraflar paylaşmaktadır?

BULGULAR

Tablo 2: Fotoğrafların Temasına Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Toplamı	S.D.	F	p
Beğeni Sayısı	Gruplar arası	19,172	5		
	Grup İçi	73,315	74	2,222	0,04*
	Toplam	92,488	79		
Yorum Sayısı	Gruplar arası	8,247	5		
	Grup İçi	54,940	74	3,870	,061
	Toplam	63,187	79		

2. Paylaşılan fotoğrafların teması, fotoğrafların aldığı beğeni ve yorum sayısı üzerinde farklılık oluşturmakta mıdır?

BULGULAR

Tablo 3: Bonferroni Testi Sonuçları

	Ana Temalar		Ortalama Farkları	S.D.	p
Beğeni Sayısı	(n=2) Araç	(n=59) Diğer	2,36441	,71566	,022

Araç

Tramvay(2)

Diğer

Etkinlik(1), Duyuru(20), Vefat Haberi(3), Kutlama Mesajı(10), Taziye Mesajı(5), Yıldönümü Hatırlatması(15, Özlü Söz(4)

3. Hangi temalar daha çok beğeni ve yorum almıştır?

SONUÇ VE ÖNERİLER

- İzmir Büyükşehir Belediyesi resmi Instagram hesabında çoğunlukla görsel niteliğinde önemli olay ve kişilere özgü yıldönümü hatırlatmaları, yerel halka yönelik kent veya kurum ile ilgili duyurular ve dini veya resmi bayramlar ve özel günler için kutlama mesajları paylaşmaktadır.
- Paylaştığı görsellerin temaları, Instagram kullanıcılarının görsellere olan tepkilerinde belirleyici rol oynamakta, özellikle beğeni sayıları üzerinde farklılık oluşturmaktadır.

Örneğin, İzmir Büyükşehir Belediyesi araç ana temalı olan iki adet tramvay görseli paylaşmış ve bu görseller yıldönümü hatırlatması, duyuru ve kutlama mesajı içerikli görsellerden daha fazla beğeni almıştır.

- İzmir Büyükşehir Belediyesi, Instagram hesabını genellikle kent halkına yönelik kullanmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

- Doğal, tarihi ve kültürel varlıkların, sit alanlarının, kıyıların ve müzelerin net olarak çekilmiş görselleri, altında tanıtıcı açıklamalarıyla birlikte paylaşılabilir.
- Düzenlenecek turistik etkinliklerin; varsa festivallerin ve şenliklerin tanımlayıcı görselleri, etkinlikler sırasında sunulacak hizmetlerden bahseden açıklamalarla paylaşılabilir.
- İzmir'e özgü popüler olan yiyecek ve içeceklerin paylaşımları yapılabilir ve bununla birlikte popülerite nedenleri anlatılabilir.
- Rekreatif etkinlik alanlarının görselleri paylaşılabilir, yapılabilecek etkinlik türleri hakkında bilgi verilebilir.
- Yöresel el sanatları ürünleri ve hediyelik eşya satış mağazalarında bulunan ürünlerin tanıtımının yapıldığı görseller paylaşılabilir, görsellerle beraber mağazaların buldukları bölgeler hakkında açıklamalar yapılabilir.
- Özellikle turistik noktalarda yer alan ve sunduğu hizmet kalitesiyle ön plana çıkan restoranların görselleri paylaşılabilir, özel olarak ürettiği gıdalar varsa görsel altında tanıtımı yapılabilir.

Paylaşılan tüm görsellerin altında yapılan açıklamalar, İngilizce olarak Türkçe açıklamanın altında tekrar edilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

- İzmir'in mevcut deniz turizmi değerlendirildiğinde, koyların doğal güzelliğe sahip olduğu ve iklim koşullarının su sporları için uygun olduğu görülmektedir. Ancak altyapı eksiklikleri, kiraların çok yüksek olması, imar planları ve bürokratik engeller ile koy ve kıyıların yeterince korunamaması İzmir'de deniz turizmi gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bununla beraber kıyıların hem ulusal hem de uluslararası pazarda tanıtımını yeterli şekilde yapılmamaktadır(Kan ve Kuleyin, 2018).

SONUÇ VE ÖNERİLER

- İzmir'deki deniz turizmi olanaklarının ulusal ve uluslararası fuarlarda tanıtımı yapılırken, fuarda gerçekleştirilen etkinliklerin görselleri paylaşılabilir.
- Kıyıların korunması açısından yerli halkı bilinçlendirmek ve uyarmak amacıyla metin görselleri hazırlanabilir ve hem genel akışta hem de hikâye akışında paylaşılabilir.
- Kıyıların çeşitli açılardan çekilmiş görselleri Türkçe ve İngilizce açıklamalarıyla paylaşılabilir ve kıyıların elverişli olduğu turistik etkinliklerin tanıtımı yapılabilir.

TEŐEKKÜR

Katılım ve Katkılarınız için Teőekkür Ederiz.

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Gizem KARA

Sorumlu yazar: G. Kara, gizem.kara@email.com