

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: KKTC Belediyeleri Üzerine Bir Analiz

Websites in Municipalities Public Relations Work: An Analysis on TRNC Municipalities

Ümmü Bayraktar, Yrd. Doç. Dr., Girne Amerikan Üniversitesi, E-Posta: ummubayraktar@gau.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Halkla İlişkiler,
KKTC, Belediye,
Kurumsal Web Sitesi,
Tanıtma-Tanıtma.

Öz

Günümüzde ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan belediyelerin etkin bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirebilmesi, çağın gerektirdiği araç, gereç ve donanımlara sahip olmasından geçmektedir. Halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde; belde halkı ile etkili şekilde iletişim kurulabilmesi için kullanılacak araçların seçiminin iyi yapılması gerekmektedir. Güncel web teknolojileri, sunduğu olanaklar sayesinde halkla ilişkiler uygulamalarının en önemli aracı haline dönüşmüştür. Bu çerçevede online halkla ilişkiler uygulamaları arasında yer alan ve belediyelerin halk ile kuracağı iletişimde kurumsal web sitelerinden etkin bir biçimde yararlanılması gereklilik halini almıştır. Çalışmada belediyelerde halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtmaya faaliyetleri çerçevesinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)'nde örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan Lefkoşa Türk Belediyesi (LTB), Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nin kurumsal web sitelerinden ne düzeyde yararlandığı ve web sitelerini halkla ilişkiler çalışmalarında nasıl kullandıklarının karşılaştırmalı olarak içerik analizi yöntemiyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Web sitelerinin ana sayfaları Şubat 2020 ve Mart 2020'de on beşer günlük iki ayrı periyodla, aynı gün ve aynı tarihlerde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, belediyelerin web sitelerini halkla ilişkiler amaçlı kullandıklarını ancak web sitelerinde hem tanıma hem de tanıtmaya faaliyetleri açısından eksiklikler bulunduğunu göstermiştir.

Keywords:

Public Relations,
TRNC, Municipality,
Corporate Web Site,
Recognition-Publicity.

Abstract

Today, municipalities, whose place and importance in governing countries are increasing gradually, is able to carry out an effective public relations practices by possessing the tools, equipment and equipment required by the age. In the public relations process, which points to a two-dimensional communication process such as getting to know the public and publicity; in order to be able to communicate with the inhabitants in the most effective way, the selection of the tools to be used must be well selected. Current web technologies and the opportunities it offers, has become the most important tool of successful public relations practices. In this context, it has become a necessity to use the corporate websites effectively, in the communication between the public and the municipalities, which is among the online public relations applications. In this study; as part of the recognition and promotion activities of public relations in the municipalities, the level of utilization of the corporate websites of Nicosia Turkish Municipality, Famagusta, Kyrenia, Gönyeli, Dikmen and İskele Municipalities in TRNC and how they use their websites in public relations practices are tried to be determined comparatively with content analysis method. Websites were examined in February 2020 and March 2020 with two fifteen-day periods, on the same day on the same dates. Findings shows that, municipalities use their websites for public relations purposes but there are deficiencies in their recognition and promotion activities.

Giriş

Dünya, internet teknolojisi ile 90'lı yıllarda tanışmış, 2000'li yıllarla birlikte neredeyse en etkili iletişim kanalı olarak geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Toplumlar için vazgeçilmez bir bilgi ve veri havuzu haline gelmesiyle önemi daha da artmış, gelişen internet teknolojileriyle birlikte iletişim kavramı da yeni bir boyut kazanmıştır. Bu süreç içinde iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, birçok alanı olduğu gibi yönetim ve iletişim disiplini olarak halkla ilişkiler alanını da büyük ölçüde etkilemiş; alana ve uygulamalarına birçok yenilik getirmiştir. Bu çerçevede, yaşamın her alanına giren ve kullanıcı sayısı gün geçtikçe artan, ağların ağı olarak tanımlanan, günümüz dinamik ortamında halkla ilişkiler çalışmaları açısından yeni ve önemli bir iletişim aracı olan internet, sağladığı olanaklar sayesinde özel sektör kuruluşlarında da kamu kuruluşlarında da yaygın ve etkin biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Bilgisayarlar arasında elektronik bir ortamda veri alışverişini sağlayan ve günümüzde dünya çapında milyonlarca insanın faydalandığı internet, bağlantılı birçok uygulaması (elektronik posta, çevrimiçi sohbet, dosya aktarımı, world wide web'in barındırdığı birbiriyle bağlantılı web sayfaları, intranet gibi) sayesinde zamanla hem elektronik ticaret (e-ticaret), hem kurumsal iletişim amaçlı kullanılır hale gelmiş; kurumların yapıları, iş görme biçimleri ve hedef kitleleriyle ilişki kurma şekillerinde de birtakım yenilikleri beraberinde getirmiştir. "İnternet, web ortamını (world wide web) doğurmuş, web siteleri de web ortamında bir web tarayıcı ile ulaşılabilen enformasyon kaynağı olarak ortaya çıkmışlardır" (Yayınoglu vd., 2007: 132). "Sanal ortamda depolanmış enformasyon, veri ve belgelere en kısa sürede ulaşmayı sağlayan ve bunu yaparken de etkileşim yaratan özelliği nedeniyle web ortamı ve web siteleri zamana ve mekana bağlı olmadan her türden kurum ve kuruluşun, kurumsal iletişim hedeflerine ulaşmasında vazgeçilmez bir yol olmuştur" (Yayınoglu vd., 2007: 132).

Kamu kurumlarında farklı internet uygulamaları ile kendini gösteren bu çalışmaların belediyelerde daha çok e-devlet uygulamaları biçiminde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede günümüz karmaşık toplum yapısı içinde ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan belediyeler de vatandaşa çağdaş hizmet götürebilmek için elektronik ortamdaki yararlanarak çalışmalarını; tanıtım, ilke ve hizmetlerini elektronik ortama yansıtacakları e-belediyecilik uygulamalarına dönüştürmüşlerdir. E-belediyecilik uygulamalarının aşamalarından biri olan ve belediyelerin dışa açılan penceresi olarak kurumsal web sitesi kullanımı, halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde; halkla ilişkilerin özü olan "belediye yönetimi ve halk arasında en yüksek oranda uyum, işbirliği ve güvenin gelişmesinde ve korunmasında, belediye hizmetlerinin daha kaliteli ve halk odaklı yürütülmesinde" (Boztepe, 2013: 99) büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede çalışmanın ilk kısmında; belediyelerde halkla ilişkilerin önemi ve uygulamaları ele alınmakta, bir halkla ilişkiler aracı olarak web siteleri, belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarında web sitelerinin kullanımı ve kullanım alanları, bir halkla ilişkiler aracı olarak web sitesinin unsurları değerlendirilmektedir. Çalışmanın analiz bölümünde KKTC'de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan belediyelerin (LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri) kurumsal web sitelerinin halkla ilişkiler açısından nasıl kullanıldığını belirlemek üzere, biçimsel özellikler ile halkla ilişkiler faaliyetlerinde

halkı tanıma ve belediyeyi tanıtmada web sitelerinden bir halkla ilişkiler aracı olarak nasıl yararlandıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma; KKTC’de alandaki araştırmaların yetersizliği nedeniyle literatüre katkı koymak, belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarında yeni teknoloji kullanımının durumunun belirlenmesi ve e-belediyecilik çalışmalarına katkı koyması anlamında önemlidir.

Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi ve Uygulamaları

Demokratik toplumlarda kamu yönetiminin başlıca varlık nedeni yönetim aracılığı ile topluma hizmet etmektir. Bu çerçevede, kamu kişi, kurum ve kuruluşları kurum amaçlarını gerçekleştirebilmek için kendilerine varlık kazandıran, hizmet götürdüğü toplum kesimleri ile uyumlu, karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri geliştirmek için sorumlu, duyarlı ve saygılı bir yönetim felsefesi benimsemek zorundadır. “Örgüt ve onun hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış, işbirliği ve güvenin sağlanması ve örgütsel amaçların başarılması için örgüt içindeki ve dışındaki tüm planlı iletişim çabaları” (Çakmak ve Kilci, 2011: 221) olarak tanımlanabilen halkla ilişkiler, kurumların amaçlarına ulaşmasında yönetim sürecinin önemli bir parçasını oluşturur. Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan kamu kurumlarının başarısı hizmetin her aşamasında vatandaşlarla kurulacak yeterli ve iyi bir ilişkiden geçmektedir. Bu çerçevede yöneten ve yönetilenler arasında bir köprü vazifesi gören, bu ilişkilerin dengesinin sağlanmasında kurum ve paydaşları arasındaki iletişimi sağlayan halkla ilişkiler uygulamaları büyük önem taşır.

Günümüz dünyasında, bilgi toplumuna geçiş ve teknolojinin gelişmesi başta olmak üzere pek çok yeni gelişmeyle karşı karşıyayız. Çağdaş kamu yönetimi açısından düşünüldüğünde de, kurumların halkla daha fazla iletişim kurma zorunluluğu artmıştır. “Kurumlar yaptıkları çalışmaları daha hızlı bir şekilde halka ulaştırmak, onların fikrini almak, şikayetlerini değerlendirmek ve en önemlisi onlarla işbirliği içinde olmak durumundadır. İki yönlü iletişime dayanan halkla ilişkiler, kurumların bu anlayışlarının gelişiminde en önemli basamaklardan biridir” (Mert, 2016: 148). Yönetim ve yönetilen arasındaki kopukluğu önlemek, bütünleşmeyi sağlamak halkla ilişkilerin temel amaçlarından biridir. Halka en yakın kamu kuruluşları olarak nitelendirilen belediyelerde halkla ilişkiler; “seçilmiş organları, tüm çalışanları ile bir tüzel kişilik olan belediyenin, ilişkide bulunduğu toplumun güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda belediyenin, belediyede halkın istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece belediye ile halk arasında en uygun uyum ve dengenin sağlanmasına yönelik sistem ve sürekli çabalarıdır” (Torlak, 1999:160). Özel kuruluşlarda olduğu gibi kamu kuruluşlarında ve özellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında yer alan belediyelerde de; tanıma, tanıtmaya ve hizmet politikalarının belirlenmesi açısından halkla ilişkiler çok önemlidir ve halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim süreci söz konusudur.

“Halkla ilişkiler uygulamalarında çalışmaların bir bölümü çevreye dönük iken, bir bölümü de yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla kimi konularda sorumluluğu bölüşmek, değişen koşulları ve onlarla ilişkili halk isteklerini

öğrenmekle ilgilidir. Tanıma derken bu amaçlar ve bunlarla ilgili uygulamalar, çalışmalar anlaşılmalıdır” (Kazancı, 2004: 135). Yönetimin halkı tanınması ve sorunlarını öğrenmesi sonucu ortaya çıkacak somut sonuçlar, kararlara aktararak uzlaşma sağlanmasına yardımcı olacağı gibi, destek ve güveni artırarak kararların uygulanabilirlik şansını artıracak; ülkenin daha rahat yönetilmesini sağlayacaktır.

“Tanıtma, hedef kitlenin genel olarak aydınlatılması, kararların açıklanması, bilgi eksikliğini giderilmesi için, sorunlu noktalarda hedef kitleyi bilgilendirme çalışması olarak tanımlanabilir” (Kazancı, 2004: 73). Halkla ilişkilerde tanıtma işleviyle yönetim halkın kendisinden beklediği bilgileri aktarırken bir yandan da halkın kendisi ile aynı görüşte olmasını sağlamanın yollarını arayacaktır. “Tanıtımda yönetimin işlem çevresi tüm ülkedir, tüm ülke insanlarıdır. Ancak ulaşılacak kitlelerin öncelikler açısından bir sınırlaması vardır. Bu çerçevede belediyelerin işlem çevresi önce o belde halkıdır” (Kazancı, 2004: 74)

Halkla ilişkiler literatürü incelendiğinde, kamuda da özel sektör de gerçekleştirilen uygulamalar belli başlı sınıflamalara tabi tutulmaktadır. Sınıflandırmalarda temelde halkla ilişkiler uygulamalarının iki unsur üzerine odaklandığı görülmekte ve belediyelerin halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin tanıma ve tanıtma olarak yapılan sınıflama kabul edilmektedir.

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanımda (Halkın Görüşlerini Belirlemede) Kullanılan Uygulamalar

“Halkla ilişkiler çalışmalarının başarılı olabilmesi için mesajı gönderen kaynak konumundaki kurum ya da kuruluşun alıcı durumundaki hedef kitleleri (kamuları) tanınması gerekmektedir” (Bıçakçı, 2004: 117). “Yönetmek önce tanımak yani danışmak, sormak demektir. Danışan yönetimin aldığı karar, çevreyi tanımanın sağladığı bilgi üstünlüğünü özünde taşımaktadır” (Kazancı, 2004: 139). Belediyelerin halkın görüşlerini öğrenmeye ve onları tanımaya yönelik kullandığı çeşitli yol ve yöntemler bulunmaktadır. Bu çerçevede halkla ilişkilerde tanımaya yönelik kullanılabilecek yol ve yöntemler aşağıdaki maddeler altında değerlendirilebilir (Bülbül, 1998: 7; 2009: 94-98; Onal, 2000: 204; Yalçındağ, 1996: 107-129; Tarhan ve Bakan, 2013: 56; Özüpek, 2013; Kazancı, 2004: 140):

Kamuoyu Araştırmaları (Kamusal Anketler),

Danışma ve Belediye Danışma Merkezleri,

Temsilcilere Danışma,

Medyanın İzlenmesi,

Yönetici İle Halkın Yüz Yüze Görüşmesi,

Hemşehri Başvuru Büroları,

Personelden Elde Edilecek Bilgiler,

Dilek ve Şikayet Kutuları,

Referandum.

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanıtımda (Yapılan Hizmetlerden Halkı Haberdar Etmede) Kullanılan Uygulamalar

Belediye yönetiminin aldığı kararların ve gerçekleştirdikleri uygulamaların vatandaşlara duyurulması yanında kamuoyu oluşturmaya yönelik faaliyetlere odaklanan tanıtma çalışmaları aynı zamanda kuruluşların yapılarının son derece karmaşıklaşmış olduğu günümüzde kuruluşun iç işleyişi, işlemlerin nasıl yapıldığı, bu işlemlerin neler olduğu ve hangi sürelerde başvurunun yanıtlanacağı gibi konuların yönetilene öz ve açıkça anlatılması açısından da son derece önemlidir.

Belediyelerde halkla ilişkilerde tanıtıma yönelik kullanabilecek yol ve yöntemler aşağıdaki maddeler altında değerlendirilebilir (Kazancı, 2004: 86; Tarhan ve Bakan, 2013: 65):

- Basınla İlişkiler,
- Basın Bülteni,
- Basın Toplantısı,
- Radyo ve Televizyon,
- Kurum Yayınları,
- Önderlerden Yararlanma,
- Yıllık Raporlar,
- Tanıtım Filmleri,
- Sergiler, Festivaller ve Etkinlikler,
- Mobil Telefon Teknolojileri (SMS)

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanımda (Halkın Görüşlerini Belirlemede) ve Tanıtımda (Yapılan Hizmetlerden Halkı Haberdar Etmede) Kullanılan Uygulamalar

Belediye halkla ilişkilerinde hem belediye yönetimi için halkın istek ve beklentilerini tanıma, hem de belediyelerin aldığı kararlar ve uygulamalardan halkı haberdar ederek tanıtma işlevini yerine getirerek simetrik bir iletişim biçimini taraflar arasında sağlamak için çeşitli yol ve yöntemler kullanılmaktadır. Bu uygulamalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tarhan ve Bakan, 2013: 72):

- Halkla ve Örgütlenmiş Gruplarla Yapılan Toplantılar,
- Belediye Meclis Toplantıları,

Online Uygulamalar (Kurumsal Web Siteleri, Sosyal Medya Uygulamaları, Mobil Uygulamalar) (Şenyurt, 2016: 51)

Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Web Siteleri

Günümüzde insanlar için vazgeçilmez bir araç haline gelen, yaşamın her alanına giren, kullanıcı kişi sayısı gün geçtikçe artan ve en genel tanımı ile, dünya çapında bilgisayarların birbiri ile bağlandığı ağ olarak tanımlanan internet, özel kuruluşlarda da kamu kuruluşlarında da yaygın ve etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2000’li yıllarla birlikte neredeyse en etkili iletişim kanalı olarak geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlayan internetin gelişmediği dönemlerde kurumların halkla ilişkiler faaliyetleri daha çok yazılı ve basılı kaynaklara dayanan geleneksel kitle iletişim araçlarına dayanmaktaydı. Bu çerçevede; internetin iletişim uzmanlarına sunduğu fırsatları ve onu geleneksel halkla ilişkiler ortamları ve kanallarından farklılaştıran en önemli özelliklerini ortaya koyan çalışmalar; (Aschroft 2001, Cooley 1999, Aydede 2001, Holtz 1999, Kohl 2000, Levine 2004’ten aktaran Yayınoglu vd., 2007: 134)

Kaynak ve zaman tasarrufu sağlaması, herhangi bir konuyla ilgili geniş detaylı bilgiye ulaşma imkanı vermesi, etkileşimli ortam sunarak hedef kamularla birebir ilişki kurma olanağı yaratması, grup iletişimi açısından ideal bir forum sağlaması, marka bağımlılığı yaratabilmesi, kişiye özel fırsatlar sunması, her tür araştırma için kolaylık sağlaması, iletişim etkinliklerini daha kısa sürede ölçümlenmeyi olanaklı kılması, verimliliği, üretimi ve gündem yönetimini geliştirmeye de yardımcı olan uygulamalarla olanak yarattığını, kurum ve kuruluşların iş görme biçimlerini büyük oranda değiştirdiğini vurgulamaktadır.

Günümüzde internetin sunduğu olanaklardan yararlanan birçok kurum, internet aracılığıyla geniş insan kitlelerine ulaşarak ürün ve hizmetlerini tanıtmakta, satış yapmakta, satış sonrası servis olanağı sunmaktadır (Peltekoğlu, 2007: 306). Özellikle çağımızın hızla değişen koşullarında, her türlü değişimden etkilenecek bu değişimlere uygun bir tavır alması gereken bir disiplin olarak halkla ilişkiler de internetin bu özelliklerinden faydalanmaktadır. Bu bağlamda gerek özel sektör, gerekse kamu kuruluşlarının “yönetim boyutunda çevreleri ile kurdukları ilişkiler açısından meydana gelen anlayış ve değişiklikler kurum ve kuruluşların gerekli düzenlemeleri yaparak kendilerini topluma tanıtmaya ve toplumu tanıma işlevlerini ön plana çıkartarak (Gürüz, 1995: 4)” halkla ilişkiler çalışmalarında stratejik amaçlarını gerçekleştirmede internet ve web ortamlarının sunduğu olanakları en etkin biçimde kullanmaları gerekmektedir.

Halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılan araçların sayısı oldukça fazladır. Sayıca son derece çok olan bu araçlar kamu kurum ve kuruluşlarında da sıkça kullanılmaktadır. Geleneksel halkla ilişkiler araçlarının çoğu yıllardan beri önemini yitirmemiş, günümüzde de soruna ve ortama göre kullanılmakta; kurum ve kuruluşların yönetim hakkında yönetilenlere bilgi verilip, kuruluşun hizmetlerine ilişkin halkın ilgi ve dikkati çekilirken; kuruluşun çalışmaları hakkında halkın düşüncelerine ulaşabilmek ve halkı yönlendirme noktasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Günümüz küreselleşen dünyasında “halkla ilişkiler uzmanları farklı hedef gruplara farklı araçlarla ulaşmanın bilincine varmışlardır. Teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler, geleneksel halkla ilişkiler araçlarının yanına yenilerini de eklemiştir. Bunlardan birisi de internet ve web siteleridir” (Okay ve Okay, 2005: 510). İnternet ve web ortamları sayesinde kurum ve kuruluşlar artık zaman ve mekan sınırlaması olmadan çeşitli hedef gruplarla, çok uygun maliyetlerle iletişim kurma imkanı elde etmiş; 7 gün 24 saat çalışan kuruluşlar haline gelmişlerdir. İnternet ve web ortamları birebir iletişim

imkanı sağlandığı için de geleneksel iletişim araçları karşısında da bireyi güçlendirmiştir ve geleneksel halkla ilişkiler anlayışı internetin katkısı ile yerini daha etkileşimli halkla ilişkiler anlayışına bırakmıştır. İnternet ve web ortamları, kurum içi iletişimin etkinleştirilmesinden, kurumun hedef gruplarıyla doğrudan bir iletişim içerisine girmesi ve aynı zamanda onlarla diyaloga girmek için ideal bir araç olması yelpazesine kadar uzanan fırsatlar sağlamaktadır. “İnternetin, özellikle kurumlar açısından değerlendirildiğinde; halkla ilişkiler çalışmalarında kesintisiz bir iletişim, anında müdahale olanağı, global bir iletişim ağı, hedef kitle hakkında bilgi edinme, çift yönlü iletişim kurma ve daha az maliyet yoluyla önemli avantajlar sağladığı bilinmektedir” (Ülger, 2003: 96). Toplumla, medyayla, kamuoyuyla internet kullanarak daha hızlı iletişim kurulabilmekte; kriz dönemlerinde de kurum ve kuruluşların kendilerini daha rahat ifade etmelerine, gerekli açıklamaları hedef kitlelerine hızla yapabilmelerine de olanak sağlanmaktadır. Bu çerçevede internet ve web ortamlarını yönetmek halkla ilişkilerin başarısını artıracaktır.

Gower ve Cho (2001: 87) çalışmalarında, internetin halkla ilişkiler uygulamacılarınca öncelikli olarak çalışmaya katılanların %92.6’sı medya ilişkilerinde kolaylıklar sağladığını, %84’ü halkla doğrudan iletişim kurma olanağı sağladığına değinmişlerdir. Araştırmanın verileri; halkla ilişkiler uygulamacılarının hedef grupları üzerindeki etkinliğini artırabilmek için internetin sağladığı olanaklardan faydalandığını; ve özellikle kamularına veri sağlayan medya ile ilişkilerin sürdürülmesinde sağladığı kolaylıklar ile aracı olmaksızın doğrudan iletişim kurmak için yararlandıklarını göstermiştir.

Günümüzde, “çift yönlü iletişimin zorunlu olduğu halkla ilişkiler alanında, bir yandan bilgi verirken bir yandan da toplumun algısını ölçme imkanı sunan internetin kullanımı vazgeçilmez olmuştur” (Uğur ve Uğur, 2013: 508).

“Halkla ilişkiler alanında internetten yararlanma biçimleri arasında kurumsal web siteleri, elektronik posta, intranet, ekstranet, online veri tabanları, blog, network, tartışma grupları ve chat yer almaktadır” (Bakan, 2008: 375).

Kuruluşun profilini sunan, ürün promosyonunu ve tanıtımını sağlayan web siteleri, günümüzde halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından yaratılan ve etkin kullanımı devam eden internet ortamlarından biridir. “İnternet ortamından faydalanarak ve buna dayalı web ortamı olarak özelleştirilen bir uygulamayla kendine ait bir dizi enformasyonu sağlayan kaynaklar olarak bilinen web siteleri” (Yayınoğlu vd., 2007: 135), günümüzde kuruluşların kendilerini tanıtmaya olanak sağlayan en güçlü araçlardan biridir. Sektöre ve ihtiyaçlara göre oluşturulma amaçları farklılık gösterse de iyi hazırlanmış bir kurumsal web sitesi her tür organizasyon için başarılı bir tanıtım yolu ve hedef kitlelerle iyi bir iletişim kurma aracıdır. Günümüzde, geleneksel iletişim araçlarından daha fazla tanıtım olanağı sağlayan, kuruluşların iletişim programlarının en ucuz ve en etkili elemanlarından biri olan web siteleri, hedef kamularla etkili ve verimli bir ilişki kurabilmek için kullanılan en önemli araçlardandır. “Web siteleri bir kurum veya kuruluşun kültürüne ve kimliğine uygun biçimde tasarlanan, istediği bilgileri hedef kitleleriyle paylaşabilme olanağı sunan online ortamlar olarak ifade edilebilir” (Peltekoğlu, 2007: 316). Web sitelerinin oluşturulması, kurum ve kuruluşların siteyi hangi amaçla kurduğuna ve neler beklediğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Tanıtım amaçlı kurulan bir web sitesi

elektronik ortamda broşür olma işlevini yerine getirirken, hedef kitlelerle interaktif ilişki kurmak isteyen kuruluşlar; bu kitlelerden geribildirim almayı sağlayacak özellikleri içinde barındıracak şekilde web sitelerini yapılandırmaktadır. Web sitelerinden bilgi gönderiminin ne şekilde olması gerektiği hakkındaki düşünceler; teknolojinin değişimi ve kullanıcıların teknolojiye adapte olması sürecinde değişim göstermektedir. ‘‘Halkla ilişkiler araştırmacıları örgüt-kamu ilişkilerini geliştirmek için internet üzerinden iki yönlü iletişimin kullanılmasını önermektedir’’ (Taylor vd. 2001, Kim vd. 2010: 216’dan aktaran Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 524). Çünkü ‘‘web siteleri, iletişimde kullanılan pragmatik yönlerinin yanında, dijital iletişim, kuruluş ve paydaşlar arasında diyalogu arttırması nedeniyle, etkili bir halkla ilişkiler aracıdır (Searson ve Johnson, 2010: 121). Web siteleri aracılığıyla kullanıcıların kuruma soru sorması, istek, öneri ve şikayetlerini iletebilmeleri, diyaloglu iletişimin web tasarımında kullanılması halkla ilişkilerde internet kullanımına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu çerçevede, ‘‘kurumların halkla ilişkiler uygulamalarında internet ve web ortamının, planlı ve etkili bir biçimde tasarlanması, kurumsal imajın yansıtılmasında ve çift yönlü iletişim kurulmasında kurumlara önemli katkılar sağlayacağı’’ (Özkanal, 2006: 256) bilinmektedir. Kent ve Taylor, web sitelerini halkla ilişkilerin mükemmel gereçleri olarak ele alır ve web’in halkla ilişkiler uygulamalarına hedef kitlelerle dinamik ve uzun süreli ilişkiler oluşturmada önemli fırsatlar sağladığını belirtir. Ancak bunu gerçekleştirebilmek için diyaloga dayalı araçların, web siteleri ve web’deki iletişimle bütünleştirilmesi gerektiğini savunur. Ancak, ‘‘halkla ilişkiler ve internet alanında yapılan araştırmalar sonucunda, internet ve web’in sadece tek yönlü bir iletişim aracı olarak kullanıldığı gözlenmekte ve halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından kullanılan bu yeni aracın řu anki görünümüyle temel amacı, kurum ile hedef kitleler arasında diyalog oluşturmaktan ziyade bilgi yaymak olarak belirtilmektedir’’ (Kent ve Taylor, 1998: 326). ‘‘Ancak amaç, bu aracın potansiyelinden ve teknolojik özelliğinden yararlanarak, tek yönlü iletişimi hedef kitleler ve kuruluşun yararına iki yönlü bir iletişim (etkileşimli iletişim) biçimine dönüştürmek ve kurum ve kuruluşlar ile hedef kitleleri arasında paylaşım, katılım, kontrol ve karşılıklı yarar sağlayan bir ortam oluşturmaktır’’ (Kent ve Taylor, 1998: 326). Bu bağlamda,

Halkla ilişkiler çalışmalarının bir parçası ve aracı olarak web sitesi tasarımında ve uygulamalarında iki temel biçim oluştuğu görülmektedir. Birincisi, web sitesinin bilgi verme aracı olarak görülmesi ve buna uygun biçimde tasarlanmasıdır. Diğeri ise kuruluş ve hedef kitleleri arasındaki ilişki düzeyini geliştiren karşılıklı etkiye açık bir yapıda tasarlanmasıdır. Birinci biçimde etkileşim düzeyi oldukça düşüktür, tek yönlü aktarıma odaklanmıştır, asıl amaç kurumsal enformasyonun yayılması ve kullanıcıların gözündeki imajın geliştirilmesidir. İkinci biçimde ise etkileşim derecesi yüksektir, iki yönlü iletişim akışına odaklanır ve böylece gerçek iletişimin kolaylaştırılmasını amaçlar, etkileşim ve diyalog yoluyla taraflar arasındaki ilişkiyi oluşturmak ve geliştirmek istenir (Capriotti ve Moreno, 2007: 85).

Bu çerçevede, ‘‘kurumsal web siteleri gerek tek yönlü (statik bir yapıda olmasa bile) gerekse iki yönlü (etkileşimli) işletilmektedir. Kotler ve Lee’nin ifade ettiğii gibi bir web sitesi hem iletişim kanalı (dolayısıyla en azından enformasyon sağlayan bir kaynak) olabilmekte, hem de kamu kuruluşlarının hizmet ve işlemlerinin vatandaşla ulaştırıldığı dağıtım kanalı olabilmektedir’’ (Kotler ve Lee, 2007’den aktaran Yayınoglu vd., 2007: 143) ve ‘dağıtım kanalı’ rolünü üstlenen internet ve web ortamlarının kamu kuruluşlarının hizmetlerini verimli ve etkili hale getirmesindeki önemini ön plana çıkaran bu yaklaşım da kendine bir yer bulmuştur.

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Sitelerinin Kullanımı

Günümüzde “vatandaşların başta devlet olmak üzere kamu kurum ve idarelerinden beklentileri çok yönlü olarak sayı ve tür olarak artmış, çok daha nitelikli hale gelmiştir (Mecek, 2017: 1816). Bu bağlamda kamu hizmetlerinin sunumunda artık klasik kamu hizmet sunumu anlayışı yerine “kaynak tasarrufu sağlamak, çok daha etkin, verimli, şeffaf, hukuka uygun, kesintisiz, demokratik ve katılımlı bir kamu hizmeti sunumu” gerçekleştirebilmek için kamu kurum ve idareleri de elektronik hizmet (e-hizmet) uygulamalarını hayata geçirmiş ve geçirmektedir. Halkın en çok ilişkide bulunduğu belediyeler de bu çerçevede, “tanıtım, ilke ve hizmetlerini elektronik ortama yansıtacakları e-belediyeçilik uygulamalarından” (Özüpek, 201 : 200) yararlanmaktadır “Temel olarak kamu bilgi ve hizmetlerine erişimin ve bu bilgi ve hizmetlerin dağıtımının enformasyon teknolojileri ve özellikle internet yoluyla yapıldığı” (Şat, 2008: 57) bir idari yapıyı temsil eden, bu anlamda yönetenlerle yönetilenler arasındaki her türlü ödev ve yükümlülüklerin karşılıklı olarak ‘dijital ortamda’ sürekli ve güvenli bir biçimde gerçekleştirilmesine olanak tanıyan e-devlet yapılanmasının önemli bir parçasını oluşturan e-belediyeçilik uygulamaları çerçevesinde vatandaşlar web sitelerinden; belediye hizmetleri hakkında bilgi alabilmekte, online işlem yapabilmekte, işlemler için gerekli formlara online olarak erişim sağlayabilmekte, e-posta ile bilgi gönderimi yapabilmekte, online olarak şikayet, istek, öneri ve görüşlerini bildirebilmektedirler. Bu özellikler, kurumsal web sitelerinin tek yönlü ve bilgilendirme amaçlı kullanımdan, çift yönlü iletişim ortamına geçmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Bu kapsamda, diğer uygulamaların yanında, belediyelerde web sitesi kullanımı, halkla ilişkilerin temel hedeflerine giden yolla paralellik gösteren stratejik bir araç ve iş üretme ve etkileşiminde bulunma zemini olarak ilk sırada yerini almıştır. Bu bağlamda halkla ilişkiler bakış açısıyla e-belediye uygulamaları; “belediye hizmetlerinin şeffaflaştırılması, zamandan tasarruf, vatandaş ve belediye arasındaki güven ortamının sağlanması, yerel hizmetlerle ilgili doğru bilgiye ulaşma, hizmet memnuniyetinin artması, hizmetlerin hızlı ve etkin sunulması, hayat kalitesinin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi, karar almada kolaylık ve tek portaldan kamu hizmetlerine rahat erişime katkı” (Acılar, 2015: 133) sağlayacaktır. Bu noktada, belediyenin başarısı için, saydam, kullanımı kolay, hizmetlerin etkin bir şekilde sunulduğu güvenli bir ağ sayfası hayati önemdedir. Yapılan bir araştırmaya göre internetteki trafiğin %75’i web sitesi ziyaretlerini içermektedir (Küçüksaraç, 2008).

Belediyeler, kurumsal web sitelerini oluşturarak, hem kendi tanıtımını doğrudan yapma olanağı bulabilmekte ve bu sayede hedef kitlelerin farkındalık ve anlayışını arttırarak şeffaf bir bürokrasi davranışı sergileyebilmekte, siyasal oy kapasitelerini yükseltebilmekte; hem de hedef kitlesi ile ilgili bilgilere daha hızlı, kolay ve ekonomik ulaşarak, yönetsel karar alma mekanizması içinde yer alan halkla ilişkiler faaliyetleri için gerekli olan tanıma işlevini gerçekleştirebilmektedir. Çünkü bu konuda üretilecek siyasaların bu verilere göre belirlenmesi, belediyelerin başarısını belirleyecektir.

Günümüzde yaşanan toplumsal değişim demokrasinin işlerlik kazandığı alanlar olarak vatandaşın yönetime en yakın olduğu belediyeleri de değişime zorlamaktadır. Bu çerçevede belediyeler aracılığıyla karar alma süreçlerine halk katılımının sağlanması da demokrasi kültürünün yurttışta yerleşmesi ve yurttışlık bilincinin gelişmesi açısından

çok önemlidir. Bu açıdan bakıldığında belediyeler, bilgisayar başında çoğu hizmetin ulaşımına olanak sağlayan e-belediye uygulamaları, elektronik ortam aracılığı ile demokratik etkileşim sürecine de katkı koymaktadır.

Günümüz dinamik ortamında halkla ilişkiler çalışmaları açısından yeni ve önemli bir iletişim aracı olan internet ve web ortamları, ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan yerel yönetimlerin de sağlıklı işleyebilmesi için çok yönlü hizmet verme gereksinimleri doğrultusunda yeni ufuklar açan ve problemlere uygun çözümler sunabilmesi açısından çok önemli bir konumdadır.

“Toplumsal hayatın gelişmesine ve insanların temel ihtiyaçlarının artmasına paralel olarak belediyelerin görev alanları da genişlemiş, sundukları hizmetler farklı nitelikler kazanmış ve daha geniş alanlara yönelmiştir” (Sezgin, 2011: 103). Bu değişimlerle bağlantılı olarak örgüt yapıları da giderek büyümüş ve karmaşıklaşmıştır. Bu noktada halkın belediye yönetimine nüfuz etmesi, onu yakından izlemesi ve denetlemesi de gerekli olmuştur. Bu çerçevede belediyelerde de, günümüz karmaşık toplum yapısı içinde halkla ilişkiler amaçlarının yüzyüze ve doğrudan doğruya gerçekleştirilmesi çok zor görüldüğünden, internet teknolojilerinden yararlanarak amaçların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi oldukça önemli bir noktaya oturmuştur.

21. yüzyıl demokrasi anlayışı, vatandaşların sadece seçimlerde değil, kamu faaliyetlerinin tüm aşamalarında da katılımı gerekli kılmaktadır. Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan belediyelerin başarısı, halkın yardımını ve katkısını sağlayabildiği alanda ve oranda atracaktır. Bu çerçevede belediyelerin halkın yardımını ve katkısını sağlayabilmesi için halkının “bilgi edinme hakkını ve ihtiyaçlarını karşılamada iletişim tekniklerinin kullanılarak sağlıklı iletişim kurulması, halkın aydınlatılması, çalışmaların benimsetilmesi, yönetime karşı olumlu davranışlar yaratılması, başvurunun kolaylaştırılması, halka gerektiğinde bilgi verilmesi, kararların yerindeliğini ve yararlılığını arttırmak için halktan bilgi alınması, halkın istek ve ihtiyaç, yakınma ve tepkilerinin öğrenilmesi gerekmektedir”(Sezgin, 2011: 96).

Web sitelerinin haftanın 7 gün 24 saati erişilebilir olması, vatandaşın bilgiye erişimini hızlı ve kolay hale getirmiş, kurumun hedef kitlesi için bilgi kullanımı, güven, hizmet sağlanması, verimlilik ve kaynakların planlanması yönünden çok çeşitli olanak ve avantajlar sağlamıştır. Web siteleri aracılığıyla belediyeler tüm yazılı iletişim uygulamalarını kurumsal web sitelerine taşıyabilmekte, kurumsal video film yayınlatabilmektedir. Vatandaşın her an her sıkıntısını en yetkili makama ulaştırma olanağıyla karşılıklı iletişim ortamı sağlanarak anında geri bildirim alınmasına da olanak sağlanmaktadır.

Dünyada bir çok vatandaş pek çok farklı ihtiyaç ve amaçlar için devlet kurumlarının web sitelerini ziyaret etmektedirler. “2003 yılında ABD’de yapılan bir araştırmaya göre, araştırmaya katılan vatandaşların %59’u her gün bir yerel yönetim web sitesine çeşitli ihtiyaçları ve sorunlarına çözüm aramak için girdiklerini söylemişlerdir” (Hart-Teeter 2003’den aktaran Yayınoğlu vd., 2007: 137).

Belediyelerde web sitesi ile sunulan olanaklar; “belediyelerin imajını geliştirme

fırsatı, halkın görüşlerini toplamada ve ayırtırmada kolaylık, yerel yönetimlerin politikalarına halkın gereksinimlerini ve görüşlerini yansıtmaya zemini, yerel yönetimlerin sosyal sorumluluklarını uygulayabilme olanağı, halkın yönetimin karar alma sürecine katılımını kolaylaştırma ve tutanaklara erişimi sağlama, halkın; yerel yönetimlerin yönetsel yapısı, birimleri, işlemleri, görevlileri ve muhatap alınacak kişiler konusunda bilgilendirilmesi”(Şat, 2008: 57) şeklinde sıralanabilir.

Belediyelerin web siteleri ile yapabilecekleri halkla ilişkiler faaliyetlerini Aksoy da şöyle sıralamıştır (2006: 59):

Araştırma: Hedef kitleleri hakkında detaylı bilgi elde etme ve istedikleri bilgileri onlara sağlama.

Bilgi Sunma: Haber bültenleri, raporlar, konuşmalar, broşür metinleri, kurumsal reklamlar, makaleler, hizmet bilgileri gibi hedef kitlenin ilgisini çekebilecek verilere yer verebilme.

Kurum İçi Haberleşme ve İtranet: Kurum içinde yapılan yazışmaları intranet ortamında yaparak zaman ve kaynak tasarrufu yapabilmekte, ayrıca personel bilgilerini güncel tutma, personele özel sayfalar ile kurumsal kimlik edindirme ve iş tatmini sağlayabilme.

Elektronik Uygulamalar: Vergi ödeme, kurum işleyişi (hizmet sunma yöntemleri) ile ilgili bilgiler, anketler ve kamuoyu araştırmaları yapabilmekte.

Bire Bir İletişim: Yerel internet kullanıcılarına gönderilen alınan elektronik mektuplar ve dosya transferleriyle faaliyetler hakkında bire bir iletişim olanağı.

Link Verme: İnternet sayfalarında çok kullanılan, konu ile ilgili, faydalı diğer internet sayfalarına link verme ya da bu sayfalardan link alma yoluyla daha çok kullanıcının dikkatini çekebilme.

Sponsorluk: Kullanıcı kitlesinin çeşitliliğine göre çok kullanılan haber, görüntü vb. sitelere, kampanyalara, kitap, film ya da sempozyumlara sponsor olarak hedef kitlenin beğenisi kazanılabilme.

Belediye Halkla İlişkilerinde Web Sitelerinin Kullanım Alanları: Tanıma-Tanıtma

Günümüzde belediyelerin etkin bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirebilmesi, çağın gerektirdiği araç, gereç ve donanımlara sahip olmasından geçmektedir. Halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde belde halkı ile en etkili şekilde iletişim kurulabilmesi için kullanılacak araçların seçiminin iyi yapılması gerekmektedir. Bu çerçevede geleneksel iletişim araçlarının yanında, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaşandığı günümüzde, internet uygulamalarından faydalanılması ön plana çıkmış; bu uygulamalar sayesinde belediyeler pek çok farklı paydaşla enformasyon paylaşımı ve etkileşim olanağı bulmuştur. İnternet zemininde önemli bir kurumsal iletişim kanalı olarak kullanılan web siteleri de, kamusal nitelikte hizmetler veren belediyelerin halkla ilişkiler amaçlı faaliyetlerini planlamada, gerçekleştirmede ve duyurmada önemli bir mecra özelliği taşımaktadır. Kurumsal web

siteleri diğer kullanım amaçlarının yanında halkla ilişkiler amaçlı olarak ‘medyaya bilgi vermek, hedef kitle ile güncel iletişim kurmak, farklı hedef kitlelerle ilgili veriler elde etmek, kurumsal imaj oluşturmak, geliştirmek ve mevcut imajı korumak, kurumsal kimlik oluşturmak ve geliştirmek, personelle iletişim kurmak, uluslararası piyasalarda yer edinmek, internet kullanıcılarına erişmek, diğer halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmak’ (Okay ve Okay, 2005: 511) için kullanılmaktadır ve geleneksel halkla ilişkiler ortam ve araçlarına alternatif oluşturduğu kadar, bu ortamların etkisini destekleyen ve arttıran bir özellik taşıdığı da görülmektedir.

Halkın İsteklerini ve Beklentilerini Öğrenme: Tanıma

Belediyelerin kurumsal web sitelerini kullanarak hedef gruplarını tanımaya yönelik yapacağı faaliyetlerde; ‘elektronik posta, şikayet ve istek hattı, bilgi edinme, anket, formlar, ziyaretçi sayacı gibi birçok araçlar kullanılmaktadır Özellikle kuruluşta çalışanların kendi adlarına bulunduğu e-posta, yoğun olarak başvuru alan tanımaya yönelik internet aracıdır’ (Çakmak, 2008: 34). Halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak görülen e-postayı, ‘halkla ilişkiler uygulayıcılarının hedef kitlelerle stratejik olarak ilişki kurmada temel bir araç olarak kullandıkları ortaya konulmuştur’ (Duke, 2002: 321).

Tarhan (2007) çalışmasında; kurumsal web siteleri kullanarak halkın isteklerini ve beklentilerini öğrenme ya da tanımaya yönelik olarak belediyelerin yapacağı faaliyetlerde; yazılı ve sözlü olarak halkın istek, şikayet ve beklentilerinin alınabileceği, belediye erişimini sağlayacak telefon, faks numaraları ve e-posta adresleri kullanımı, özel numaralarla halka 7 gün 24 saat hizmet veren danışma merkezleri telefon numaraları ve e-posta bilgileri, bilgi edinme yasası çerçevesinde, halkın taleplerinin de belirlenmesi için, belediyenin herhangi bir uygulaması ya da mevcut birimleri hakkında bilgi edinme, web sitelerinde yer alan ve sonuçlarının halkla da paylaşıldığı, belediyenin herhangi bir uygulamasının halkta gösterdiği tepki veya yapılacak bir uygulamanın halk tarafından benimsenip benimsenmediği konularının ölçülebilmesini olanaklı kılan anket, başkana mesaj gibi bir çok aracın kullanıldığını belirtmektedir.

Halkı Yapılan Faaliyetler Hakkında Bilgilendirme: Tanıtma

Belediyelerin kurumsal web sitelerini kullanarak yapacağı tanıtma faaliyetlerinde, ‘kuruluşun tarihçesi, kurucu ve yöneticileri, vizyon ve misyonu, amaçları, müşterileri, yapmış olduğu etkinlikler ve planladığı projeler hakkında ayrıntılı bilgiler sunabilmektedir’ (Okay ve Pelenk, 2006: 377).

Tarhan (2007) çalışmasında; kurumsal web siteleri kullanarak halkı yapılan faaliyetler hakkında bilgilendirme ya da tanıtma yönelik, olarak belediyelerin yapacağı faaliyetlerde; belediyede mevcut birimler ve bunların yöneticilerine dair kısa bilgiler, özgeçmişleri ve birimlerinin yetki ve sorumlulukları ile ilgili bilgilerin sunulmasını içeren belediye yönetimine ilişkin tanıtım, halka yönelik olarak yapılan ve yapılacak çalışmaların, halk katılımını sağlamaya da yönelik olarak yapılan duyuruları içerecek yapılan hizmetlerin duyurulması, belediyenin halka yönelik olarak gerçekleştirdiği ve halkın katılımını sağlamak amacıyla bilgi verdiği sanatsal ve sosyal aktiviteleri içeren sosyal ve kültürel etkinlikler hakkında bilgiler, hesap verebilirlik ve şeffaflık kriterleri

gereğince belediye meclisinin toplantı zamanları ve bu toplantılarda alınan kararların ilanlarını içeren belediye meclisi kararları, belediyeden hizmet alan vatandaşların karşılaştığı sorunların çözümü için hangi birimlere nasıl başvurabileceğine dair bilgileri (teşkilat şeması, telefon ve faks numarası, e-posta bilgileri) içerecek belediye bünyesindeki müdürlüklerin işleviyle ilgili tanıtımlar ve erişim olanakları, belediyenin kurumsal yapısı, kimliği ve buna yönelik çalışmalarıyla birlikte, çalışanlarıyla ilgili aktivite ile gelişmeleri içeren belediye ile ilgili kurumsal haberler, belediyenin bulunduğu çevre, il ve ülke ile ilgili tarihi, turistik ve kültürel bilgileri içeren belediyenin bulunduğu il ve kültürel ya da turistik değerleriyle ilgili temel bilgiler, belediye başkanının özgeçmişi, iletişim bilgileri, çeşitli etkinliklerde vatandaşlarla çekilmiş fotoğraflarını içeren bir çok bilginin sunulabildiğini belirtmektedir.

Belediyelerde halkla ilişkiler amaçlı kurumsal web sitelerinin kullanımına ilişkin literatürde yer alan bazı araştırmalar ve bulguları incelendiği zaman; Tarhan'ın (2007) çalışmasında, incelenen belediye web sayfaları biçimsel olarak ve tanıma-tanıtma ekseninde içerik analiziyle değerlendirilmiş ve web sayfalarının tanıtma açısından yeterli olmasına karşın, tanıtma çalışmalarında bazı eksiklikler olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Özüpek (2010) de çalışmasında, belediye web sitelerinde tanıma ve tanıtma bakımından ciddi eksiklikler olduğunu ve tanıma faaliyetlerinin yeterince yapılmadığı sonucuna varmıştır. Tanyıldızı ve Karatepe (2011) çalışmalarında, incelenen belediye web sitelerinde tanıma ve tanıtma konusundaki web hizmetlerini genel olarak yeterli bulmakla birlikte, halkla ilişkiler açısından bazı olumsuzlukları olduğunu da bulgulamıştır. Şenyurt (2016) çalışmasında, incelenen belediye web sayfalarını daha çok tanıtma amaçlı kullandığı ve belediyelerin kurumsal sosyal medya hesaplarından daha çok kamuoyu bilgilendirme modeli çerçevesinde tek yönlü olarak yararlandığını belirlemiştir.

Halkla İlişkiler Aracı Olarak Bir Web Sitesinin Unsurları

Günümüzde kamu kurum ve kuruluşlarının da hedef kitleleri ile iletişimde internetin etkileşimli potansiyelini stratejik olarak kullanması bir gereklilik haline dönüşmüştür. Belediye halkla ilişkilerinde tanıma ve tanıtma işlevinin gerçekleştirildiği önemli bir mecra olan kurumsal web sitesi oluşturmak ve bu siteyi halkla ilişkiler aracı olarak etkili bir biçimde kullanabilmek için sitenin çeşitli unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu çerçevede, bir web sitesinin nasıl olması gerektiği ve hangi türden enformasyonu barındırması gerektiği konusu sektöre ve ihtiyaçlara göre farklılık gösterse de hangi temel öğeleri barındıracağına ilişkin literatürde yer alan ortak görüşlere bakıldığı zaman içerik, tasarım, erişilebilirlik ve dolaşım ana unsurlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede, yapılan araştırmalara göre (Levine, 2000) kurumsal web siteleri; görsel açıdan çekici, kullanılması kolay, eğlenceli, ilgi çekici, kısa sürede indirilebilir, tüm hedef kitlelerin bekledikleri enformasyonu sağlayan, etkileşim yaratan, sık güncellenen özellikleri taşımaktadır. Dünyada yapılmış en kapsamlı e-belediyecilik araştırmasının web sitesi değerlendirme kriterlerine göre (New Jersey State University & Sungkunkwan University, 2003) ise; güvenlik ve gizlilik, kullanılabilirlik, içerik, hizmetler, vatandaş katılımı unsurları ön plana çıkmaktadır. Moon (2002), e-devlet uygulama modellerini kategorize etmek amacıyla kamu devlet kurumları için web sitesi değerlendirme kriterlerini; enformasyon dağılımı, çift yönlü iletişim, hizmetler, bütünleşme ve siyasi

katılım şeklinde ortaya koymuştur. Tarhan (2007) çalışmasında, kurum/ kuruluşların hedef kitleleri kamuları ile iletişimde web sitelerini halkla ilişkiler aracı olarak kullanabilmek için ideal web sitesinin sahip olması gereken unsurları aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- Web sitesine erişim kolay olmalı, örneğin en fazla sekiz saniyede açılabilmesi.

Web sitelerinin açılma hızı sitenin ilk izlenimi açısından önemlidir. Açılma süresinin kısa olması için ana sayfada yer alan metin ve grafik sayısı çok fazla olmamalıdır. Aksi durumda hedef gruplar sıkılarak başka sayfalara yönelebilmektedirler. Ayrıca arama motorlarına kayıt ve arananlar listesinin ön sıralarında yer almak da son derece önemlidir.

- Web sitesi işlevsel kullanılabilmesi, dizaynında denge sağlanmalı, örneğin çok fazla metin ağırlıklı olmamalı.

Web sitelerinde yer verilecek metin ve grafiklerin dengesinin iyi kurulması gerekmektedir. Aksi durumda birinci madde ile bağlantılı olarak hedef gruplar sıkılarak başka sayfalara yönelebilecektir. Ayrıca tasarımlarda kullanılacak standart dışı renkler mesajların okunmasını zorlaştırabileceği ve sayfanın yüklenme süresini yavaşlatacağından, standart renklerle metin ve grafik dengesi sağlanarak web sitelerinin tasarlanması gereklidir.

- Web sitesinde hedef kitlenin ilgili sayfaya girebilmesi için gereksiz soru formlarını içeren engeller konulmamalı.

Bazı web sitelerinde kullanıcıların girişini mümkün kılan bir takım sorular sorulabilmektedir. Bu sorular kuruluşun faaliyet alanıyla ilgili görüşler olabileceği gibi, internet kullanıcısının bir takım demografik özelliklerini sorgulayan bilgiler de olabilmektedir. Bu sorular kullanıcılar açısından sıkıcı ve güvensiz olarak değerlendirilip; web sayfasından ayrılmalarına neden olabilmektedir.

- Web sitesi sürekli güncellenmelidir.

Sürekli güncel bilgiler sunan web siteleri, basın tarafından takip edilip haber olarak çeşitli yayın organlarında yer alabilecektir. Ayrıca kuruluşla ilgili güncel bilgileri takip etmek isteyen diğer hedef gruplar için de güncel veriler sunan web sayfası tercih edilecektir.

- Web sitesinden insanların yükleme yapabileceği bir şeyler sunulmalıdır.

Kullanıcılara ziyaret ettikleri web sitesinden yükleme yapabileceği bir şeylerin sunulması o web sitesinde daha fazla zaman geçirmelerini sağlayabileceği gibi, yükleme yaptıkları şeyi bir başkasıyla paylaşan kullanıcı tarafından ziyaret edilen web sitesinin dolaylı reklamı yapılmış olacak ve başka kullanıcılarca da web sitesi ziyaret edilecektir.

- Web sitesindeki tüm linkler çalışmalı.

Kullanıcılar için web sitelerinde yer alan linklerin çalışıyor olması çok önemli bir başka özelliktir. Kullanıcı istediği herhangi bir veriye link çalışmadığı için ulaşamıyorsa ilgili bilgiye erişebilmek için bir başka siteye bağlanacak ve linki çalışmayan web sitesini terk edecektir. Ayrıca linklerin çalışmaması teknik yönden yetkin olunmadığı gibi bir

izlenim de doğurabileceğinden kurumla ilgili olumsuz bir imaj olarak zihinlerde yer alabilir.

- Web sitesinde geribildirim alma imkanını sağlayan (e-posta adresi v.b.) araçlar yer almalı.

Yapılan tüm çalışmaların hitap edilen hedef gruptaki etkisinin belirlenmesi açısından interaktivite özelliği çok önemlidir. Bu nedenle mesajın sunulduğu hedef grupların tepkisinin ölçülebildiği geribildirim imkanı sağlayan araçlar yer almalıdır.

- Web sitesinde erişim bilgileri mutlaka olmalı.

İnternet tek başına e-posta gibi tek bir geribildirim unsuru ile sınırlı düşünülemez. Diğer geribildirim olanaklarını da harekete geçiren bir araç olarak işlev görmesi kurum adına büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle kuruma hedef grupların erişimini sağlayacak diğer bilgiler (telefon, faks numaraları, adres v.b.) mutlaka yer almalıdır. Ziyaretçilerin web site aracılığıyla kurum kuruluşla bağlantılı iletişim kurabilmesini sağlamak gerekmektedir.

Ayrıca günümüzde kullanılan birçok online uygulamada yaşanan güvenlik sorunları da düşünülerek; güvenlik ve gizliliğin esas alındığı ‘kurumsal web sitelerinin görüntülenen ara yüzünün menü ve erişim yapısının kullanımı kolay, bilgiye en kısa yolla ulaşılabilecek erişim olanağına sahip, işlevsel ve hızlı bir yapıda oluşturulması başarılı bir kurumsal web sayfasının özellikleri arasındadır’ (Peltekoğlu, 2007: 325).

KKTC Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Bir Analiz

Yöntem

Bu araştırma, günümüzde yerel yönetim kuruluşlarının en önemlisi sayılan belediyelerin, oluşturdukları kurumsal web sitelerinden halkla ilişkiler amaçlı olarak ne derece yararlandıklarını ortaya koymak, web sitelerinin hangi işlevleri yerine getirdiği, halkla ilişkiler amaçlı olarak web sitesinde neler paylaşıldığı ve işlevsel açıdan nasıl bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymak amacıyla; KKTC’de örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan belediyelerin web sitelerine erişilebilirlik, web sitelerinin genel görünümü ve kullanım kolaylığı gibi biçimsel özellikleri ile halkla ilişkiler faaliyetlerinde halkı tanıma ve belediyeyi tanıtmada web sitelerinden bir halkla ilişkiler aracı olarak nasıl yararlandıkları, bu araçları etkin bir biçimde kullanıp kullanmadıklarının belirlenmesi ve analizini kapsamaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. “İçerik analizi iletişimin yazılı, açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir” (Berelson, 1971: 18). “Web ortamlarının, içerik analizi açısından, aşılması güç bir takım zorlukları içinde barındırdığını” (Başfıncı, 2008: 52) savunan çalışmalar olmakla birlikte, web sitesi incelenmesine ilişkin ulaşılabilen çalışmalara bakıldığında çoğunda içerik analizi veya anket tekniği kullanıldığı görülmektedir. Web sitelerinin özelliklerini halkla ilişkiler açısından inceleyen çalışmalarda ise yöntem olarak daha çok içerik analizi (Tarhan 2007, Öztürk ve Ayman 2007, Aktel 2009, Searson ve Johnson 2010, Kim vd. 2010)

kullanılmaktadır. Yapılan içerik analizi çerçevesinde; araştırmanın evrenini KKTC’de yer alan belediyelerin web siteleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak da KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan; LTB, Gazimağusa, Girne, Dikmen ve İskele Belediyeleri seçilmiştir. Örgütlenme yapıları içinde halkla ilişkiler birimi bulunmayan diğer KKTC belediyelerine örneklem içinde yer verilmemiştir. Seçilen belediyelerin kurumsal web sitelerinin halkla ilişkiler bakımından analiziyle sınırlı olan, bu çalışmada, analiz edilen belediyelerin web sitelerinin arasında bir karşılaştırma da yapıldığından, verilerin güvenilirliği açısından belirlenen web sitelerine aynı tarih ve aynı zamanda girilmiştir. Bu çerçevede, web sitelerinin ana sayfaları Şubat 2020 ve Mart 2020’de on beşer günlük iki ayrı periyodla incelenmiştir. İçerik analizi yapılmadan önce bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu cetvelin oluşturulmasında temel olarak Tarhan’ın (2007) tarihli çalışmasından yararlanılmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla daha önce kullanılan, güvenilirliği test edilmiş kodlama cetveli örneklem içinde yer alan belediyelerin web sitelerine uyarlanmıştır. Uyarlama yapılırken cümlelerin anlamları değiştirilmemiştir. Kodlama cetvelinin birinci kısmı siteye erişilebilirlik, genel görünüş ve kullanım kolaylığı başlıklarını içermektedir. Bu kısımda web siteleri biçimsel nitelikleriyle değerlendirilmiştir. Kodlama cetvelinin ikinci kısmında ise; belediyelerin web sitelerinde tanıma ve tanıtma faaliyetlerini hangi başlıklar altında ve ne kadar etkin bir şekilde kullandıkları sorgulanmıştır. Web siteleri, araştırma bulguları ve analizi başlığı altında yer alan tablolarda yer verildiği şekliyle; belirlenen ana ve alt kategorilere göre analiz edilmiştir. Böylelikle, çalışmanın temel amaçlarından; web sitelerinin biçimsel çözümlenmesi ve web sitelerinden halkla ilişkiler bağlamında nasıl yararlandıklarının tespitinin yapılması sağlanmıştır. Örneklem içinde yer alan belediye web sitelerinin ana sayfaları üzerinden gerçekleştirilen karşılaştırmalı analiz sonrası elde edilen bulgular tablolaştırılmış ve değerlendirmeleri yapılmıştır. Analiz ve bulgular kısmında yapılan değerlendirmeler, niteliksel verilere dayalı betimleyeci ifadeler olarak yer almıştır.

Araştırmaya konu olan belediyelerin geleneksel yöntemlerle yürütülen halkı tanıma ve tanıtma faaliyetlerinin yanında, web sitelerinden de halkla ilişkiler faaliyetleri bağlamında destek aldıkları görülmektedir. İncelenen belediye web sitelerinin durumunu belirlemek, web sitelerinin sağladığı olanaklar çerçevesinde yeterince kullanılmayan alanlarını tespit ederek eksikliklerin giderilmesine katkı sağlayarak daha etkin kullanımını sağlamak, belediyelerin yapmış olduğu faaliyetleri etkin bir biçimde halka duyurmalarında kontrol edilebilen bir enformasyon aracı olarak daha işlevsel kullanımını sağlamak, halkın istek, beklenti ve şikayetlerini belirlemede web sitelerinden etkin bir şekilde yararlanmalarını sağlamak amacıyla yapılan bu çalışma ile elde edilen veriler; KKTC’de alandaki araştırmaların yetersizliği nedeniyle literatüre katkı koymak, yerel halkın istek ve ihtiyaçlarını en etkin biçimde karşılamakla yükümlü olan, halka en yakın kamu yönetimi birimleri olarak belediyelerin elektronik ortamı en hızlı ve etkin biçimde kullanarak e-belediyeciliğe geçmelerinin hem yönetim hem de vatandaş açısından olumlu sonuçlar getireceğinden hareketle, halkla ilişkilerde tanıma ve tanıtma aracı olarak kullanılan kurumsal web sitelerinden yararlanma bilinç düzeyinin artırılması yönünde farkındalık oluşturularak KKTC’de e-belediyecilik çalışmalarına katkı koymak anlamında önemlidir.

İncelenen 6 belediyenin web adresleri www.lefkosabelediyesi.org, www.gazimagusabelediyesi.org, www.girnebelediyesi.com, www.gonyeli.org, www.iskelebelediyesi.com şeklindedir. İncelenen web sitelerinin ana sayfaları kavramsal bölümde yer alan ‘belediye halkla ilişkilerinde web sitelerinin kullanım alanları: tanıma-tanıtma’ başlığı altında yer alan yöntemler ve ‘halkla ilişkiler aracı olarak web sitesinin unsurları’ ölçüt alınarak analiz edilmiş; web sitelerinin genel görünüşü, kullanım kolaylığı bakımından hangi özellikleri taşıdığı, belediyelerin kurumsal web sitelerinden halkla ilişkiler bağlamında halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak faaliyetlerinde nasıl yararlandıkları araştırma sorularını oluşturmuştur.

Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Bu kısımda, araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerine uygulanan içerik analizi sonrasında, biçimsel özellikleri ve web sitelerinde yer alan tanıma ve tanıtmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri; Tarhan’ın (2007) tarihli çalışması temel alınarak ve literatürden yararlanarak ortaya konan ve bunlar arasından konu sınırları çerçevesinde seçilen ölçütler (Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 529-530) ele alınarak incelenmiş, çeşitli verilere ulaşılmıştır. KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan 6 belediyenin web sitelerinin incelenmesinden sonra elde edilen veriler ayrı başlıklar halinde aktarılarak tablolaştırılmış, değerlendirmeleri yapılmıştır.

Tablo 1. Belediyelerin Web Sitelerine Erişim İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

SİTEYE ERİŞİM	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Google arama motoruna yazıldığında site bulunabiliyor mu?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Google arama motorunda arandığında site kaçınıcı sırada yer alıyor?	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada
Sitenin yüklenme süresi ne kadardır?	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri, siteye erişim rahatlığı açısından incelendiğinde genel olarak erişimin hızlı olduğunu söylemek mümkündür ve en çok kullanılan arama motorlarından olan google arama motorunda hemen bulunabilmektedir. Web sitelerinin tümü, google arama motorunda arandığında 1. sırada yer almaktadır. Sitelerin yüklenme süreleri (bir web sitesinin bilgisayar ekranında görünmesi için geçen süre), 10 saniyeden azdır. Yapılan çalışmalarla belirlenen ve literatürde belirtildiği üzere, “web sitesinin ekranda görünmesi için geçecek sürenin on saniye civarında olması

gerekmektedir” (Haig, 2000: 31). Bu noktadan hareketle web sitelerinin açılma hızları literatürle belirlenmiş olan 10 saniye kuralına uymaktadır. Bu açıdan bakıldığında, incelenen 6 belediyenin tümünün web sitesi de yükleme süresi açısından avantajlıdır. Çünkü yavaş açılacak web sayfaları kullanıcının sıkılmasına ve beklemeksizin siteden ayrılmasına, başka bir siteye yönelmesine yol açacaktır. 6 belediyenin de web sitelerinin siteye erişim rahatlığı ve site yüklenme sürelerinin iyi durumda olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2. Belediyelerin Web Sitelerinin Genel Görünüşü İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

İşaretler: + var, evet - yok, hayır	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Ana sayfa sade, açık ve anlaşılır mı?	+	+	+	+	+	+
Sayfalarda renk kullanımı	+	+	+	+	+	+
Zemin Rengi	Beyaz Koyu Mavi	Beyaz Mavi Turuncu	Beyaz Siyah Mavi	Beyaz Koyu Mavi Gri	Beyaz Yeşil Gri	Beyaz Siyah Turuncu
Sayfalar arası uyum	+	+	+	+	+	+
Fon müziği var mı?	-	-	-	-	-	-
Sayfa uzunluğu	+	+	+	+	+	+
Sayfa kenar boşlukları	+	+	+	+	+	+
Tanıtma faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı	+	+	+	+	+	+
Sayfadaki butonların işlerliği	+	+	+	+	+	+
Sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu	+					
Yazılar okunabilir bir yazı karakteri ve punto büyüklüğü ile yazılmış mı?	+	+	+	+	+	+
Sitedeki yazılar, resimler ya da diğer grafikler dengeli ve göze hoş gelen bir biçimde mi?	+	+	+	+	+	+
Yazıların arka planında metni okumaya engel olan renk ve desenler kullanılmış mı?	-	-	-	-	-	-
Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve linklere yer verilmiş mi?	-	-	-	-	-	-
Güncellenme	+	+	+	+	-	-

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri incelenirken biçimsel analiz içerisine

giren diğer bir başlık da genel görünüş'tür. Bu başlık altında elde edilen veriler Tablo 2'de yer almaktadır.

Ana sayfanın sade, açık ve anlaşılır olabilmesi, web sitesi ana sayfasında yer alan bilgilerin detaylı olmasından çok, sitenin tümünde yer alan genel içerikle ilgili bilgileri ana menü üzerinden verebilecek şekilde sade ve anlaşılır olarak düzenlenmesini gerektirir. Belediye web sitelerinin tümünde bu anlamda genel görünüşü bozan bir durumla karşılaşılmamıştır.

Web sitelerini ilk kez ziyaret eden kullanıcılar açısından kalıcılığın sağlanmasında, algılamanın zorlaşmamasında görsel algılamanın ve estetik kuralların gerektirdiği temel tasarım özellikleri düşünüldüğü zaman kullanılan zemin rengi ve tonu, font kullanımı ve rengi (açık renk bir fon, bu fonda tek bir ton ve fontlarda koyu renk kullanımı) gibi özellikler büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede LTB ana sayfasında kullanılan zemin renginin beyaz ve mavi (font siyah), Gazimağusa Belediyesi'nde beyaz, mavi ve turuncu (font beyaz/turuncu), Girne Belediyesi'nde beyaz, siyah ve mavi (font beyaz/mavi), Gönyeli Belediyesi'nde beyaz, koyu mavi ve gri (font siyah), Dikmen Belediyesi'nde beyaz, yeşil ve gri (font siyah/beyaz), İskele Belediyesi'nde de beyaz, siyah ve turuncu (font beyaz/siyah) olarak kullanıldığı görülmüştür.

Belediyelerin tümünün web sitelerinde sayfalararası uyum, sayfa uzunluğu, sayfa kenar boşlukları, tanıtmaya faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı, sayfalardaki butonların işlevi, sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu ile ilgili olarak birbirine benzer nitelikler taşıdığı ve genel görünüşü bozan bir olumsuzluğa rastlanmadığı söylenebilir.

Web sitelerinde yer alan yazılarda okunabilir bir yazı karakteri ve punto büyüklüğü kullanımı büyük önem taşımaktadır. Kullanıcılar açısından rahat okunabilecek, yaygın kullanılan font ve punto büyüklüğü seçilmesi, okumayı güçleştirecek italik ve süslü yazılardan kaçınmak dikkat edilmesi gereken noktalar arasındadır. LTB, Gazimağusa, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde, kurumsal web sitelerinde olması önerilen (Arial, Veranda, Georgia, Helvetica gibi) fontlardan biri olan Arial kullanılmıştır. Girne ve İskele Belediyesi web sitelerinde ise Arial dışında ve parantez içinde yer verilen font çeşitlerinden farklı bir font kullanılmıştır. Ayrıca web sitelerinin tümünde rahat okumayı sağlayacak uygun punto büyüklüğü kullanıldığı görülmüştür.

Genel görünüş içinde yer alan görsel çekicilik özellikleri değerlendirildiğinde web sitelerinde ilgi çekici olma ile sade ve anlaşılır olma arasındaki dengenin iyi sağlanması gerekmektedir. Belediyelerin tümünün web sitelerinde yer alan yazılar, resimler, grafikler genel hatlarıyla hoş bir görüntü sergilemekte, yazıların arka planında kullanılan renk ve desenler metni okumaya engel olmamaktadır. Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve linklere yer verilip verilmediği kriteri çerçevesinde incelenen belediye ana sayfaları genel hatlarıyla olumlu bir görünüş sergilese de, Dikmen Belediyesi ana sayfasının diğer belediye ana sayfalarından daha sade bir görünüme sahip olduğu, İskele Belediyesi ana sayfasının ise sadelikten uzak bir görünüm sergilediği söylenebilir.

İyi bir web sitesinin temel özelliklerinden biri de sık sık güncellenmesidir. Kullanıcılar açısından kalıcılığın sağlanmasında önemli bir özellik olan güncelleme

özelliği ile ilgili bilgi edinmek, web sitesinde yer alan haberlere bakılarak sağlanabilir. Bu çerçevede LTB, Gazimağusa, Girne ve Gönyeli Belediyesi web siteleri incelenen tarih aralığında güncelleme özelliği açısından olumlu bir görünüm sergilemektedir. Dikmen ve İskele Belediyeleri web sitelerinin ise yeterli güncelleme özelliğine sahip olmadığı görülmüştür.

Tablo 3. Belediyelerin Web Sitelerinin Kullanım Kolaylığı İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

İşaretler: + var, evet - yok, hayır	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Ana sayfada site haritası var mı?	+	+	+	+	+	+
Ana sayfadan diğer linklere ulaşmada sıkıntı var mı?	-	-	-	-	-	-
Sayfalar arası geçiş-bağlantı	+	+	+	+	+	+
Her sayfada bir ana sayfa bağlantısı var mı?	+	+	+	+	+	+
Site içi arama	+	+	+	+	+	+
Kelime, tarih, etkinlik olarak arama yapılabilir mi?	+	+	+	+	+	+
Arşiv /Arşive ulaşma imkanı	+	+	+	+	+	+
Sayfadan çıktı alma imkanı	-	-	-	+	-	+
Sitede her pencerenin başlığı var mı?	+	+	+	+	+	+
Online işlem	+	+	+	+	+	+
Font kullanımı ve rahat okunabilirlik	+	+	+	+	+	+
Dil seçim olanağı	-	-	-	-	-	-

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri incelenirken biçimsel analiz içerisine giren diğer bir başlık da kullanım kolaylığıdır. Kullanım kolaylığı, web sitelerinin temel niteliklerinden biri olan ve ziyaretçilere web sitesinin kullanım açısından ne gibi olanaklar sunduğunun belirlenmesine yönelik olarak Tablo 3'te belirtilen ölçütler çerçevesinde analiz edilmiş ve bulgulara yer verilmiştir.

Belediye ana sayfalarının tümünde site haritası bulundurdukları görülmüştür. Site haritaları web sitesinin genel yapısına bir bakış imkanı sağlarken, ziyaretçilerin ilgilendikleri içerikleri bulabilmesi ve istediği sayfaya ulaşmada kolaylık sağlaması

açısından önemlidir.

Belediyelerin tümünde ana sayfadan diğer sayfalara ulaşmada sıkıntı olmadığı görülmüştür. Her sayfada bir ana sayfa bağlantısı olup, sayfalar arası geçiş ve bağlantı da rahat bir şekilde yapılmaktadır. Ayrıca web sitelerinde her penceresinin başlığının da olduğu görülmüştür. Kullanıcılar web sitesini ziyaret ettiği zaman ilgilendiği, aradığı içeriği bulmak için sayfa bağlantılarını kullanacak ve bunu çoğunlukla ana sayfadaki site menüsünden gerçekleştirecektir. Bu noktada eğer aradığı sayfaya ulaşmakta zorluk yaşıyorsa, bu web sitesinde bir işlevsellik sorunu olduğunu gösterir ve siteyi ziyaret eden vatandaşlara zorluk yaşatır. Belediye web sitelerinde bu özelliklerin çalışıyor olması siteyi ziyaret eden vatandaşlara kolaylık sağlaması anlamında önemlidir.

Belediye web sitelerinin tümünde site içi arama özelliği mevcuttur. Ancak kelime, tarih, etkinlik olarak arama yapmanın her konuda mümkün olmadığı görülmüştür. Belediye web siteleri gibi birçok bilgi içeren sitelerde site içerisinde gezinimi ve içeriğe erişimi kolaylaştıracak önemli unsurlardan biri olan site içi arama özelliği kullanıcıların ilgili belediyeye ilişkili bir konu ya da haberi taramak istediğinde büyük kolaylık sağlamaktadır. Kullanıcılar aradıkları sayfaya erişemedikleri zaman sıklıkla arama alanına girilen anahtar kelimeler ile ilgili sayfalara ulaşabilmektedir.

LTB, Gazimağusa ve Girne Belediyesi web sitelerinde arşive ulaşma imkanı bulunmaktadır. Vatandaşlar, haberler ve meclis kararlarına ilişkin geçmiş dönemlere ait bilgilerin yer aldığı arşive ulaşabilmektedir. Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde ise yalnızca haber arşivi yer almaktadır. Vatandaşların geçmişte alınan bazı kararlara ya da bölge ile ilgili gelişmelere daha sonra da ulaşabilmesi açısından web sitesinde yer alan arşivler önemli bir araçtır.

Vatandaşların evrakları yazılı olarak elde edebilmesi için web sitesinde yer alan ilgili sayfalardan çıktı alabilmesi önemli bir unsurdur. İskele ve Gönyeli Belediyesi web sitelerinde bazı sayfalardan çıktı alma olanağı sunulmaktadır. Diğer belediye web sitelerinde ise sayfalardan çıktı alınabilmesi özelliğine rastlanmamıştır. Ancak pdf formatında indirilebilir dosyalar halinde bazı içerikler mevcuttur. Belediyelerin tümünün web sitelerinde bazı sayfaların altında sosyal medya platformlarının sembolleri yer almaktadır. Kullanıcılar bazı içerikleri bu platformlar üzerinden paylaşabilmektedir.

LTB web sitesinde online işlemler yapılabilmektedir. Ana menü üzerinde 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Online Başvuru Formaları', 'Online Ödeme ve Borç Sorgulama', 'Şikayet Kayıt ve Takip', 'Online Talepler', 'Online Kayıt Ol', 'Online Bilet Al', 'Online Bağış Yap' alt menüleri kullanılarak geniş çerçevede sunulan online hizmetlerden yararlanılabilmektedir. Gazimağusa Belediyesi'nde online işlemler çerçevesinde ana sayfa ve ana sayfa sağ üst köşede yer alan 'Şikayet Sistemi' başlığına tıklanıldığında 'Şikayet ve Şikayet Takip Sistemi' açılmaktadır. Vatandaşlar online olarak istek, şikayet ve önerilerini bildirebilmektedirler. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında 'Borç Sorgulama' ve 'İmar Veri Sorgulama' alt menüleri kapsamında online hizmetler yer almaktadır. Ayrıca ana sayfada 'Şikayet Bildirimi' başlığına tıklanarak online olarak istek, şikayet ve öneriler sunulabilmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde ise ana sayfada yer alan E-Başvuru başlığına tıklanarak yine online

olarak şikayet, istek ve öneriler bildirilebilmektedir. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde sağ üst köşede yer alan 'Borç Sorgulama' başlığına tıklanarak vatandaşlar online olarak borç bilgilerine ulaşabilmektedirler. İskele Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'E-belediye' başlığı altında 'Borç Sorgulama', 'Müracaat Formları' alt menülerinden bu bilgilere online işlemler çerçevesinde ulaşılabilir. Ayrıca ana sayfada yer alan 'Abone Paneli' ve 'Önerim Var' başlıklarına tıklanarak online olarak şikayet, istek ve öneriler belediyeye iletilebilmektedir.

LTB, Gazimağusa, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde iyi bir web sitesinde olması önerilen (Arial, Veranda, Georgia, Helvetica gibi) fontlardan biri olan Arial kullanılmıştır. Girne ve İskele Belediyeleri'nde ise Arial dışında bir font kullanılmıştır. Tüm belediye web sitelerinde rahat okunabilirlik özelliği olduğu söylenebilir.

LTB, Girne, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde kullanıcılara dil seçim olanağı sunulmamaktadır. Gazimağusa ve İskele Belediyeleri'nde ise Türkçe'nin yanında İngilizce dil seçeneği sunulmasına rağmen Gazimağusa Belediyesi'nde sadece sayfaların başlığı İngilizceye çevrilmektedir. İskele Belediyesi'nde ise sayfa başlıklarının yanında İskele'nin tarihi yapısı, gezilecek yerler gibi turizme yönelik bilgilerin bazıları İngilizce'ye çevrilmektedir. İngilizce dil seçim olanağı özellikle dış tanıtım açısından önemlidir.

Tablo 4. Belediye Web Sitelerinin Tanımaya Yönelik Çalışmalarının Halkla İlişkiler Açısından Analizi

İşaretler: + var, evet - yok, hayır		Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
TANIMA	Anket	-	+	-	+	-	-
	Telefon, Faks E-posta	+	+	+	+	+	+
	Şikayet Ve İstek Hattı	+	+	-	+	-	+
	Bilgi Edinme	-	-	-	-	-	-
	Başkana Mesaj	-	-	-	-	-	+
	Sms-Wap	+	+	-	-	-	-
	Ziyaretçi Sayısı	-	-	-	+	-	-
	Aynı IP İle Kaç Kez Ziyaret Edildiği	-	-	-	-	-	-
	Sıkça Sorulan Sorular	+	+	-	+	-	+

Araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerinde yer alan; halkın istek, beklenti ve şikayetlerinin tespit edilmesine yönelik bulguları içeren tanımaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri, karşılaştırmalı olarak Tablo 4'te gösterilmiştir. Yapılan analiz sonucunda;

LTB, Girne, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde, belde halkını tanımada katkısı olduğu düşünülen, çoğu kez web sitesinde yer verilen ve sonuçlarının da halkla paylaşıldığı, halkın bazı konulardaki görüşlerini (belediyenin herhangi bir uygulamasının halkta gösterdiği tepki, yapılacak bir uygulamanın halk tarafından benimsenip benimsenmediği vb.) ölçmeye yarayan tanımaya yönelik bir anket mekanizmasının olmadığı görülmüştür. Gazimağusa ve Gönyeli Belediyeleri'nde ise incelenen tarihler arasında web sitesi ile ilgili görüş ve önerilerin ölçüldüğü bir anket mekanizması görülmüştür.

Belediyelerin tümünün web sitelerinde vatandaşların erişiminin sağlanarak istek, öneri ve beklentilerinin belirlenebileceği, şikayetlerinin değerlendirilebileceği, gerekli telefon, faks ve e-posta adresleri mevcuttur. Bu çerçevede, vatandaşlar web siteleri aracılığıyla istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini belediyeye aktarabilmekte, bilgi alabilmektedirler.

LTB'nin halkın taleplerini öğrenmeye yönelik web sitesinde '24 Saat Çağrı Merkezi' ve 'Alo 185' adıyla anılan ve tıklanıldığında arama yapılacak uygulamayı seçin kutucuğuna yönlendiren bir başka araç yer almaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Online Talepler' alt menüsüne tıklanıldığında kullanıcılar farklı başlıklar altında sunulan ve hangi birime gönderileceğine bağlı olarak istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini bildirebilecekleri, kendilerinden ad-soyad, telefon numarası, adres, doğum tarihi gibi bilgilerin zorunlu olarak doldurulması istenen kısımlara yönlendirilmektedir. 'Online Talepler' alt menüsü üzerinde aynı zamanda 'Başkan İle Görüşme' başlığı da yer almaktadır ve tıklanıldığında zorunlu olarak doldurulması gereken bilgilerin yer aldığı aynı pencere açılmaktadır. Bu başlıklar altında açılan tüm sayfalar yine belediyeye erişimi sağlayacak telefon, e-posta ve adresin sunulduğu sayfa bilgilerini içermektedir. Özellikle halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak kullanılan e-posta, belediyelerin vatandaşlarla iletişim kurmasını sağlayan önemli araçlardan biri olarak LTB web sitesinde kullanıcılara bu olanağın sağlandığı görülmektedir.

Gazimağusa Belediyesi'nde halkın istek ve beklentilerini öğrenmeye yönelik yer verilen gerekli iletişim adreslerine ek olarak, '630 0 500' iletişim hattı bilgileri ve '444 4 GMB (444 4 462)' adıyla anılan ve tıklanıldığında arama yapılacak uygulamayı seçin kutucuğuna yönlendiren bir başka araç daha yer almaktadır. Ayrıca sağ üst köşede 'Şikayet Hattı' başlığıyla yer alan butona tıklanıldığı zaman kullanıcıların Gazimağusa Belediyesi Şikayet ve Şikayet Takip Sistemine yönlendirildiği görülmektedir. Açılan sayfada şikayet ve talep formu görüntülenmektedir. Üye olan kullanıcılar için kullanıcı adı / e-posta adresi ve parola, ziyaretçiler için ise isim ve e-posta adresi girilerek şikayetler bildirilebilmektedir. Ana sayfada tıklanıldığında kullanıcıları yine şikayet ve şikayet takip sistemine yönlendiren 'Gazimağusa Belediyesi Online Şikayet Hattı' yer almaktadır. Ana menü üzerinde yer alan ve belediyenin adresi, konumu, telefon ve faks numaraları, e-posta adresi ve web sitesi bilgilerinin bulunduğu 'İletişim' başlığı tıklanıldığı zaman kullanıcılar sayfada aynı zamanda ad-soyad, e-posta adresi, telefon numarası, başlık ve mesaj kısımlarının doldurulması zorunlu 'iletişim formu'na da ulaşabilmektedir. Bu form aracılığıyla da istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini belediye yetkililerine ulaştırabilmektedirler. Bunlara ek olarak 'İletişim' başlığı altında açılan sayfada belediye halkla ilişkiler ve diğer tüm birimlerin telefon numaralarına da yer verilmiştir.

Girne Belediyesi ana sayfasında ‘İstek, Şikayet ve Öneri’ başlığı ile yer alan butona tıklayarak halkın istek, şikayet ve önerilerini bildirebileceği ad-soyad, şikayet konusu, telefon, adres / mekan tanımı ve bölge adı bilgilerinin zorunlu olarak doldurulması gereken ‘Şikayet Bildirim Formu’na ulaşılabilir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan ve belediyenin adresi, telefon ve faks numaraları, e-posta adresi ve web sitesi bilgilerinin bulunduğu ‘İletişim’ başlığı tıkladığı zaman kullanıcılar sayfada verilen bir link üzerinden form doldurarak belediyeye ulaştırılmaktadır. İncelenen dönem içinde linki verilen forma ulaşamamıştır.

Gönyeli Belediyesi ana sayfasında yer alan ‘Alo 186 (Hizmet Hattı)’ adıyla anılan ancak kullanıcıların bu başlığın hemen yanındaki e-başvuru kısmına tıklayabildiği ve ad-soyad, telefon numarası, adres, e-posta adresi, mesaj, iletişim amacı (dilek / görüş / şikayet) kısımlarının doldurulması zorunlu ‘İletişim Formu’ aracılığıyla istek, şikayet ve önerilerini bildirebilecekleri bir bölüm yer almaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan ‘İletişim’ başlığı tıkladığı zaman ulaşılabilen ‘İletişim Formu’ doldurularak vatandaşlar dilek, şikayet ve önerilerini belediyeye bildirebilmektedir. Bunlara ek olarak ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada tüm belediye birimlerinin telefon numaralarına da yer verilmiştir.

Dikmen Belediyesi ana sayfasında ‘Dilek, Şikayet ve Önerileriniz İçin Bize Yazın’ başlığıyla yer alan bir bölüm bulunmakla birlikte tıkladığında incelenen dönem içinde aktif olmadığı görülmüştür.

İskele Belediyesi web sitesinde de sağ üst kısımda halkın taleplerini öğrenmeye yönelik ‘0392 444 21 22’ numaralı telefon hattı bilgisi bulunmaktadır. Ancak bu telefon numarası 24 saat hizmet veren bir şikayet ve istek hattı özelliğini taşımamaktadır.

Tüm belediye web sitelerinde ‘Bilgi Edinme’ye ayrı bir başlıkta yer verilmemiş olmakla birlikte, vatandaşlar belediye ile iletişime geçebilmekte, belediye ile ilgili konularda bilgi edinebilmektedir. Ayrıca Bilgi Edinme Yasası’na ilişkin yönetmelik ile ilgili hiçbir web sitesinde bir bilgiye de rastlanmamıştır.

LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde doğrudan belediye başkanına mesaj atma olanağı yoktur. Gazimağusa Belediyesi’nde ana sayfada belediye başkanının isminin de yer aldığı ‘Başkana Mesaj Gönder’ butonu tıkladığında ad-soyad, e-posta adresi, cep telefonu numarası, konu ve mesaj bilgilerinin doldurulması zorunlu, belediye başkanına iletilmesi istenen görüş, düşünce ve önerilerin belirtilebileceği form görüntülenmektedir. Bu formda kullanıcılar tarafından gönderilecek tüm mesajların, aynı gün belediye başkanına sunularak gerekli görülmesi durumunda vatandaş ile iletişime geçileceği bilgisi de yer almaktadır. Girne Belediyesi’nde de ana menü üzerinde yer alan ‘Başkan’ butonuna tıklanarak ‘Başkan İletişim’ alt menüsünden başkan sekreteri e-posta ve telefon adreslerine ulaşılabilir. Gönyeli Belediyesi’nde ana sayfada yer alan ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada belirtilen belediye başkan sekreteri irtibat numarası dışında vatandaşların belediye başkanına ulaşabileceği bir mesaj sistemi belirtilmemiştir. Dikmen Belediyesi’nde ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada belediye başkanı sekreteri irtibat numarası/e-posta adresi bilgileri mevcut değildir. Ancak ana menü üzerinde yer alan ‘Duyurular’ başlığı altında belediye başkanının direkt numarasına yer verilmiştir.

İskele Belediyesi'nde diğer belediyelerden farklı olarak ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığında açılan sayfanın alt menüsünde yer alan 'Belediye Başkanı' başlığı altında 'Başkana Mesaj Gönderin' butonu tıklanıldığında ad-soyad, telefon numarası, e-posta adresi, mesaj ve güvenlik kodu kısımlarının doldurulması zorunlu form aracılığı ile doğrudan belediye başkanına mesaj atma olanağı mevcuttur.

LTB, Gazimağusa Belediyesi web siteleri aracılığıyla, yeni iletişim teknolojilerinin kullanım alanı olan SMS ve WAP yolu ile belediyeye ulaşılabilen, istek ve şikayetler dile getirilebilmektedir. Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nde ise bu özellikler mevcut değildir.

Belediyelerin, hedef kitlelerini oluşturan vatandaşların teknolojiyi kullanma eğilimlerinin saptamasında önemli bir araç olan 'ziyaretçi sayısı' ve bununla bağlantılı olarak 'aynı ip ile kaç kez ziyaret edildiği' ölçütlerine ilişkin olarak LTB, Gazimağusa, Girne, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nde herhangi bir veri yer almamaktadır. Gönyeli Belediyesi'nde o gün siteyi ziyaret eden kişi sayısı ve geçmişte yapılan toplam ziyaret sayısı belirtilmekte, IP ile kaç kez ziyaret edildiği bilgisi ise yer almamaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde 'Bilgilendirme (Sıkça Sorulan Sorular)' başlığı bulunmaktadır. Ana sayfa sağ üst köşesinde bulunan 'Bilgilendirme (Sıkça Sorulan Sorular) başlığı yanında, yine sağ üst köşesinde yer alan 'İletişim' başlığı altında iletişim, soru, görüş ve öneriler formu bulunmaktadır. Ad-soyad, e-posta adresi, telefon numarası ve mesaj kısımlarının yer aldığı form ile vatandaşlar belediyeye sorular yöneltebilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi ana sayfasında da 'Sıkça Sorulan Sorular' başlığı altında belirli sorulara yer verilmiştir. Ayrıca ana menü üzerinde yer verilen 'İletişim' butonuna tıklanıldığı zaman görüntülenen 'iletişim formu' ile de vatandaşların soruları yanıtlanabilmektedir. Girne Belediyesi'nde ise böyle bir uygulama olmamakla birlikte, ana sayfasında 'İstek, Şikayet ve Öneri' başlığı ile yer alan butona tıklayarak halkın istek, şikayet ve önerilerini bildirebileceği 'Şikayet Bildirim Formu'na ulaşılabilir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'İletişim' başlığı tıklanıldığı zaman kullanıcılar sayfada verilen bir link üzerinden form doldurarak belediyeye ulaştırabilmekte, sorular yöneltebilmektedirler. İncelenen dönem içinde linki verilen forma ulaşamadılar. Gönyeli Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Sıkça Sorulan Sorular' yer almaktadır. Ayrıca ana sayfada yer alan 'Alo 186 (Hizmet Hattı)' adıyla anılan ancak kullanıcıların bu başlığın hemen yanındaki e-başvuru kısmına tıklayabildiği ve yönlendirildikleri 'İletişim Formu' aracılığıyla soru, istek, şikayet ve önerilerini bildirebilecekleri bir bölüm yer almaktadır. 'İletişim' başlığı altında yer alan 'İletişim Formu' ile de soru, dilek, şikayet ve önerilerini belediyeye ulaştırabilmektedirler. Dikmen Belediyesi'nde 'Sıkça Sorulan Sorular' sayfası bulunmamaktadır. Vatandaşlar web sitesi aracılığıyla belediyeye soru yöneltememektedirler. İskele Belediyesi ana sayfasında 'Sıkça Sorulan Sorular' başlığı bulunmaktadır. Ayrıca ana sayfada yer alan ve belediyenin abonelerinin kullanıcı adı ve şifre ile giriş yapabildiği 'Abone Paneli' ve tıklanıldığında ad-soyad, e-posta adresi, öneri, görüşler ve güvenlik kodunun girilmesi zorunlu forma ulaşabildikleri 'Önerim Var' adıyla var olan butonlar üzerinden vatandaşlar belediyeye e-posta yoluyla ulaşabilmekte, soru sorabilmekte, destek alabilmektedirler. Bunlara ek olarak ana menü üzerinde yer alan 'İletişim' butonuna tıklanıldığı zaman görüntülenen ad-soyad, e-posta adresi, konu, mesaj

kısımlarının doldurulması zorunlu form üzerinden de vatandaşlar belediyeye sorular iletebilmektedirler. Belediyelerin vatandaşları tanımaya yönelik web sitelerinde yer alan bilgileri genel olarak bu şekilde değerlendirmek mümkündür.

Tablo 5. Belediye Web Sitelerinin Tanıtmaya Yönelik Çalışmalarının Halkla İlişkiler Açısından Analizi

İşaretler: + var, evet - yok, hayır		Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
TANITMA	Belediye Tarihçesi	+	+	+	-	+	-
	Belediye Meclisi	+	+	-	-	+	+
	Belediye Meclis Kararları	+	+	+	-	-	+
	Müdürlükler	+	+	-	+	+	+
	Kültürel ve Sosyal Çalışmalar	+	+	+	+	+	+
	Hizmetlere İlişkin Bilgiler	+	+	+	+	+	+
	İhaleler	+	+	+	+	+	+
	Müdürlük Faaliyet Raporları	-	-	-	-	-	-
	Organizasyon Şeması	+	-	-	-	-	-
	Başkan	+	+	+	-	+	+
	Şehir İle İlgili Yazılar	+	+	+	-	-	+
	Şehir Haritası	+	+	-	+	+	+

Araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerinde yer alan; belediyelerin yaptığı faaliyetlerin duyurulduğu araç ve yöntemlere ilişkin bulguları içeren tanıtmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri, karşılaştırmalı olarak Tablo 5’te belirtilmiştir. Yapılan analiz sonucunda;

LTB’nde ana menü üzerinde bulunan ‘Kurumsal’ başlığı altında yer alan alt menülerden biri de ‘Belediyemizin Tarihi’ sayfasıdır. Sayfada hem belde halkı hem de yabancı ziyaretçilere yönelik detaylı bir belediye tarihçesi bulunmaktadır. İlk kuruluş yıllarından itibaren tarihi süreç içinde belediye için kilometre taşları sayılabilecek

önemli olayların arşiv belgeleri de mevcuttur. Yine aynı başlık altında geçmiş dönem belediye başkanları, kardeş belediyeler, uluslararası üyelikler, ödüller, devam eden sosyal sorumluluk içerikli projelerle ilgili bilgiler de yer almaktadır. Bunlara ek olarak incelenen diğer belediye web sitelerinde olduğu gibi sol üst köşede belediyenin adı ve logosu da mevcuttur. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' sayfası altında 'Belediye Tarihi' alt menüsü yer almaktadır. Bu sayfada belediyenin kısa tarihçesi yanında geçmiş dönem belediye başkanları ve görev süreleri, Gazimağusa belediye alanı ve nüfus bilgileri yer almaktadır. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediye İdaresi' başlığı altında açılan alt menülerden biri de 'Kuruluş'tur. Kuruluş butonu tıklandığı zaman belediyenin çok kısıtlı bir tarihçesine ulaşılabilmektedir. Bunun yanında geçmiş dönem belediye başkanlarının isimleri ve başkanlık yaptıkları tarihler yer alırken, Girne Belediyesi sorumluluk sınırları ile ilgili de bilgiler verilmiştir. Gönyeli Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediyemiz' başlığı altında belediye tarihçesi yer almamaktadır. Belediyenin misyon ve vizyonuna yer verilmiştir. Ayrıca ana sayfada Gönyeli Belediyesi'ne ait 'Gönyeli'de Hayat' v.b. başlıklarda videolar mevcuttur. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında 'Tarihçemiz' sayfasında belediye tarihçesi mevcuttur. İskele Belediyesi'nde ise belediye tarihçesi yer almamaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kurumsal' butonuna tıklandığı zaman açılan diğer bir sayfa da 'Belediye Meclisi' sayfasıdır. Bu başlığın alt menüsünde, halkı ilgilendiren kararların alındığı ve farklı parti temsilcilerinin yer aldığı Belediye Meclisi ve 'Meclis Kararları', gündemi, komisyonlar, geçmiş dönem meclis üyeleri ve var olan üyelerin e-posta adresleri, facebook kullanıcılarının kişisel sayfaları, meslekleri, özgeçmişlerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Verilen bu bilgiler vatandaşların Lefkoşa ile ilgili alınan kararlara etki eden kişileri tanıması açısından önemli bir araçtır. Ayrıca Belediye Meclisi'nin Lefkoşa hakkında almış olduğu kararlar web sitesinde yer almakta, böylece vatandaşlar planlanan faaliyetler konusunda da bilgilendirilmektedir. Gazimağusa Belediyesi'nde 'Yönetim' başlığı altında Belediye Meclisi ve idari kadronun özgeçmiş bilgilerinin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca yine 'Yönetim' başlığı altında yasa ve tüzükler, hizmet ilkeleri ve belediye meclis tutanakları yıllar bazında verilmekte, vatandaşların kente ilişkin alınan kararlar ve planlanan faaliyetlerle ilgili bilgi alması sağlanmaktadır. Girne Belediyesi'nde 'Belediye İdaresi' başlığı altında 'Bütçe ve Yatırımlar', 'Belediye Meclis Kararları', 'Belediye Yasası' ve 'Tüzükler' sayfaları yer almaktadır. 'Belediye Meclis Kararları' sayfasında verilen linklere tıklanarak, belediye meclisinde gündeme gelen öneriler ve alınan kararların word dosyası olarak indirilebileceği, vatandaşların Girne hakkında Belediye Meclisi'nin almış olduğu kararlar üzerinden planlanan faaliyetler konusunda bilgilendirildiği görülmektedir. Belediye Meclisi üyeleri ve özgeçmişlerine ilişkin herhangi bir bilgi rastlanmamıştır. Bu bilgilere yer verilmemesi vatandaşların Girne ile ilgili alınan kararlara etki eden kişileri tanıması ve güven tesis edilebilmesi açısından önemli bir eksikliklerdir. Girne Belediyesi ana sayfasında yer alan Kent Kurultayı ile ilgili başlık tıklandığı zaman, 2014 yılında gerçekleştirilen Kurultay ve fotoğraflarına ulaşılabilmektedir. Girne Kent Kurultay raporlarının yer aldığı sayfada komiteler ve üyelerinin isimleri mevcuttur. Bu başlık altında yer alan bilgilerden yola çıkılarak Belediye Meclis üyeleri ile ilgili bilgilere ulaşılabilmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde

‘Belediye Meclisi’ ve ‘Belediye Meclis Kararları’ bilgileri yer almamaktadır. Dikmen Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Yönetim’ başlığı altında ‘Belediye Meclis Üyeleri’nin isim listesi bulunmaktadır. Üyeler hakkında herhangi bir bilgi bulunmamakta ve ‘Belediye Meclis Kararları’ yer almamaktadır. İskele Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Yönetim’ sayfası altında ‘Meclis Üyeleri’ alt menüsü yer almaktadır ve farklı parti temsilcilerin yer aldığı belediye meclis üyelerinin özgeçmişlerine yer verilmiştir. Yine ‘Yönetim’ başlığı altında ‘Yasa ve Tüzükler’ sayfasında vatandaşlar yasa ve tüzük bilgilerine, tıkladığında indirilebilecek şekilde ulaşabilmektedir. Web sitesinde kente ilişkin alınan kararlar ve planlanan faaliyetlerle ilgili olarak çeşitli bilgiler yer almakla birlikte, ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Meclis Kararları’ sayfasında yer alan listede tıkladığında herhangi bir bilgiye ulaşamamaktadır.

LTB’nde belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler yine ana menü üzerinde bulunan ‘Kurumsal’ sayfasının alt menülerinden olan ‘Şubelerimiz’ başlığı altında yer almaktadır. Bu sayfada birimlerin görev ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer alırken, birim müdürleri ve irtibat numaraları bilgisi yer almamaktadır. ‘Kurumsal’ ana başlığı altında yer alan ‘Komisyonlar’ sayfası alt menüsünde yer alan ve belediye birimleri ile bağlantılı, farklı görev ve sorumlulukları olan komisyonlara ise vatandaşların komisyon ile iletişim kurmak, görüş ve önerilerini paylaşmak için doldurabileceği, ad-soyad, e-posta adresi, konu ve mesaj kısımlarının doldurulması zorunlu bir form yer almaktadır. Bu form aracılığı ile vatandaşlar sorunlarını ilgili komisyon üyelerine bildirebilmekte, yapılan çalışmalarla ilgili bilgi edinebilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi’nde yer alan ‘Yönetim’ sayfasının alt menülerinden olan ‘Hizmet Birimi’ başlığı altında belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler ve bu birimlerin görev ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer almaktadır. Ancak aynı sayfada birim müdürleri ve irtibat numaraları bilgisi yer almamaktadır. Birimlere ait telefon numaralarına ‘İletişim’ başlığı altında yer verilmektedir. Girne Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Kurumsal’ başlığı altında sadece misyon ve vizyon bilgileri yer almaktadır. Belediyenin birimleri, birim görev ve sorumlulukları konusunda bilgilere rastlanmamıştır. Belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler, müdürleri ve iletişim noktaları sitede yer alması gereken önemli bir tanıtma faaliyeti olması açısından büyük bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Gönyeli Belediyesi’nde ana sayfada yer alan ‘Bölümlerimiz’ başlığı altında belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimlere ilişkin bir liste mevcuttur. Ancak ana sayfada yer alan ‘Birim Faaliyetleri’ başlığına tıkladığında herhangi bir bilgiye ulaşamamaktadır. Ana sayfada ‘Muhtarlıklar’ başlığı altında muhtarlıkların irtibat numaralarına yer verilmiştir. Dikmen Belediyesi’nde ana menü üzerinde bulunan ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Birimler’ sayfasında birimlerin listesi yer almaktadır. ‘Duyurular’ başlığı altında ise belediye başkanı ve ilgili birimlerin şube amirlerine ait irtibat numaraları yer almaktadır. İskele Belediyesi’nde ana menü üzerinde ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Hizmet Birimi’ alt menüsünde belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer almakta, birim müdürleri ve irtibat numaraları yer almamaktadır.

LTB ana sayfasında belediyenin kentteki kültürel ve sosyal çalışmaları, etkinlikleri fotoğraflarla desteklenerek yer bulmaktadır. Sosyal belediyecilik anlayışı çerçevesinde, belediyeciliğin sadece alt yapı çalışmalarından ibaret olmadığını açık bir göstergesi

olarak bu çalışmaların web sitesinde yer bulması önemlidir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'Haberler' sayfasında kültürel yayınlar ve belediye tarafından desteklenen çalışmalar da yer almaktadır. Bunların yanında ana sayfada 'Kent Gazetesi' başlığı yer almaktadır. Bu başlığa tıkladığında ise herhangi bir yayın örneğine rastlanmamıştır. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediyeden' başlığı altında açılan alt menülerden olan 'Kültür ve Sanat' ve 'Haberler' sayfalarında belediyeye ait kültürel ve sosyal çalışmalar, etkinlikler fotoğraflarla desteklenerek vatandaşlara sunulmaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan diğer bir başlık olan 'Kent Rehberi' alt menülerinden 'Kent Haberleri' sayfasında ve yine ana menü üzerinde sağ üst köşede yer alan 'Festivaller' başlığı altında da kültürel ve sosyal çalışma ve etkinliklere yer verilmiştir. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kültür Merkezi' başlığı altında yer alan 'Kültür Sanat Etkinlikleri' alt menüsünden belediyenin fotoğraflarla desteklenmiş kentteki kültürel ve sosyal çalışmaları ve etkinlikleri bilgilerine ulaşılabilmektedir. Ayrıca ana sayfasında yer alan 'Festivaller', 'Halk Dansları', 'Yürüyüş Kulübü' v.b. başlıklar, 'Duyurular' ve 'Haberler' tıkladığı zaman belediye tarafından desteklenen kültürel, sosyal içerikli faaliyetlere ilişkin bilgilere de ulaşılabilmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Tüm Fotoğraflar' başlığı altında belediyenin kültürel ve sosyal çalışmaları, etkinlikleri fotoğraflarla desteklenerek yer bulmaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Etkinlikler' ve 'Haberler' başlıkları altında kültürel ve sosyal çalışmalar, etkinlikler kısıtlı olmakla beraber fotoğraflarla desteklenerek yer almaktadır. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Haberler', 'Projeler', 'Sanat ve Spor', 'Bizden Size' başlıkları alt menülerinde belediyenin kültürel, sosyal çalışma ve etkinliklerine zengin fotoğraf desteğiyle yer verilmiştir. Ayrıca 'Gazetemiz' başlığı altında 'İskele'nin Sesi' gazetesi sayılarına ulaşmak mümkündür. Kültürel ve sosyal çalışmalar zengin bir şekilde web sitesinde yer almaktadır.

LTB, Girne, Gönyeli Belediyesi ana sayfalarında, haberler ve duyurular başlıkları altında belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalar hakkında açıklayıcı bilgiler yer almaktadır. Fotoğraflar ve afişlerle desteklenen bu bilgi ve haberler web sitesi aracılığı ile kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Gazimağusa Belediyesi'nde 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Hizmet Birimi' ve 'Hizmet İlkeleri' sayfalarında ve ana sayfada fotoğraf ve afişlerle desteklenen belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Projeler' başlığı altında belediyenin sunduğu hizmetlere, projelere fotoğraflarla desteklenerek yer verilmiştir. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Haberler', 'Projeler' başlıkları altında belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalar ve gelecekte hayata geçirilmesi planlanan projeler ile ilgili bilgiler, fotoğraf ve afişlerle desteklenerek detaylı olarak vatandaşlara sunulmaktadır. Hizmetlere ilişkin bilgilerin içerik olarak bürokratik bilgilerden çok, hizmet içerikleri ve nelerin yapıldığı ve yapılması planlandığı yönündedir. Bunların yanında incelenen tüm belediye web sitelerinde kapsam değişse de online hizmetler ve etkileşimli hizmetler (Gönyeli ve Dikmen Belediye web siteleri dışında) gerçekleştirilmektedir. (Bkz. Tablo 3)

LTB'nde ana sayfada yer alan 'İhaleler' başlığına tıkladığı zaman vatandaşlar güncel ihale bilgileri ve duyurulara ulaşabilmektedirler. İhaleler başlığı altında bazı ihalelerin tam metinlerine ulaşmak da mümkündür. Belediye web sitelerinde ihaleler ile ilgili

bilgilerin yer alması, şeffaf belediyecilik anlayışı gereği, vatandaşların büyük bütçelerle çalışan belediyelerin hizmet adı altında yaptıkları işlerde usulsüzlüklerin olup olmadığına ilişkin şüpheyi ortadan kaldıracak, halkla ilişkilerin temel amaçlarından olan belediye ve vatandaşlar arasında güvene dayalı ilişkiler tesis edilebilmesine katkı sağlayacağı gibi, güvenilir bir kurum imajı oluşturacaktır. Gazimağusa Belediyesi'nde vatandaşlar ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Belediyeden' başlığı altındaki 'Duyurular' ve 'İhaleler' sayfalarında ihaleler ile ilgili bilgiler ve tam metinlerine ulaşabilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar ihaleler sayfasında yer alan ihale duyurularına tıkladığı zaman doldurulması zorunlu, e-posta adresinin yayımlanmayacağı bilgisi verilerek; yorum, e-posta adresi ve internet sitesi alanlarının zorunlu olarak doldurulması gereken bir forma ulaşabilmekte, verilen linklerden ihaleler ile ilgili dosyaları indirebilmektedir. Girne Belediyesi' ana sayfada 'İhale İlanları' başlıklı duyurular kısmında ihalelerle ilgili ayrıntılı bilgilere ulaşılabilen, verilen linkler üzerinden ihalelerle ilgili dosyalar indirilebilmektedir. Gönyeli Belediyesi ana sayfasında 'İhaleler' başlığı yer almamakta, ihaleler ile ilgili öz bilgiler, haberler ve tüm duyurular başlıkları altında aynı zamanda yine ana sayfada yer alan 'İhale İlanlarımız' başlığı altında yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'İhaleler' ve 'Duyurular' başlığı altında tamamlanmış ve devam eden ihalelere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Bizden Size' başlığı altında 'İhale Duyuruları' alt menüsünden, ayrıca 'Duyurular' ve 'Haberler' başlıkları altında tamamlanmış ihaleler ve güncel ihale duyurularına ulaşmak mümkündür. Bunlara ek olarak tüm belediye web sitelerinde stratejik bütçe planı kapsamında olmasa da bütçe ile ilgili bilgilere yer verilmektedir. Gönyeli Belediyesi ana sayfasında ise bütçe ile ilgili verilen bilgilerin daha kapsamlı olduğu görülmüştür.

LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde müdürlük faaliyet raporlarına yer verilmemiştir.

Organizasyon şeması belediye yönetim yapısı ile ilgili bilgi veren, belediyenin nasıl yapılandığını, birimlerin ve sorumlularının birbiriyle ilişkisini ve fonksiyonlarını gösteren bir tablo olarak vatandaşların işlerini takip etmesinde kolaylık sağlayacak bir araçtır. LTB dışında incelenen diğer belediyelerin hiçbirinde organizasyon şeması bulunmamaktadır. Bu da belediye birimlerinin ve birbiriyle bağlantılarının tanıtılması, vatandaşların hangi konuda kime başvuracağı ve destek alacağı konusundaki kafa karışıklığının giderilmesi noktasında bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

LTB'nde ana menüde yer alan 'Kurumsal' başlığı altında, tanıtıma yönelik analiz tablosunda yer alan 'Başkan' başlığıyla uyumlu olarak 'LTB Başkanı Mehmet Harmancı' sayfası yer almaktadır. Bu sayfada Belediye Başkanının özgeçmişi, faaliyetleri sırasında halkla birlikte çekilen fotoğraflarından oluşan bir arşiv, katıldığı TV programları ve videolar yer almaktadır. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında 'Gazimağusa Belediye Başkanı İsmail Arter' sayfası yer almaktadır. Bu sayfada Belediye Başkanının özgeçmişine ulaşılabilir. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Başkan' başlığı yer almaktadır. 'Başkan' sayfası altında 'Başkan Sesleniş', 'Başkan Biyografi', 'Başkan Fotoğraflar', 'Başkan İletişim' sayfaları mevcuttur. 'Başkan İletişim' başlığına tıkladığı zaman vatandaşların başkan sekreteri e-posta adresi ve

irtibat numarasına ulaşabildiği görülmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde 'Başkan' başlığı yer almamakta ve Belediye Başkanı özgeçmiş bilgileri de bulunmamaktadır. Ana sayfada Belediye Başkanı ile ilgili haberler yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde bulunan 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Yüksel Çelebi' sayfasında Belediye Başkanı'na ait özgeçmiş yer almaktadır. Ayrıca Belediye Başkanı'nın faaliyetleri sırasında halkla birlikte çekilen fotoğrafları kısıtlı olmakla birlikte 'Haberler' başlığı altında yer almaktadır. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Başkanımız' sayfasında belediye başkanının özgeçmiş, belde halkına mesajı ve başkana mesaj göndermek üzere kullanılacak form yer almaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde yer alan 'Lefkoşa' başlığı altında Lefkoşa'nın tarihi, Lefkoşa fotoğraf albümü, tarihi yerleri ve müzeleri, Lefkoşa'da düzenlenecek etkinliklerle ilgili takvim, şehre ulaşım bilgileri, acil telefon numaraları, bakanlıklar, muhtarlıklar, kaymakamlık, üniversite, sinema, oteller ve hastane telefon numaraları yer almaktadır. Lefkoşa'yı ve sahip olduğu tarihi unsurları tanıtıcı bir işlev gören bu başlık altında yer alan bilgiler, kenti tanımayan ve dışarıdan kent hakkında bilgi edinmek isteyen kişiler için önemli bir araçtır. Ancak web sitesinin sadece Türkçe dilde yapılandırılmış olması, tanıtımın sınırlı kalması ve özellikle dış tanıtım açısından büyük bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Kent Rehberi' başlığına tıkladığı zaman vatandaşlar Lefkoşa Kent Rehberi sayfasından, adres, nöbetçi eczane, harita üzerinden yol bilgisi ('Şehir Haritası'), mülkiyet sorgu, önemli yerler ve kimlik no (e-vatandaş) bilgilerine ulaşabilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kent Rehberi' sayfasında Gazimağusa tarihi, detaylı fotoğraf arşivi, lokasyonlar (eczane, hastahane, otel, mağaza, restoran, alışveriş merkezi, market v.b.), önemli telefonlar ile ilgili bilgiler mevcuttur. Ayrıca kent haritası ve planı da yer almaktadır. Web sitesi Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde yapılandırılmış gibi görünse de İngilizce butonu tıkladığı zaman bilgiler Türkçe olarak yer almaktadır. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Şehre Bakış' başlığı altında 'Girne'nin Tarihçesi' başlığı ile Girne'nin tarihi yer almakta, 'Girne Limanı', 'Girne Kalesi', 'Gezi Yerleri', 'Müzeler' ve 'Sanal Tur' sayfaları da yer almaktadır. 'Sanal Tur' başlığına tıkladığında aktif olmadığı görülmüştür. KKTC'nin en önemli turizm şehirlerinden olan ve dünyanın bir çok farklı ülkesinden öğrencilerin bulunduğu bir üniversite kenti olarak Girne Belediyesi web sitesinde şehirle ilgi yazıların yeterli olmadığı görülmüştür. Ana sayfada yer alan 'Kent Rehberi' tıkladığında incelenen dönem içinde aktif olmadığı görülmüştür. Şehirle ilgili olarak ana menüde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında, Sokak Haritası ve Turistik Girne Haritası görüntülenebilmektedir. Bunlara ek olarak ana sayfada eczaneler, Girne bölge durak noktaları, hava durumu ve acil telefon numaraları ilgili bilgiler de yer almaktadır. Web sitesi yalnızca Türkçe olarak yapılandırılmıştır. Gönyeli Belediyesi'nde Gönyeli tarihi yer almamaktadır. Gönyeli fotoğrafları, tanıtıcı videolar, etkinlikler mevcuttur. Ayrıca nöbetçi eczane bilgisi ve şehir haritası da web sitesinde bulunmaktadır. Dikmen Belediyesi'nde Dikmen ile ilgili bilgi veren yazılar yer almamaktadır. Gönyeli haritası mevcuttur. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Tanıtım' başlığı altında, ayrıca ana sayfada yer alan 'Kent Rehberi' başlığına tıkladığı zaman İskele hakkında fotoğraflar ve videolarla desteklenmiş zengin

bilgilere ulaşmak mümkündür. Gezilecek yerler, detaylı bir liste halinde nerede ne var, tarihi yerler ve müzeler, etkinlikler, hava durumu, önemli telefonlar v.b. birçok bilgiye web sitesi üzerinden ulaşılabilir. Bunlar yanında yine ‘Tanıtım’ başlığı altında Kıbrıs tarihi, Kuzey Kıbrıs, iklim yapısı, kültür ve sanat, Kıbrıs’ta alışveriş, tarihi yerler ve müzeler, Kıbrıs mutfağı, eğlence ve spor, gece hayatı gibi KKTC ile ilgili de detaylı bilgiler bulunmaktadır. Belediye web sitesinde sanal tur da yapılabilmektedir. Web sitesi hem Türkçe hem de İngilizce dillerde yapılandırılmış, ancak İngilizce menülerin bir çoğunda yalnızca başlıklar İngilizce’dir. Alt menülerde yer alan bilgiler Türkçe olarak yer almaktadır. Web sitesinde şehir haritası bulunmaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde ‘Bizden Size’ başlığı altında yer alan alt menülerden biri olan ‘Basında İskele Belediyesi’ sayfasında İskele Belediyesi’ne ait haberlere yer veren gazete sayfaları mevcuttur. Diğer belediye web sitelerinde ana menü üzerinde yer alan başlıklar altında böyle bir alt başlığa rastlanmamıştır.

Sonuç

Günümüzde, tüm dünyada olduğu gibi KKTC’de de özel kuruluşlarda da kamu kuruluşları arasında yer alan belediyelerde de halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kurumsal web sitesi kullanımı çok önemlidir ve gerekliliktir. Bu çalışmada KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan LTB, Girne, Gazimağusa, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri web siteleri araştırma amaçları doğrultusunda incelenmiş; biçimsel özellikler ve tanıma ve tanıtmaya ilişkin olarak aralarında farklılıklar olduğu görülmüştür.

Araştırmaya konu olan belediyelerin geleneksel yöntemlerle yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin yanında, web sitelerinden de halkla ilişkiler amaçlı yararlandıkları görülmüş; literatür ışığında ortaya konan benzer çalışmaların bulgularıyla genel hatlarıyla benzerlikler gösterdiği de analiz sonucu ortaya çıkmıştır.

İncelenen belediye web sitelerinde halkı tanımaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlere genel olarak bakıldığında; belediyelerin yapacağı çalışmalar için hayati önem taşıyan, halkın belediye hakkındaki görüşleri, istek, beklenti ve şikayetlerinin bilinmesi ve bu çerçevede hizmet politikalarını oluşturması ve geliştirmesine yardımcı olacak tanıma yöntemlerinden biri olan kamusal anketlerin belediye web sitelerinde yer almadığı görülmüştür. Halkla ilişkilerin kullanabileceği en önemli araçlardan olan ve ‘‘yönetimin çözmesi gereken sorunların gerçek niteliklerini ortaya koyarak, halk gözünde sorunun nasıl anlaşıldığını ve neler yapılması gerektiği konusunda ön bilgi verici bir araç konumunda olan kamuoyu araştırmalarının’’ (Kazancı, 2004; 144) web sitelerinde yer almaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. KKTC’de yer alan belediyelerin ekonomik sıkıntıları düşünülerek; eldeki yetersiz kaynakların kullanımında ekonomik bir çözüm getirmesi açısından da bu anket çalışmalarının web siteleri üzerinden yürütülmesi önemlidir. Kamu yönetiminde kurumun yaptığı hizmetlerle ilgili halka bilgi akışı sağlanması amaçlanan çağrı merkezi/şikayet istek hattı ihtiyacı son yıllarda hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Kurumun dışardan nasıl görüldüğünü ve halk beklentilerinin ne olduğunu daha iyi anlamının ve bölgede yaşayanların istek ve şikayetlerini hızlı

bir şekilde ilgili yerlere ulaştırmalarına yardımcı olan bu uygulamanın belediye web sitelerinin bazılarında yer almaması, halkın beklentilerine uygun, hızlı ve verimli hizmet üreten belediye yönetimlerinin toplum içinde yaratacağı olumlu izlenimler ve halktan güven ve destek sağlanması anlamında kullanılması gereken önemli bir araç olarak geliştirilmesi gereklidir. Belediye yöneticilerinin hizmet sunduğu yerel halk ile yakın ve sürekli ilişkiler içinde olması, onların her konudaki görüş, katkı ve eleştirilerine duyarlı olması, çağdaş belediyeceilik anlayışında önemli bir yer tutar. Bu çerçevede incelenen belediyelerin bazılarının web sitelerinde doğrudan başkana ulaşabilme özelliğinin geliştirilmesi gereklidir. Belediyelerin, hedef kitlelerini oluşturan vatandaşların teknolojiyi kullanma eğilimlerinin saptanmasında önemli bir araç olan ziyaretçi sayısı özelliğinin, incelenen belediyelerin birçoğunda yer almaması yine bir başka önemli eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca tanıma başlığı altında ele alınan yeni iletişim teknolojilerinin kullanım alanı olan SMS ve WAP yolu ile belediyelere ulaşma seçeneğinin incelenen tüm belediye web sitelerinde mevcut olmadığı görülmüştür. Halk ile belediyeler arasında günlük işlerin sorun haline dönüşmemesinde, bürokrasinin ve kırtasiyeciliğin mümkün olduğunca azaltılmasında bu teknolojilerin avantaj sağladığı bilinmektedir. Sonuç olarak çalışmada belediye web siteleri aracılığıyla tanıma faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ancak önemli eksiklikleri de içinde barındırdığı ortaya çıkmıştır.

İncelenen belediye web sitelerinde belediyeyi tanıtmaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlere genel olarak bakıldığında ise; “hedef kitlenin genel olarak aydınlatılması, yönetimin aldığı kararların açıklanması, gerçekleştirilen uygulamaların vatandaşlara duyurulması, karmaşıklaşan günümüz kuruluşlarının işleyişleri, işlemlerin nasıl yapıldığı, işlemlerin neler olduğu gibi yönetilenin bilgilendirilmesi, bilgi eksikliğinin giderilmesi, sorunlu noktalarda hedef kitleyi bilgilendirme çalışması ve kamuoyu oluşturmaya yönelik faaliyetler olarak tanımlanabilen” (Kazancı, 2004: 73) bu başlık altında, web sitelerinin belediyeleri tanıtmaya amaçlı olarak kullandığı ancak özellikle incelenen bazı belediye web sitelerinde Belediye Meclisi, meclis kararları, müdürlük ve müdürlük faaliyet raporları ve organizasyon şemalarına yer verilmediği tespit edilmiştir. Bu eksiklikler, halkla ilişkilerin yürütülen hizmetler hakkında topluma bilgi ve hesap vermek, belediye ve toplum arasında en yüksek oranda uyum, işbirliği ve güven tesis edebilmek, bunları geliştirmek ve korumak amacıyla dürüstlük, açıklık ve tutarlılık ilkeleri çerçevesinde kodlanarak etkili bir iletişim modeli oluşturmasının önünde birer engel olarak değerlendirilmiştir. Tanıtma çalışmalarında bu eksikliklerin giderilmesi, vatandaşların belediye yönetiminin her aşamasında sorumluluğa ortak olan ve onu denetleyen bir halk haline gelmesine yardım edeceği gibi; şeffaf ve hesap sorulabilir bir belediye yönetimi anlayışına da katkı koyacaktır. Ayrıca belediyelerin dışa açılan penceresi olarak kurumsal web sitelerinin çoğunda dil seçeneğinin olmaması toplumun farklı kesimlerine hitap etmek ve özellikle dış tanıtım açısından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, incelenen belediyeler arasında LTB'nin halkla ilişkiler çalışmalarında web sitesi kullanımının diğer belediye web sitelerine kıyasla daha üstün özellikler sergilediği söylenebilir.

KKTC'nde de hizmetleri ve personelleri sıklıkla eleştirilen, ölçeklerinin küçüklüğü ve fiziki olarak halka yakınlığı nedeniyle denetime daha açık olan belediyelerin çift yönlü iletişim sürecine işaret eden başarılı halkla ilişkiler çalışmaları gerçekleştirmesi

çağın gerektirdiği araçlardan optimal düzeyde yararlanması ile mümkün olacaktır. Yapılan çalışma ile; incelenen belediye web sitelerinde eksikliklerinin yanında tanıma ve tanıtmada oldukça yol alınmış olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, bir iletişim ve etkileşim aracı olarak web sitelerinin tüm potansiyelinden yararlanılmadığı, vatandaş-belediye arasında katılımcı bir elektronik ortam sağlanabilmesi yönünde çalışmalar yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede incelenen belediye web sitelerinin 'etkileşimlilik' ve 'vatandaşın katılımcılığı' boyutlarında ne ölçüde kullanıldıklarının ve bu özellikleri kurumsal web sitelerine nasıl yansıttıklarının özellikle vatandaşlar üzerine yoğunlaşan saha araştırmaları destekli yeni çalışmalarla ortaya konulması, ayrıca tüm dünyada olduğu gibi KKTC'de de son dönemde hedef kitlenin en fazla zaman geçirdiği sosyal ağların belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarında kullanımı üzerine araştırmalar yapılması son derece önemlidir. Bu çalışma ile, enformasyon çağında, e-dönüşümü hayata geçirmek açısından KKTC'nde de e-devlet ve önemli parçasını oluşturan e-belediyecilik uygulamalarına katkı koyması amaçlanmıştır.

Kaynaklar

Acılar, A. (2015). Küçük Şehir Belediyelerinde Web Sitesi ve E-Belediye Kullanımı: Bileceik Belediyesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/dpusbe/issue/4774/65732>.

Ashcroft, L. and Hoey, C. (2001). PR, Marketing and the Internet: Implications For Information Professionals. *Library Management*, 22, 68-74.

Aydede, C. (2001). *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler*. Ankara: MediaCat.

Aktel, M. (2009). İl Belediye Web Sitelerinin İşlevselliği Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 223-240.

Aydın, M. P. (2018). *Belediyelerde Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bakan, Ö. (2008). Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet. *Halkla İlişkiler*, Edt: Ahmet Kalender, Mehmet Fidan, 373-391, Konya: Tablet Yayınları.

Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communications Research*. New York: Hafner Publishing.

Başfıncı, Ç. (2008). Bir Pazarlama İletişim Medyası Olarak Web Ortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri. *Yönetim*, 19 (61), 52-71.

Bıçakçı, İ. (2004). *İletişim ve Halkla İlişkiler Eleştirel Bir Yaklaşım*. İstanbul: MediaCat.

Boztepe, H. (2013). Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı. *Akdeniz İletişim*, (20), 111-128.

Bülbül, R. (1998). Halkla İlişkiler. Konya: Paragraf Dizgi ve Tasarım.

Capriotti, P. and Moreno, A. (2007). Corporate Citizenship and Public Relations: The Importance and Interactivity of Social Responsibility Issues on Corporate Websites, *Public Relations Review*, 33.

Çakmak, V. (2008). Üniversite İnternet Sitelerinin Kurum İçi Halkla İlişkiler Açısından İşlevselliği Selçuk Üniversitesi İnternet Sitesi Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Çakmak, A. F. ve Kilci, S. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi. *Kamu-İş*, 11 (4), 219-270.

Duke, S. (2002). Wired Science: Use of World Wide Web and E-mail in Science Public Relations, *Public Relations Review*, 28 (3), 311-324.

Gower, K. K. and Cho, J.Y. (2001). Use of The Internet In The Public Relations Curriculum, *Journalism & Mass Communication Educator*, 56 (2), 81-92.

Gürüz, D. (1995). Halkla İlişkiler, Reklam Ajansları İşletmeciliği ve Yönetimi. İzmir Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. (7).

Haig, M. (2000). E-PR: The Essential Guide To Public Relations On The Internet, UK: Kogan Page.

Holtz, S. (1999). *Public Relations On The Net*. NewYork: Amacom.

Kazancı, M. (2004). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Kent, M.L. and Maureen, T. (1998). Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24, 21-334.

Kim, S. and Jae-Hee, P. and Emma K.W. (2010). Expectation Gaps Between Stakeholders and Web-Based Corporate Public Relations Efforts: Focusing on Fortune 500 Corporate Web Sites. *Public Relations Review*, 36, 215–221.

Kohl, S. (2000). *Getting @ttention: Leading-Edge Lessons for Publicity and Marketing*. Boston: BH Publications.

Kotler, P. ve Lee, N. (2007), *Kamu Sektöründe Pazarlama - Kamu Kuruluşlarının Performansını Geliştirmek İçin Bir Yol Haritası*, Zeynep Kökkaya Chalar (Çev.), İstanbul: MediaCat.

Küçüksaraç, B. (2008). *Toplumsal Örgütlenmelerde İnternet Aracılığıyla Halkla İlişkiler*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

Levine, M. (2004). *Halkla İlişkiler: Bir Gerilla Savaşı*. (çev. G. Güney). İstanbul: Rota Yayınları.

Mecek, M. (2017). E-Devlet ve E-Belediye: Kavramsal Çerçeve ve Türkiye’de Belediye Web Sitelerine Yönelik Yapılan Çalışmaların İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22, Kayfor15 Özel Sayısı, 1815-1851.

Mert, Y. L. (2016). Kamu Kurumlarının Hakla İlişkiler Bölümlerinde Örgütlenme Sorunları ve Çözüm Önerileri, Akademia, 4/4, 136-154. doi:10.17680/akademia.09655.

Moon, J. (2002). The evolution of E-Government Among Municipalities: Rhetoric or Reality. Public Administration Review, (62) 4, 424-433.

New Jersey State University-Rutgers, Sungkyunkwan University (2003). Digital Governance in Municipalities Worldwide-An Assessment of Municipal Web Sites Throughout the World, New Jersey: United Nations Publication.

Okay, A. ve Okay, A. (2005). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları.

Okay, A. ve Pelenk, A. (2006). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet; Halkla İlişkiler Şirketlerinin İnternet Kullanımı. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi (1-3 Kasım). İstanbul, 377-384.

Onal, G. (2000). Halkla İlişkiler, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Searson, E. M. and Melissa, A. J. (2010). Transparency Laws and Interactive Public Relations: An Analysis of Latin American Government Web Sites. Public Relations Review, 36, 120-126.

Şenyurt, G. (2016). Belediyelerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternetin ve Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya Merkez İlçe Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme. İNİF E-Dergi, 1 (1), 44-67.

Peltekoğlu, F. B. (2007). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Betaş Yayınevi.

Sezgin, M. (2011). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (1), 93-120.

Özkanal, B. (2006). İnternetin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanılması: Açıköğretim Sistemine Yönelik Bir Model Önerisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Öztürk, M. C. ve Mine, A. (2007). Web Sayfalarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı. Selçuk İletişim, 4 (4), 57-66.

Özüpek, M. N. (2010). Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Selçuk İletişim Dergisi, 6 (3), 196-205.

Şat, N. (2008). Demokrasi İçin Bir Araç: E-Belediye. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Tanyıldızı, N. İ. ve Karatepe, S. (2011). Beldiyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: İki Farklı Ülke ve İki Farklı Belediye Analizi. *E-journal of New World Science Academy*, 6 (3), 521-537.

Tarhan, A. (2007). Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 4(+), 75-95.

Tarhan, A. ve Bakan, Ö. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Vatandaş Algısı. Konya: Literatürk Academia Yayınları.

Taylor, M. and Kent, M.L., and White, W.J. (2001). How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationships. *Public Relations Review*, 27(3), 263–284.

Torlak, Ö. (1999). Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Uğur, U. ve Uğur, S. S. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternetin Halkla İlişkiler Alanında Kullanımı: Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5, (1), 502-511.

Ülger, B. (2003). İşletmelerde İletişim ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Der Yayınları.

Yalçındağ, S. (1996). Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri. Ankara: TODAİE Yayınları.

Yayınoğlu, P. ve Sayımer, İ. ve Arda, Z. (2007). Belediyelerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (7), 129-157.