



Editor: Dr. Deniz Güven

Editor: Dr. Deniz Güven

DİJİTAL DÜNYADA HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ -II-

Editör
Dr. Deniz Güven

EĞİTİM
yayınevi

DİJİTAL DÜNYADA HALKLA İLİŞKİLERİN DÖNÜŞÜMÜ -II-

Editör: Dr. Deniz Güven

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 47830

ISBN: 978-625-7405-31-7

1. Baskı, Mayıs 2021

Baskı Cilt

Bulut Dijital Matbaa Sanayi Ticaret Limited Şirketi

Musalla Bağları Mah. İnciköy Sok. 1/A Selçuklu / KONYA

Matbaa Sertifika No: 48120

Kütüphane Kimlik Kartı

Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü -II-

Editör: Dr. Deniz Güven

240 s., 135x210 mm

Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-7405-31-7

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM

yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok.

No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Şükran mah. Rampalı No: 107, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 499 90 00

bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

+90 537 512 43 00

bilgi@kitapmatik.com.tr

kitapmatik

İnternetteki kitapçınız
kitapmatik.com.tr

İÇİNDEKİLER

- 1. DİJİTAL DEĞİŞİM EKSENİNDE HALKLA İLİŞKİLER** **1**
Prof. Dr. Filiz Balta PELTEKOĞLU
Yonca Irmak PELTEKOĞLU (M.Sc)
- 2. SİYASAL İLETİŞİM UYGULAMALARINA YANSIMALARI VE DÖNÜŞTÜRÜCÜ ETKİSİ İLE YOUTUBE** **16**
Dr. Öğr. Üyesi İlknur Doğu ÖZTÜRK
Doç. Dr. Burcu ZEYBEK
- 3. DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERDE İÇERİK ÜRETİMİ** **45**
Dr. Öğr. Üyesi G. Aygöl ERNEK ALAN
- 4. DİJİTAL DÜNYA İLE BİRLİKTE İLETİŞİMDE OYUNLAŞTIRMA UYGULAMALARI** **77**
Dr. Yeliz KUŞAY
- 5. HALKLA İLİŞKİLERDE SESSİZLİK SANATI: KURUMSAL STRATEJİK SESSİZLİK VE SOSYAL MEDYA** **106**
Dr. Zuhal AKBAYIR

**6. DİJİTAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA
STK İŞBİRLİĞİ İLE GERÇEKLEŞTİRİLEN
SOSYAL SPONSORLUK UYGULAMALARI 131**

Dr. Dilek Esenel EYÜBOĞLU

**7. DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER
PERSPEKTİFİNDEN AKILLI ŞEHİR
UYGULAMALARI: INNOVATIVE TOURISM
PROJESİ ÖRNEĞİ 171**

Murat SEYFİ

Deniz GÜVEN

Muhsin MUMCU

**8. DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER ÜZERİNE
YAPILAN AKADEMİK ÇALIŞMALAR;
2019-2021 YILLARI ARASINDA YAPILAN
TÜRKÇE VE YABANCI ÇALIŞMALARIN
ANALİZİ 186**

Prof. Dr. Ebru ÖZGEN

Berkan TAŞKIN- Elif Nur ÖZDOĞRU- Nesli Han DİKEN-

Nursena SAVRAN

YAZARLAR HAKKINDA 219

DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN AKILLI ŞEHİR UYGULAMALARI: INNOVATIVE TOURISM PROJESİ ÖRNEĞİ¹

Murat SEYFİ²

Deniz GÜVEN³

Muhsin MUMCU⁴

Giriş

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte halkla ilişkiler uygulamaları da dijitalleşme sürecine girmiştir. Özellikle insanlar tarafından dijital ortamda iletişim araçlarının yoğun kullanılması ile birlikte, iletişim uzmanları halkla ilişkiler çalışmalarında yenilikçi ve değer yaratan uygulamaları keşfetmeye yoğunlaşmıştır. Bu kapsamda marka pazarlama aktivitelerinden kurumun maddi ve manevi değerlerini itibar ile ilgili çalışmalara kadar tüm süreçler, dijital ortamda yürütölmeye başlanmıştır.

- 1 Bu çalışma 2018-1-DK01-KA202-047095 nolu “Innovative Tourism – Collecting Cultural Heritage Through Intergenerational Walks projesi kapsamında hazırlanmıştır.
- 2 Proje koordinatörü, Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, NUBF, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü
- 3 Proje Araştırmacısı, Dr., Marmara Üniversitesi, Halkla İlişkiler Bölümü
- 4 Proje Araştırmacısı, Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu

Dijital Halkla İlişkiler, web 1.0'dan web 4.0'a uzanan yolculukta teknoloji ve insan etkileşimi ile birlikte sürekli gelişen bir yapıya dönüşmüştür. Bu bağlamda sosyal medya başta olmak üzere dijital ortamda popüler olan konular, Dijital Halkla İlişkiler Uygulamalarının merkezine gelerek, bu alana yeni bir perspektif katmıştır. Özellikle anlık pazarlama, Influencer'lar ve SEO optimizasyonu gibi popüler konular, dijital halkla ilişkiler uygulamalarının çerçevesini oluşturmaya başlamıştır. Fakat sosyal medya tabanlı popüler uygulamalar her ne kadar dijital halkla ilişkilerde önemli bir konuma sahip olsa da; sosyal medya uygulamalarının dışında akıllı şehir uygulamaları insana, mekana, uzama ve hafızaya özgü teknoloji tabanlı yenilikçi uygulamalarda önemli verilerin ve sonuçların elde edilmesine sebep olabilmektedir. Bu kapsamda insanlar ile farklı kanallardan iletişim kurmak ve onlar ile ilgili spesifik veriler toplamak için yapılan şehir uygulamaları önemli etkileşim araçlarına dönüşmüştür.

Bu çalışmada Avrupa Birliği Erasmus plus programı kapsamında hibe almaya hak kazanan “Innovative Tourism: Collecting Cultural Heritage Through Intergenerational Walks” projesi incelenmiş, proje kapsamında geliştirilen ve kullanılan akıllı şehir uygulamasının süreçleri dijital halkla ilişkiler perspektifinde tartışılmıştır.

Akıllı Şehir Uygulamaları

Akıllı Şehir uygulamaları, insanların karşılanmayan ihtiyaçlarının tanımlanması ve toplumsal yaşam süreçlerinin iyileştirilmesi için hızlı bir şekilde tüm dünyada yayılmaktadır. Özellikle artan nüfus, kaynakların verimliliğinin azalması, tüketici davranışlarının değişmesi, pazarlama aktivitelerinin kişiselleşmesi ile birlikte şehirler ve şehirlerde yaşayan insanların yaşam biçimleri de değişmeye başlamıştır. Tam

olarak akıllı şehir tanımı bulunmasa da konu ile ilgili Streitz (2011) kentlerin dönüşümünü açıklarken beş kategori oluşturmuştur. Bunlardan birincisi; iletişimin kişilerarası iletişime dayandığı ve fiziksel olarak inşa edilen yapıları ile mekanı ve insanı bir arada tutan Gerçek şehirler. İkincisi; teknolojik gelişmeler ile birlikte kamusal alanın sanal dünyaya taşındığı ve iletişimin sanal ortamda yürütüldüğü dijital şehirlerdir. Üçüncüsü; İnsani varoluşun etkilerinden dolayı ne tam olarak dijitalleşebilen ne de fiziksel inşaa içine sığan hibrit (melez) şehirler. Dördüncüsü; yaşam akışının dijitalleştirilerek toplumsal yaşamın bir parçasına dönüştüğü ve buna bağlı olarak da eğitimden tutun bankacılık sistemine kadar yaşam içerisinde birçok noktada akıllı uygulamaların egemen olduğu akıllı şehirler. Beşincisi; İnsanı merkeze alan, insanı anlamaya çalışan, insan ile empati yaparak tasarım odaklı çözümler sunan İnsancıl Şehirler. Akıllı şehirleri oluşturan 6 (altı) temel kavram vardır. Bunlar; akıllı insan, akıllı çevre, akıllı yaşam, akıllı ulaşım, akıllı ekonomi, akıllı yönetim (Aldairi & Tawalbeh, 2017). Bu altı boyut bizlere akıllı şehirlerin farklı süreçlerde gelişerek, hibrit yapılar içinde birleştiğini göstermektedir. Başka bir ifade ile bir bütünün parçalarının birbiri ile etkileşimi sonucu ortaya çıkarak, yeni özellikler kazanması olarak tanımlanabilir. Örnek üzerinden açıklamak gerekirse; keki oluşturan yumurta ve undur; fakat kekin lezzeti yumurta ve unu aşmaktadır. Yani, akıllı şehirler ile birlikte insan ve teknoloji yeni bir yaşam akışı oluşturmuştur. Bu yaşam akışı hem teknolojinin hem de insanın varoluşunun ötesinde yeni lezzetler (yaşam deneyimleri) ortaya çıkarmıştır.

Akıllı şehirler konusunda Avrupa Birliği önemli çalışmalar yürütmekte ve ciddi yatırımlar yapmaktadır. Aslında sadece Avrupa Birliği değil, diğer uluslararası kuruluşlar

ve düşünce kuruluşları da Bilgi ve İletişim Teknolojilerini geliştirmeye yönelik önemli açılımlarda bulunur. Örneğin “Intelligence Forum” yerel yönetimlerin yerel etkileri üzerine araştırmalar yürüterek toplumsal yaşamın teknoloji ile uyumunu araştırmaktadır. Böylece tutarlı veriler elde edilerek kentsel yenilik için sağlam bir analiz çerçevesi ortaya konulmaktadır. Burada önemli olan sadece kullanılan teknoloji değil, insan kaynağının bilgi ve becerisidir. Ayrıca akıllı şehir uygulamaları ile şehirler arasında yeni bir rekabet kanalı açılmıştır ve bu süreçte şehirlerin kendi değerlerini koruyabilmeleri için insan, çevre ve teknoloji tabanlı yatırımlar yapmaları gerekmektedir (Caragliu ve diğerleri, 2011).

Akıllı Şehir Uygulamalarından Örnekler

Akıllı şehir uygulamalarında temelinde insanın teknoloji uyumu ve toplumsal yaşamın ihtiyaçlarının karşılanması yatmaktadır. Bu bağlamda akıllı şehir uygulamaları dünyanın farklı birçok bölgesinde farklı şekilde uygulanmaktadır. Akıllı şehir uygulamalarının başlangıç noktalarından biri toplumsal yaşamı kolaylaştırmak olduğundan genellikle süreçleri iyileştirme odaklı uygulamalar karşımıza çıkmaktadır. Ama zamanla bu tip uygulamaların; kurumsal iletişim, pazarlama, turizm ve itibar yönetimi gibi birçok farklı alanda hizmet vermek veya bu alanlar için veri toplamak amacıyla kullanıldığı gözlenmektedir. Dünyada birçok akıllı şehir uygulaması bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir;

Akıllı Yol: Oss, Hollanda

Dünyadaki ilk akıllı yol uygulamalarından biri Hollanda'nın Oss kentinde gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında; yol çizgileri özel bir teknoloji ile tasarlanarak, güneş enerjisinden faydalanabiliyorlar ve depolanan enerji yol çizgilerini

geceleeri aydınlatabiliyorlar. Böylelikle gece sürüşü yapan sürücüler daha rahat yolculuk yapabiliyor. Projenin hem enerji tasarrufu hem de insan odaklı olması açısından inovatif özellikleri bulunmaktadır (<http://smartcityhub.com/urban-planning-and-building/smart-city-strategy-netherlands/>).

Akıllı Su Teknolojisi: District Of Colombia Water, A.B.D.

Su sayaçlarının okunmasında maliyetlerin azaltılması odaklı yapılan bu projede müşteri şikayetlerinde %50 azalma, sahada kullanılan teknik araç sayısında tasarruf gibi hem ürün hem de insan odaklı iyileştirmeler ortaya çıkmıştır (<https://www.dewater.com/>).

Akıllı Alt Yapı: Leeds, İngiltere

Sokak lambalarının bakımı ve tamirinde akıllı sistemlerin kullanılmasına yönelik yapılan bu projede; enerji verimliliği, insan kaynaklarında verimlilik ve toplumsal yaşamda iyileştirmeler elde edilmiştir (<https://www.traffictotechnologytoday.com/news/smart-cities/leeds-to-start-led-street-lights-conversion-program-in-smarts-city-initiative.html>).

Trafik Akışı: Çin

Trafiğin yoğun olduğu yerlerde kişilere yönlendirme yapan akıllı sistemler; insanlara hem trafik akışı hakkında bilgilendirme yapıyor hem de sürücülerin karşılaştıkları problemlere çözüm önerileri sunuyor

Akıllı Kent Yönetimi: Songdo, Güney Kore

Güney Kore'nin Songdo kent yönetim sistemi birçok fonksiyona sahip. Hem sürdürülebilir kalkınma hedeflerini göz önünde bulunduran hem de toplumsal yaşamı iyileştirmeyi hedefleyen bu sistemde; gün içerisinde elektrik tüketimi nerede yoğunsa oraya kullanımın düşük olduğu bölgeden

enerji aktarmak, toplu taşıma araçlarını trafiğin yoğun olduğu yollardan uzak tutmak, aşırı birikme varsa çöp kamyonlarını program dışı olarak o bölgeye yönlendirmek mümkün oluyor (<https://www.ebelediye.info/dosya/akilli-sehir-cozumlerinde-dunya-ornekleri>).

Antalya Akıllı Şehir Yönetim Platformu: Antalya, Türkiye

Ücretsiz internet olanakları, şehir bilgi ekranları ve ki-oskları, trafik kameralarından görüntü izleme, kronik hasta takibi, panik butonu, akıllı aydınlatma ve akıllı sulama sistemlerinin merkezi olarak izlenmesini ve yönetilmesini sağlamaktadır. Yönetim platformu dashboard, yönetici arayüzü, vatandaş arayüzü, operatör arayüzü olmak üzere 4 bileşenden oluşmaktadır. Akıllı şehirciliğin merkezi bileşeni olan platform sayesinde akıllı uygulamalar tek noktadan yönetilmekte ve entegre bir şekilde çalışmaktadır (<https://www.akillisehirler.gov.tr/2019/09/20/antalya-akilli-sehir-yonetim-platformu/>).

Akıllı Şehir Uygulamaları ve Dijital Halkla İlişkiler

Akıllı şehir uygulamaları incelendiğinde temelinde şehir yönetim sistemlerinin dijitalleştirilmesine odaklanıldığı görülmektedir. Zaman içerisinde akıllı şehirlerden elde edilen “büyük veri” nin birçok amaçla kullanılabileceğinin fark edilmesi ile birlikte akıllı şehir sistemlerinin işbirliği yaptığı disiplinler de değişmeye ve gelişmeye başlamıştır. Örneğin; İspanya’da yürütülen akıllı şehir uygulaması çok farklı bir perspektife sahiptir. Şehirde, binlerce kamera, yüz binlerce sensör ve ölçüm cihazı var. Şehirdeki bu cihazlar tarafından toplanan veriler, anında insansız - robotik bir veri merkezine iletiliyor ve burada değerlendirmeye alınıyor. Şehirde, trafik yoğunluğundan, araçların hareketlerine, havanın nem ve ısı

oranlarına, bölgedeki nitrik oksit ve kirlilik miktarına kadar şehrin tüm detaylarına anında erişim sağlayan bir teknolojiye sahip. Bu bilgiyi şehirde yaşayan insanlar ile paylaşan bir mobil uygulama gözde bulunuyor. Uygulamayı indiren herkes şehir hakkındaki verilere anında erişim sağlayabiliyor (<https://www.ebelediye.info/dosya/akilli-sehir-cozumlerinde-dunya-ornekleri>). Bu proje ile birlikte akıllı şehir uygulamaları iki yönlü simetrik iletişim çalışmalarının yapıldığı bir sisteme dönüşüyor. Benzer şekilde İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından yürütülen Akıllı Şehir uygulamaları dijital halkla ilişkiler uygulamalarına oldukça iyi bir örnek olarak gösterilebilir. İstanbul'un akıllı şehir vizyonunu yöneten İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'na bağlı Akıllı Şehirler Müdürlüğü bulunmaktadır. Bu işi uzun zamandır farklı uygulamalar ile sürdürmektedir. Akıllı şehir yönetişiminde açık veri kaynakları, veri alışverişine, veri yönetimine ve insanların şehir problemlerinin çözümünde yer almasına imkân sağlaması nedeniyle vatandaş ve yönetim arasındaki iletişim ve etkileşimi artırmaktadır. Bu sistem ile belediye, insanlara hızlı bir şekilde geri bildirim ve ileri bildirim verebilmektedir.

Akıllı şehir uygulamalarının ilk örneklerine bakıldığında, teknoloji tabanlı uygulamalar olduğu görülmektedir. Fakat Büyük Veri'nin kullanım avantajları dikkate alındığında, sürecin sadece hayatı kolaylaştırmanın ötesine geçerek, insanlar ile iletişim ve etkileşim kurmaya odaklandığı görülmüştür. Birçok akıllı şehir uygulamasından elde edilen veriler; şehrin tanıtım ve iletişim faaliyetlerinde içerik üretim amaçlı kullanılmaktadır. Bu yüzden de artık akıllı şehir uygulamaları dijital halkla ilişkilerde önemli bir iletişim aracı haline dönüşmüştür. Bu kapsamda akıllı şehir uygulamalarının dijital

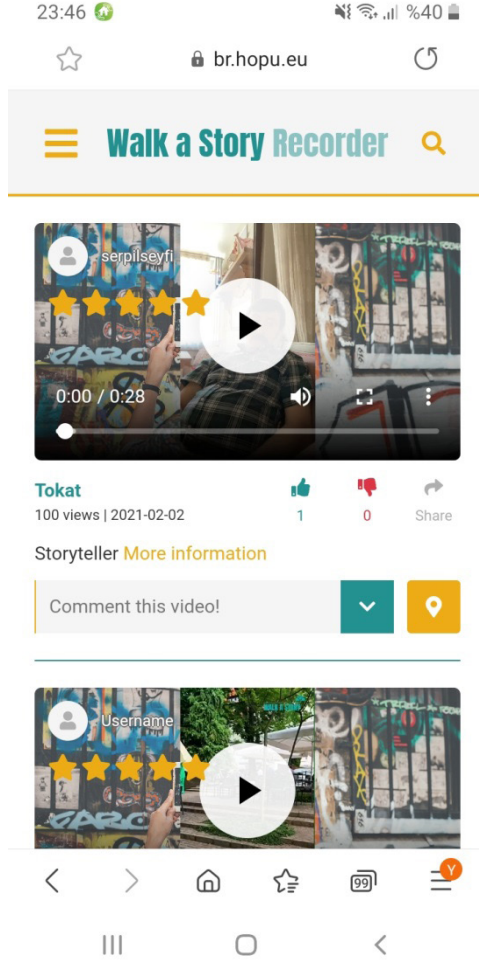
halkla ilişkilerde kaynak ve araç olarak kullanıldığı başlıklar şu şekilde sıralanabilir;

- Dijital itibar yönetimi
- Kriz yönetimi
- Sponsorluk
- Marka yönetimi
- Pazarlama
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Innovative Tourism – Collecting Cultural Heritage Through Intergenerational Walks Projesinin İçeriği

Avrupa Birliği Erasmus plus Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices programı kapsamında desteklenmeye hak kazanmıştır. Proje 1 şubat 2018 yılında başlamış olup normal tamamlanma süresi 30 ay iken covid-19 sebebi ile 6 ay uzatılmıştır. Proje İspanya'dan bir belediye ve bir bilişim firması, Danimarka ve Polonya'dan sivil toplum örgütleri, Türkiye ve Romanya'dan üniversiteler ve Hırvatistan'dan bir belediyenin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Projenin amacı turizm açısından birçok değere sahip olan; fakat yeterli tanıtımı yapılamadığı veya lokasyonundan kaynaklı yeterli turist ziyaretçi bulamayan şehirlerde yeni inovatif uygulamalar geliştirmektir. Bu kapsamda farklı jenerasyonlar birbiri ile etkileşime geçerek şehrin hikayesini ortaya çıkardılar. Bu hikayelerin akıllı şehir uygulamaları ile ziyaretçilere sunulması planlanmıştır. Şekil-1'de yer alan web uygulaması üzerinden insanlar birlikte zaman geçirebileceği ve hikayelerin kayıt altına alınabileceği etkinlikler

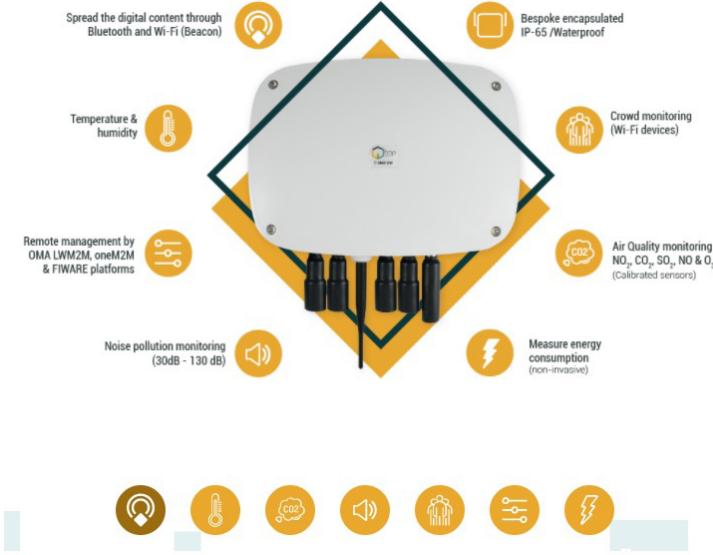
düzenleyebilmekte ve bu etkinliklerde proje kapsamında geliştirilen iletişim araçları kullanılabilmektedir.



Şekil 1: Proje Web Uygulaması

Bu uygulama sayesinde şehirde yaşayan kişiler aktif olarak şehrin tanıtım ve marka yaratma çalışmalarına dahil ola-

biliyorlar. Ayrıca uygulama üzerinden üretilen içerikler farklı katmanlarda paylaşılarak hikayenin çoklu zeka ile yönetilmesi ve gelişmesi sağlanıyor.



Resim2: Smart Sport Akıllı Şehir Uygulaması

Projenin İspanyol ortağı HOPU firması koordinesinde geliştirilen akıllı şehir uygulaması “Smart Sport” ile insan odaklı uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Resim2’de görülen akıllı şehir uygulaması birçok özelliği ile birlikte Resim1’de görülen web uygulama ile etkileşim sağlayabilmektedir. Akıllı şehir uygulaması; sadece şehirde gezen insanların ve araçların ayak izini takip etmenin ve onlara internette bulabilecekleri hava durumu, hava kirliliği ve en iyi restoranlar gibi bilgileri vermenin ötesinde, şehri ziyaret edenler ile şehirde yaşayanlar arasında etkileşim geliştirmeye odaklanmıştır. Fizikal web uygulaması sayesinde cihazın 80 metre etrafında bulunan kişilerin mobil cihazlarına inter-

net olanağı sunmakta ve onlar ile etkileşime geçerek şehrin hikayesini birlikte geliştirmektedir. Bunun içinde şehirdeki yaşlılar ile gençler bir araya getirilmiş ve bu kişilerin daha iyi iletişim ve etkileşim kurabilmesi için toolkitler geliştirilmiş ve bu süreçte yaşlıların gözünden şehrin hikayesi kayıt altına alınmıştır. Toplanan her türlü hikaye akıllı şehir uygulamaları ile şehre gelen ziyaretçilere sunulmuş ve şehre gelen kişiler hiçbir kitapta veya kaynakta bulamayacakları hikayeleri keşfetmişlerdir. Akıllı şehir uygulaması teknolojik özelliklerinin ötesinde insan ve iletişim odaklı organik bir yapıya dönüşmüştür.

SONUÇ

Bu proje ile akıllı şehir uygulaması, toplumsal yaşamı iyileştirmek için teknoloji tabanlı çözümler ve veri toplamanın ötesine geçerek maddi ve manevi değerler yaratmış ve bunun sonucunda şehrin itibarına pozitif katkı sağlamıştır. Akıllı şehir uygulamalarının şehrin itibarına katkı yaptığına yönelik bir çalışma bulunmaktadır (Iqbal ve diğerleri, 2020; Waal ve Dignum, 2017). Bu bağlamda projenin sonuçları diğer çalışmalar ile uyum göstermekte ve insan odaklı kullanım alanlarının, teknolojiden daha fazla öne çıkması ile diğer akıllı şehir uygulamalarının ortaya çıkardığı itibardan daha farklı ve insancıl bir itibar yönetimi süreci ortaya koymuştur. Ayrıca halkla ilişkiler perspektifinde tanımlanan dijital itibar yönetimi uygulamalarının büyük çoğunluğu sosyal medya tabanlı iken bu proje konuya yeni bir perspektif kazandırmıştır.

Şehrin hikayelerini yaşlılar ve gençler arasında “kişilerarası iletişim” perspektifinde toplayan proje, hikayeleri dijital ortama aktararak akıllı şehir sistemine ve web uygulamasına

entegre etmiştir. Bu da hikayeye katmanlar kazandırmıştır. Dijital halkla ilişkilerde içerik üretimi ve hikayelerin katmanlarda çoğaltılarak ortak akıl geliştirildiği transmedyatik hikayeler için yeni bir zemin oluşturmuştur (Jenkins, 2010). Gonzaga (2019) tarafından yapılan çalışmada; akıllı şehirlerin transmedyatik hikayeler için kaynak oluştururken diğer taraftan şehrin kendi kültürünü yok edebileceğinden bahsetmiştir. Innovative Tourism projesi; Gonzaga'nın çalışmasının aksine değerlerin yitirilmesine değil, değerlerin keşfedilmesine ve keşfedilen değerlerin farklı katmanlar ile sürekli olarak yeniden üretilmesine odaklanmıştır. Bu bağlamda akıllı şehir uygulamaları, dijital halkla ilişkiler için önemli birer mecraya dönüştüğü söylenebilir.

Dijital Halkla İlişkiler uygulamalarının en büyük özelliği, geleneksel medyadaki hedef kitleyi analiz etmedeki zorlukların aşılmasıdır. Dijital ortamda yapılan stratejik iletişim yönetimi çalışmalarında insanların tepkileri ve geri bildirimleri çok kolay bir şekilde toplanabiliyor. Akıllı şehir uygulamalarından birçok geri bildirim toplandığı ve buna göre aksiyon geliştirildiğine dair birçok çalışma bulunmaktadır (White ve diğerleri, 2021; Badii ve diğerleri, 2017; Wu, 2020). Proje kapsamında yapılan uygulamalarda sadece kullanıcıların geribildirim vermesine değil, ileri bildirim vermesine de olanak sağlanmıştır. İleri bildirim bir şeyin anlamını keşfetmek için konuşma veya paylaşılan diyalogun kullanılmasını hedefleyen bir süreçtir (Harro Loit, 2019). İleri bildirim ile şehirde gezen kişiler; akıllı şehir uygulamasını yönlendirebilmekte ve çok boyutlu bir iletişim etkileşimi ortaya çıkmaktadır. Dijital ortamda geri bildirim ve ileri bildirimlerin iç içe geçmesi ve birbirini beslemesini sağlayan bu uygulama ile mesajlaşma sayısı azalmış ve sonuç odaklı iletişim akışı sağlanabilmiştir.

Innovative Tourism projesi ile birlikte, projenin uygulandığı şehirlerin marka değerlerine katkı sağlayacak uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu şehirlere gelmek isteyen kişiler ve bu şehirde gezen kişilere yönelik yapılan çalışmalar ile insanların şehre dair algıları değişmiştir. Özellikle şehrin kendi sakinlerinin gözünden anlatılan hikayeler şehre dair algıların değişmesinde etkili olmuş ve şehrin marka yönetimine değer katmıştır.

Sonuç olarak; akıllı şehirler teknoloji tabanlı uygulama olmaktan çıkarak insan odaklı uygulamalara dönüşmektedir. Akıllı şehirler tarafından ortaya konulan “büyük veri” hedef kitlenin anlaşılması, etkili iletişim kurulması ve onların karşılanmayan ihtiyaçlarının tanımlanabilmesi açısından stratejik iletişim yönetimine değer katmaktadır. Artık sosyal medya başta olmak üzere, tüm dijital iletişim platformlarından gelen mesajlardan sıkılan ve artık mesajlara giderek duyarsızlaşan insanlarla iletişim kurmak için akıllı şehir uygulamaları önemli becerilere sahip olduğu aşıkardır. Bu tip proje uygulamaları bizleri “iletişimde inovasyon” kavramına itelemektedir. Yani sadece iletişim ve etkileşim kurmak değil, değer yaratan bir iletişim akışı yaratmak önemli bir hale geliyor. Bu ortaya çıkan iletişimde inovatif uygulamalar söylemi; dijitalle halkla ilişkilerin geleceğini belirleyecek bir enstrüman olabilir. Çünkü stratejik iletişim yönetimi altında sürekli dijitalleşen iletişim akışı hem insani değerlerin kaybolmasına hem de etkililiğinin sorgulanmasına sebep oluyor. Bu yüzden dijital halkla ilişkiler uygulamalarının inovasyon tabanlı bir anlayışla yapılması ve bunun içinde akıllı şehir uygulamaları gibi; temelde hedefi, hedef kitleyi etkilemenin ötesinde, hedef kitle ile birlikte değer yaratmaya odaklanması gerekiyor.

Kaynakça

- Aldairi, A., & Tawalbeh, L. (2017). Cyber Security Attacks on Smart Cities and Associated Mobile Technologies. *Procedia Computer Science*, 109 (2016), 1086–1091. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.05.391>
- Badii, C., Bellini, P., Cenni, D., Difino, A., Paolucci, M., & Nesi, P. (2017, May). User engagement engine for smart city strategies. In *2017 IEEE International Conference on Smart Computing (SMARTCOMP)* (pp. 1-7). IEEE.
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, 18(2), 65-82., A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, 18(2), 65-82.
- De Waal, M., & Dignum, M. (2017). The citizen in the smart city. How the smart city could transform citizenship. *It-Information Technology*, 59(6), 263-273.
- Harro-Loit, H. (2019). Feedback and Feedforward as a Dialogic Communication in the Learning Environment. In *The Essence of Academic Performance*. IntechOpen.
- Iqbal, S., Malik, A. W., Rahman, A. U., & Noor, R. M. (2020). Blockchain-based reputation management for task offloading in micro-level vehicular fog network. *IEEE Access*, 8, 52968-52980.
- Jenkins, H. (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum*, 24(6), 943-958.
- Streitz, N. A. (2011, July). Smart cities, ambient intelligence and universal access. In *International Conference on Universal Access in Human-Computer Interaction* (pp. 425-432). Springer, Berlin, Heidelberg.
- White, G., Zink, A., Codecá, L., & Clarke, S. (2021). A digital twin smart city for citizen feedback. *Cities*, 110, 103064.
- Wu, W. N. (2020). Determinants of Citizen-Generated Data in a Smart City: Analysis of Open 311 User Behavior. *Sustainable Cities and Society*, 102167.

<http://smartcityhub.com/urban-planning-and-building/smart-city-strategy-netherlands/>

<https://www.dewater.com/>

<https://www.traffictechnologytoday.com/news/smart-cities/leeds-to-start-led-street-lights-conversion-program-in-smarts-city-initiative.html>

<https://www.ebelediye.info/dosya/akilli-sehir-cozumlerinde-dunya-ornekleri>

<https://www.akillisehirler.gov.tr/2019/09/20/antalya-akilli-sehir-yonetim-platformu/>