

## WEB SİTELERİNİN BİRER DİYALOJİK İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: TÜRKİYE'DEKİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ ÖRNEĞİ

### AN INVESTIGATION ABOUT USAGE OF SITES AS DIALOGIC COMMUNICATION TOOLS: THE CASE OF METROPOLITAN MUNICIPALITIES IN TURKEY

Alev ASLAN\*

\* Dr, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, alev.aslan@istanbul.edu.tr

#### ÖZ

*Kent ve Taylor, örgüt ve kamu arasında diyalojik bir iletişimin kurulmasının önemi üzerinde durmakta ve bunun için özellikle web sitelerinin kullanımının önemini vurgulamaktadırlar. İkili bunun için bir takım kriterler ortaya koymuştur. Kent ve Taylor'ın web sitelerine ilişkin ortaya koymuş oldukları prensiplerinden hareketle bu çalışma, Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin web sitelerinin diyalojik olup olmadığını sorgulamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'deki büyükşehir belediyesinin web siteleri bu kriterler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmanın neticesinde büyükşehir belediyelerinin genel olarak vatandaşlara web siteleri aracılığıyla katılım araçlarını yeterince sunmadıkları ve web sitelerindeki diyalojik iletişim olanaklarının düşük olduğu fark edilmiştir. Çalışmada, büyükşehir belediyelerinin web sitelerini öncelikle bilgi yayma aracı olarak kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Diyalojik iletişim, web sitesi, büyükşehir belediyeleri.

**Jel Kodları:** Z18, , Z19, Z10, H50.

#### ABSTRACT

*Kent and Taylor emphasize the importance of establishing dialogic communication between the organization and the public and focus on the importance of using web sites especially for this. They suggest a number of criteria. This study suggested based on Kent and Taylor's principles of web pages questions whether the web sites of the metropolitan municipalities in Turkey are dialogue. To this end, web pages of the metropolitan municipality in Turkey have been evaluated within these criteria. It has emerged that metropolitan municipalities, in general, do not offer participation means through web pages to citizens and that dialogical communication facilities are low. In the study, the result was that the metropolitan municipalities used their web sites primarily as information tools.*

**Keywords:** Dialogue communication, web site, metropolitan municipalities.

**Jel Codes:** Z18, , Z19, Z10, H50.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (ICT'ler) gelişmeler neticesinde devletlerin vatandaşlarıyla iletişim biçimlerinin değiştiğini ve bu iletişimin daha interaktif bir boyut kazandığını söylemek mümkündür. Bu

değişim, e-devlet , e-yönetişim gibi yeni kavramları ve paradigmaları da beraberinde getirmiştir. Devletin bir parçası olan belediyeler de dijitalleşen bu süreçten etkilenmekte ve onların da paydaşlarıyla sürdürdükleri iletişim biçimi, çağın gereği

olarak, dijital bir boyut kazanmaktadır. Kanunlar gereğince belediye: “Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi” olarak tanımlanır (TBMM 9469 sayılı Kanun). Dolayısıyla, belediyelerce alınan kararlar, gerçekleştirilen fiiller başta belediyenin sınırları içinde bulunan paydaşlar olmak üzere, çok sayıda paydaşı etkilemektedir. Belediyelerin bu paydaşların bütünüyle doğru bir iletişim kurması örgüt kamu ilişkisi açısından önemlidir.

Halkla ilişkiler perspektifinden konuya bakıldığında ise paydaşlarla doğru ilişki yönetiminin araçlarından biri olarak “diyalojik iletişim”e işaret edildiği görülecektir. Literatürde çoğu zaman Burber’a dayandırılan “diyalog” kuramının (Smith, 1966) en önde gelen savunucularından Kent ve Taylor, diyalojik iletişimi "müzakere edilen görüş ve fikir alışverişi" olarak (akt. Lee & ark, 2014: 159) tanımlamaktadırlar. Herzig ve Chasin ise diyalojik iletişimin anlamaya dayalı bir iletişim olduğunu, tartışma ve rekabetten farklı bir şey olduğunu belirtirler (2006, s. 139-140). Kent ve Taylor, diyalojik iletişim konusunda özellikle örgüt ve kamuları arasındaki iletişimin geliştirilmesinde internet ve web sitelerinin taşıdığı öneme işaret ederek web sitelerinin ilişki geliştirmeye uygun olarak tasarlanması gerektiğini savunmuş ve bunun için bazı prensipler ortaya koymuşlardır (Kent & Taylor, 1998; Kent & Taylor, 2002).

Alan incelemesi yapıldığında, web sitelerinin ne oranda diyalojik prensiplere uygun olduklarını Türkiye özelinde inceleyen çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmalardan kısaca söz etmek gerekirse: Yağmurlu, 2013 yılında Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin sosyal medya uygulamalarını diyalojik iletişim açısından ele aldığı çalışmada, Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin sosyal medya arayüzleri ve internet uygulamalarını diyalojik açıdan başarılı kullandığı ancak gerçekleştirilen iletişimin diyalojik anlamda

yetersiz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Şenyurt, 2016 tarihli çalışmada Konya’daki üç ilçe belediyesinin kurumsal web sayfalarını ve kurumsal mobil uygulamalarını ne düzeyde ve hangi halkla ilişkiler modelleri çerçevesinde kullandıklarını sorgulamıştır. Araştırmacı çalışmada, belediyelerin bu araçları daha çok tanıtma amacı ile kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Ertem ve Aslan, 2016 yılında yayınladıkları çalışmalarında siyasal partilerin web sitelerini incelemişler ve siyasal partilerin web sitelerini etkin bir biçimde kullandıklarını bulmuşlardır. Değerli, 2016 yılında gerçekleştirdiği araştırmasında Kadıköy Belediyesi’nin sosyal ağ kullanımını (Twitter) diyalojik iletişim açısından incelemiş ve belediyenin bu sosyal ağı erişilebilirlik ve hesap verebilirlik açısından etkin bir biçimde kullandığı neticesine varmıştır. Özdemir ve Aktaş Ymanoğlu ise 2010 yılında yayınlamış olukları “Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmalarında STK’ların web sitelerinin diyalojik kapasitelerini değerlendirmiş ve bu web sitelerinin diyalojik kapasitelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışma ise Türkiye’deki büyükşehir belediyelerinin<sup>1</sup> web sitelerini ne oranda diyalojik olduğunu sorgulayacaktır. Bu inceleme gerçekleştirilirken Kent ve Taylor’un (2004) Kongre’nin web sitelerinin diyalojik olup olmadığını analiz ederken kullanmış oldukları diyalojik prensiplerden yararlanılacaktır. Çalışmada öncelikle e-devlet, e-yönetişim ve diyalojik iletişim konularına açıklık getirilmeye çalışılacak ve bu bilgiler ışığında belediyelerin web siteleri diyalojik prensipler doğrultusunda değerlendirilmeye çalışılacaktır.

<sup>1</sup> TBMM, 5216 sayılı Kanun’a göre büyükşehir belediyesi “En az üç ilçe veya ilk kademe belediyesini kapsayan, bu belediyeler arasında koordinasyonu sağlayan; kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren, yetkileri kullanan; idarî ve malî özerkliğe sahip ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişisi” olarak tanımlanmaktadır.

## 2. E-DEVLET VE E-YÖNETİŞİM

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler kamu yönetimi anlayışının da değişmesine neden olmuş ve hizmet sunumunda bu araçlardan faydalanmanın yolunu açmıştır. AB'nin bilgi toplumu olma hedefi doğrultusunda 2003 yılından bu yana "e-dönüşüm Türkiye" projesi çerçevesinde birçok kamu hizmetinin elektronik ortamda verilmesi öngörülmüş<sup>2</sup> ve e-devlet dönüşümüne hız verilmiştir. E-Devlet kısaca şöyle tanımlanabilir: Devletteki bilgi ve iletişim teknolojileri yönetiminde kamu hizmetini desteklemek ve yönetimin etkinliğini geliştirmek, demokratik değerleri ve demokratik işleyişi desteklemek için düzenleyici bir yapı olmanın yanı sıra yoğun bilgi girişlerini kolaylaştıran ve bilgi toplumunu destekleyen düzenleyici bir yapı (Gil-Garcia & Luna-Reyes 2003). Geleneksel devlet ve e-devlet arasındaki farklılıklar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo.1: Kamu hizmeti Sunumunda Değişen Paradigma (HO, 2002 437).

	<b>Bürokratik paradigma</b>	<b>E-devlet paradigması</b>
<i>Uyum</i>	Üretim maliyet etkinliği	Kullanıcı memnuniyeti ve kontrolü, esneklik
<i>Süreç yönetimi</i>	İşlevsel rasyonellik, bölümlendirme, dikey kontrol hiyerarşisi.	Yatay hiyerarşi, ağ organizasyonu, bilgi paylaşımı.
<i>Yönetim Prensipleri</i>	Kural ve yetkiyle yönetim	Esnek yönetim, merkezi koordinasyonlu bölümler arası ekip çalışması
<i>Liderlik tarzı</i>	Komuta ve kontrol	Kolaylaştırma ve koordinasyon, yenilikçi girişimcilik.
<i>İçerdeki iletişim</i>	Üstten aşağı, hiyerarşik	Merkezi koordinasyonlu çok yönlü ağ, doğrudan iletişim
<i>Dış iletişim</i>	Merkezi, resmi, sınırlı kanallar	Resmi ve gayri resmi direkt ve hızlı geribildirim, çoklu kanal
<i>Hizmet sunum şekli</i>	Belgesel mod ve kişilerarası etkileşim	Elektronik etkileşim, yüz yüze görüşme
<i>Hizmet sunum ilkeleri</i>	Standardizasyon, tarafsızlık, eşitlik	Kullanıcıya özel, kişiselleştirme

<sup>2</sup> Türkiye'deki e-devlet uygulamaları ve durumuna dair daha detaylı bir okuma için bkz. F. K. Çelen, A. Çelik, S.S. Seferoğlu, "Türkiye'deki e-Devlet Uygulamalarının Değerlendirilmesi" Akademik Bilişim, 2011, İnönü Üniversitesi.

Yukarıda yer alan tabloda da görüleceği gibi kamu hizmet sunumu çerçevesinde bürokratik yaklaşımdan e-devlet paradigmasına geçilirken hem iç hem de dış iletişimde çok yönlü, doğrudan, hızlı geri bildirimli ve çok yönlü bir iletişim anlayışına yönelinmiştir. Bu durum ise daha interaktif bir iletişim anlamına gelmektedir. Böylece iletişim dikey eksenden daha yatay bir düzleme yönelmiştir. Bu yönelim “yönetişim” anlayışını da beraberinde getirmiştir.

Yönetişim, (1) devlet ve yurttaş arasındaki ve devletle iş dünyası arasındaki etkileşimi artırır, bunun yanı sıra (2) devlet ve iş dünyasında, yönetimin işlerini basitleştirir ve demokratik olmalarını sağlar (Backus, 2001:2). Bugün artık yönetim de dijital bir boyut kazanmıştır. Dijital yönetim iki temel özelliğe sahiptir. Bunlar: bilgi ve hizmetlerin vatandaş merkezli sağlanması ve bunun yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler vasıtasıyla yönetim sürecinde vatandaşların rolündeki artıştır (Chen & Ahn, 2017). Kamu hizmetlerinden, su, acil müdahale veya trafığe kadar çeşitli meselelerde daha iyi yönetimin sağlanmasında internetin sunduğu bilgi erişimi büyük fırsatlar sağlayabilir.

Yönetişim belediyeler için de önemli bir kavramdır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası 123. maddesi uyarınca yönetsel yerel yönetimin bir parçasını yer yönünden yönetim kuruluşları oluşturmaktadır. Yer yönünden yönetim kuruluşları belli coğrafi sınırlar içerisinde yaşayan toplulukları sırf orada yaşamaktan kaynaklı ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla tüzel kişiliklerin tanınması yoluyla oluşturulan kuruluşlardır. Bu kuruluşlar: il özel idaresi, belediye ve köydür (2007:9-13). Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan belediyelerin bir kısmı büyükşehir belediyesi olarak adlandırılır. Büyükşehir düzenlemesinin temeli 1982 Anayasa'sının 127. maddesine dayanır. 3030 sayılı Kanun ile Ankara, İstanbul ve İzmir'de iki kademeli belediye kurulmuştur. O tarihten bu güne ise çıkarılan yeni düzenlemeler doğrultusunda

büyükşehir belediyesi sayısı otuza ulaşmıştır. Bu büyükşehirler harf sırasıyla: Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon ve Van Büyükşehir Belediyeleridir. Büyükşehir belediyelerinin yetki ve sorumlulukları diğerlerine göre çok daha fazladır. Ancak belediyeler, büyük, orta ve küçük ölçekli olarak gruplandırıldığında Büyükşehir Belediye Yönetimlerinin; çeşitli avantajlara sahip olduğunu ve bu durumun e-belediyeçilik konusunda da çeşitli olanakları yarattığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu avantajlar maddi kaynak, yetişmiş insan gücü, bilgi altyapısı şeklinde sıralanabilir (Uçkan, 2003).

Belediyelerde uygulanacak daha etkin yönetim yurttaşlar açısından büyük önem taşımaktadır. Yurttaşlığın en azından sayısal anlamda çoğaldığı günümüz dünyasında herkesi ilgilendiren meseleleri yüz yüze görüşmek oldukça güçtür. Bu engeli aşarak diyalojik iletişimin gerçekleştirilmesinde “internet”in büyük katkısı olabileceği yadsınmamalıdır. İnternet aracılığıyla vatandaşlarla direkt iletişim kurmanın mümkün olabileceği ve karar aşamasında daha fazla vatandaş katılımının sağlanabileceği yönünde düşüncelere rastlamak mümkündür. Meseleye belediyeler düzeyinde bakıldığında vatandaşların yaşamakta oldukları yerler hakkında alınan kararlara katılmalarının, demokrasinin normatif değerleri açısından, ne kadar önemli olduğu görülecektir. Gerçekleştirilecek herhangi bir proje hakkında ya da herhangi bir uygulama hakkında konudan etkilenebilecek tüm paydaşların karar aşamasına katılmaları sağlanmalıdır. Böylesi bir katılımın artırılmasında ise özellikle internetteki gelişmelerin önemli bir katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu anlamda halkla ilişkiler açısından konu değerlendirildiğinde kurum ve kamuları arasındaki ilişkinin geliştirilmesinde, ilişki

yönetimi ve onun bir parçası olarak “diyalojik iletişim”in önemi ön plana çıkmaktadır.

### 3. DİYOLOJİK İLETİŞİM

Modern anlamda “diyalog” kavramı Martin Buber’e dayandırılır. Buber’in en ünlü eseri

1923’te yazdığı " I-Thou" (Ben-Sen) adlı kitabıdır. Bu çalışmada Buber, insanın dünyasıyla bağlantı kurma yolları üzerinde durmuştur. Buber, önyargılı bir iletişim biçimini “I and It” (Ben-O) şeklinde adlandırmıştır. O “I-Thou” ve “I-It” olarak adlandırdığı bu ilişki biçimlerinden yola çıkarak monolojik ve diyalojik iletişime dair bazı tespitlerde bulunmuştur.

Tablo.2.: Buber’in Diyalog ve Monolog Tablosu

<b>Diyalog</b>	<b>Monolog</b>
-Ben-sen ilişkisi sohbetteki her iki kişinin de kendisini karşısındaki gibi deneyimlemesi olarak tanımlanır -Burada karşısındakinin görüşüne saygı ve ilgi vardır.	-Be-O ilişkisi sohbeti nesnelleştirmeyi vurgular ve birbirlerinin görüşlerini anlama ve duygularına katılma yoktur. - Rutin bir işlem veya sohbetteki diğer kişi bir araç olarak kullanıldığında bu iletişim gerçekleşir.
- Diyalogda konuşma kendine bir son gibi düşünülür	- Monologda son için bir araçtır.
- Diyalog vicdan odaklıdır. Prensipler çerçevesinde hareket eder ve doğru olana inanır.	-Monolog stratejiktir. Bir amacı gerçekleştirmeye başvurur ve bir sonuç hesaplar.
- Diyalog vicdan odaklı olmayı gerektirir. Bir diyalojik iletişimi, değerleri ve ahlaki koruyan bir sonuç bulmak için sohbete katılır.	- Bir strateji uzmanı, kendi hedeflerini gerçekleştirmek için konuşmaya başlar ve diğer katılımcıya ya da iletişimsel eylemlerinin etik sonuçlarına hiç ya da az endişe duyar.

Buber’in teorisinin temelindeki diyalog ve monolog arasında derin bir ayrım vardır. Bu ayrım monoloğu stratejik amaçlara ulaşmada, etik değerleri tanımayan bir araç olarak tanımlarken, diyalogu vicdan ve etik değerlere bağlı, saygı ve ilgiyi içeren, anlamaya odaklanan ve karşılıklılık esasını gözetilen bir konuşma hali olarak tanımlar.

Diyalog kavramının halkla ilişkiler alanına ilk girişi de yine “etik” meselesi ile ilişkilidir. İlk kez bu kavram, Pearson’ın (1989) A Theory of Public Relation Ethics başlıklı tezi ile halkla ilişkiler alanında kullanılmaya başlamıştır. Daha sonra ise diyalojik iletişim daha çok “iletişim yönetimi” alanıyla ilişkili bir kavram olarak kullanılmıştır. Halkla ilişkiler alanı iletişim yönetimiyle uzun zamandan beri ilgilenmektedir (örneğin bkz.; J. Grunig & Hunt, 1984, Vibbert, 1986). *İletişim yönetimi* kısaca “bir örgütün iç ve dış kamularla, yani örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve

değerlendirme etkinliklerinin toplamı” (Grunig,2005:15) olarak tarif edilebilir. İletişim yönetimi açısından örgüt ve kamu arasındaki ideal ilişki biçimi her iki tarafın da fayda sağladığı durumlarda ortaya çıkabilir. Diyalojik yaklaşım ise örgüt ve kamu kategorileri arasında aracılanmış ilişkilerin geliştirilmesinde, iletişim yönetimi yaklaşımının kullanabileceği temel yaklaşımlardan birisini oluşturmaktadır (Özdemir & Aktaş Yamanoglu, 2010:11).

Diyalojik yaklaşımın temel öncüleri Kent ve Taylor’dır. “Bir iletişim sürecinde taraflar arasında müzakere edilen fikir ve bilgi alışverişi” (Kent & Taylor, 1998 akt.Oliveira,2017) şeklinde tarif ettikleri diyalojik iletişimin geliştirilmesinde Kent ve Taylor internetin önemine vurgu yapmışlardır. Kent ve Taylor internetin örgüt ve kamu arasındaki ilişkilerin geliştirilmesindeki önemine vurgu yapmanın yanı sıra web siteleri için uygun bir model geliştirmişlerdir (Kent & Taylor,

1998; 2002). Kent ve Taylor tarafından web siteleri için önerilen beş prensip “diyalojik döngü” (the dialogic loop), “bilginin kullanılabilirliği” (the usefulness of information), “geri dönüş” (the generation of return visits), “arayüzün kolaylığı” (the intuitiveness/ease of the Interface) ve “ziyaretçilerin korunması”dır (the rule of conservation of visitors). Kent ve Taylor bu prensipler çerçevesinde web sitelerinin daha diyalojik bir hale getirilmesini sağlamayı ve bu yolla da örgüt ve kamuları arasında web siteleri aracılığıyla daha açık bir iletişim kanalı oluşturabilmeyi hedeflemişlerdir.

Kent ve Taylor’un prensipleri şöyle açıklanabilir:

- Diyalojik Döngü: Bir geribildirim döngüsü, bir kuruluş ile onun yayınları arasındaki diyalojik iletişim için uygun bir başlangıç noktasıdır. Bir diyalojik döngü, halkın kurumları sorgulamasına izin verir ve daha da önemlisi, kuruluşlara soruları, endişeleri ve sorunları yanıtlama olanağı sunar.
- Bilginin Kullanılabilirliği: Örneğin, kar amacı gütmeyen bir organizasyon için öncelikle belirli bir halka ya da topluluğa hizmet veren bir web sitesi, kendi hakkında "arka plan" ya da tarihsel bilgi sağlamaya gayret göstermelidir.
- Geri Dönüş: Güncellenmiş bilgi, değişen konular, özel forumlar, yeni yorumlar, on-line soru-cevap oturumları ve on-line "uzmanlar" gibi tekrar ziyaretler için cazip hale getiren özellikler içermelidir. İlgili ziyaretçiler için soruları cevaplanmalıdır. Sınırlı / değişmeyen bilgileri içeren siteler, bir ziyaretten sonra artık faydalı değildir ve iade ziyaretlerini teşvik etmez. Topluluklar için sürekli olarak güncellenen ve "değerli" bilgiler içeren siteler güvenilir görünür ve bir kuruluşun sorumlu olduğu düşüncesini destekler.
- Arayüzün Sezgiselliği / Kolaylığı: Kullanıcıların / ziyaretçilerin, bir sitenin hangi bilgileri içerdiğini ve hangi bağlantıların yol açacağını keşfetmek için görünüşte "rastgele" olan bağlantıları takip etmeleri gerekmemelidir. Bir web sitesinin içeriğinin büyük kısmı, grafik yerine metinsel olmalıdır; metin yükleri grafiklerin üzerinde olduğundan daha hızlıdır ve iyi içerikli sayfalar, yüklenmek için 30 saniye süren bir grafikten daha etkili ve dikkat çekici olabilir.

- Ziyaretçilerin Korunması: Web sayfalarının tasarımcıları, ziyaretçileri yanlış yönlendiren bağlantılar konusunda dikkatli olmalıdır (Kent, Taylor, 1998: 326-330).

## 4.BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN WEB SİTELERİNİN DİYALÖJİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

### 4.1.Yöntem

Kent ve Taylor tarafından belirlenen diyalojik prensiplerindeki 34 madde dikkate alınarak bir soru formu oluşturulmuş ve bu sorular ölçülebilir hale getirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda araştırmannın örneklemini oluşturan otuz büyükşehir belediyesinin web siteleri bu sorular çerçevesinde değerlendirilmiş ve evet cevabına “1” değer, hayır cevabına ise “0” değer verilerek bir frekans tablosu oluşturulmuştur. Büyükşehir belediyelerinin sayfaları Ekim 2017 tarihinde 1 ay boyunca taranmıştır.

### 4.2.Evren ve Örneklem

Türkiye’de 2017 yılı itibarıyla toplam 30 Büyükşehir Belediyesi, 51 İl Belediyesi, 519 Büyükşehir İlçe Belediyesi, 400 İlçe Belediyesi, 397 Belde (kasaba) belediyesi bulunmaktadır. Bunların toplam sayısı 1397’dir. Bu çalışmanın örneklemini ise yalnızca Büyükşehir Belediyeleri oluşturmaktadır.

### 4.3.Bulgular

Kent ve Taylor’ın web sitelerine dair prensipleri doğrultusunda “bilgiye erişimin kolaylığı”, “bilginin kullanılabilirliği”, “bilginin zamansallığı” ve “geri dönüş” şeklindeki dört ana başlık ve bu başlıkların altında yer alan maddeler doğrultusunda büyükşehir belediyelerinin web siteleri incelenmiştir.

“Bilginin kullanılabilirliği” temel prensibinin alt başlıkları “site haritası”, “ilk sayfada önemli bilgilere erişilebilmesi”, “sitenin geri kalanına yönlendiren başlıca linkler”, “arama motoru kutucuğu”, “kurumun logosu”, “görsel haritaların açıklayıcılığı”, “diğer web sitelerine yönlendiren linkler”, “grafiklerin düşük seviyede olması”dır. Bu

çerçevede web siteleri incelendiğinde “ilk sayfada önemli bilgilere erişilebilme”, “kurum logosu” bulundurma gibi konularda web sitelerinin neredeyse tamamının bu prensiplere uygun olduğu görülmüştür. Yine” sitenin geri kalanına yönlendiren linkler” ve “diğer web sitelerine yönlendiren linkler” konusunda da neredeyse tama yakın oranda web sayfalarının diyalojik prensiplere uygun olduğu söylenebilir. Aranılan bilgiye erişimde kullanıcıya zaman kazandıran “arama motoru kutucuğu” ise %73,3 oranında web sitelerinde yer almaktadır. Bu kategoride en düşük oranın “site haritası” olduğu görülmüştür. İnceleme neticesinde yalnızca beş belediyenin web sitesinde “site haritası” bulunduğu fark edilmiştir.

“Bilginin kullanışlılığı” başlığına bakıldığında ise bu başlığın Kent ve Taylor tarafından “medya” ve “halk” olarak iki kategoriye bölüdüğü görülür. Medya açısından bilginin kullanışlılığında “basın bültenleri”, “biyografik bilgiler”, “misyon ve vizyon”, “konuşmalar ve sözleşmeler”, “videolar ve sesler”, “indirilebilir grafikler”, “yönetici kurula dair bilgiler” önemli birer araçtır. Bu prensipler çerçevesinde büyükşehir belediyelerin siteleri incelendiğinde, özellikle büyükşehir belediye başkanlarının tamamına ait biyografik bilgilerin web sitelerinde yer aldığı görülmüştür. Ancak, büyükşehir belediyelerinin web sitelerinde konuşma ve sözleşmelerin %36,7, indirilebilir grafiklerin %33,3, video ve ses kliplerinin ise %12 oranında kendilerine yer bulabildiği görülmüştür. Bu orandaki bilginin basın açısından çok yeterli olamayacağı söylemek mümkündür. Büyükşehir belediyelerinin %70’i misyon ve vizyonlarını, %96,7’si ise yönetici kurul bilgilerini web sitelerinden paylaşmışlardır. Bilginin kullanışlılığı halk açısından incelendiğinde ise basın açısından bilginin kullanışlılığından daha düşük oranlar ortaya çıkmaktadır. Halk açısından Kent ve Taylor “dil seçenekleri”, “komisyon atamalarını gösterme”, “konuları açıkça belirtme”, “çocuk bölümü” ve “turist bilgileri”nin web sitelerinde bulunmasını önemli birer

prensip olarak belirlemişlerdir. Büyükşehir belediyelerinin web siteleri bu çerçevede değerlendirildiğine, belediyelerin dil seçeneği sunmak açısından oldukça düşük bir oran ortaya koydukları görülür. Büyükşehir belediyelerinin yalnızca %46,7’si kullanıcılara başka bir dil seçeneği sunmuşlardır. Dil seçeneği konusunda ortaya çıkan düşük orana rağmen turistler için bilgi sunma konusunda oran biraz daha yükselmiş ve % 83,3 oranında web sitelerinde yer almıştır. Komisyon atamalarına dair bilgi %36,7 oranındayken, konuların açıkça belirtilmesi %70 oranındadır. Ancak, belediyelerin çok azı çocuk kullanıcılar için sitelerinde özel bir alan belirlemiş ve yalnızca %23,3’ü web sitelerinde çocuk bölümü buldurmamıştır.

Bilginin zamanlaması temel prensibin alt başlıkları: “son 30 güne ait haberler ve kamusal bilgiler”, “e-posta aracılığıyla düzenli bilgiler için abone olabilmek”, “kullanıcıya yanıt alma fırsatı”, “oy kullanma fırsatı”, “anket doldurma veya bir konu hakkında fikir verme” ve “kart gönderme”dir. İnceleme neticesinde bu prensiplerden özellikle son otuz güne ait haber ve kamusal bilgi başlığının %66,7 oranında web sitelerinde gerçekleştirildiği ve haber güncelliğine yüksek sayılabilecek bir oranda dikkat edildiği söylenebilir. Kullanıcıya yanıt alma fırsatı, web sitelerinde %46,7 oranında sağlanmıştır. Ancak web sitelerinde e-posta aracılığıyla düzenli bilgiler için abone olabilmek, oy kullanma fırsatı, anket doldurma veya bir konu hakkında fikir verme ve kart gönderme seçeneklerinin hiç ya da hiçe yakın olduğu görülmüştür. İncelenen tarihlerde yalnızca 2 belediyenin web sayfasında “anket” doldurma formuyla karşılaşmış, “oy kullanma” seçeneğine ise hiç rastlanılmamıştır.

“Geri dönüş” ana prensibinin alt başlıkları “ziyaretçileri sayfaya yeniden davet eden açık ifadeler”, “işaretleme ve paylaşım ifadesi”, “haber forumları (düzenli)”, “sorular & cevaplar”, “etkinlik takvimi”, “indirilebilir bilgiler (PDF dosyası vs.)” ve “e-posta aracılığıyla talep edilebilen bilgiler” başlıklarıdır. Web siteleri bu

başlıklar çerçevesinde incelendiğinde, belediyelerin etkinlik takvimine %80 oranında, indirilebilir bilgiler (PDF dosyası vs.) %83,3 oranında, e-posta aracılığıyla talep edilebilen bilgilere %76,7 oranında yer verdikleri görülmüştür. Yine büyükşehir web sitelerinde düzenli haber forumlarına %90 oranında yer verildiği bulgulanmıştır. Sorular ve cevaplara web sitelerinde %56,7

oranında yer verilirken (soru ve cevaplar on-line değildir, on-line soru ve cevaplama hiçbir belediyede rastlanmamıştır), ziyaretçileri sayfaya yeniden davet eden açık ifadeler ise %3,3 oranında yer verildiği görülmüştür. Aşağıdaki tabloda veriler detaylı bir biçimde görülebilir:

Tablo.3: Web Sayfası Analiz Sonuçları

<b>Diyalojik özellikler</b>		<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
1	Resimlerle bilgiye erişimin kapalı olması	11	%36,7
<i>Bilgiye erişimde kolaylık</i>			
2	Site haritası	5	%16,7
3	İlk sayfada önemli bilgilere erişilebilmesi	30	%100
4	Sitenin geri kalanına yönlendiren başlıca linkler	28	%93,3
5	Arama motoru kutucuğu	22	%73,3
6	Kurumun logosu	30	%100
7	Görsel haritaların açıklayıcılığı	18	%60
8	Diğer web sitelerine yönlendiren linkler	28	%93,3
9	Grafiklerin düşük seviyede olması	21	%70
<i>Bilginin Kullanışlılığı</i>			
<b>Medya</b>			
10	Basın bültenleri	19	%63,3
11	Biyografik bilgi	30	%100
12	Misyon ve Vizyon	21	%70
13	Konuşmalar ve sözleşmeler	11	%36,7
14	İndirilebilir grafikler	10	%33,3
15	Yönetici kurulu tanımlama	29	%96,7
16	Video ve ses klipleri	12	%40
<b>Halk</b>			
17	Dil seçenekleri	14	%46,7
18	Komisyon atamalarını gösterme	11	%36,7
19	Konuları açıkça belirtme	21	%70
20	Çocuk bölümü	7	%23,3
21	Turist bilgileri	25	%83,3
<i>Bilginin zamanlaması</i>			
22	Son 30 güne ait haberler ve kamusal bilgiler	20	%66,7
23	E-posta aracılığıyla düzenli bilgiler için abone olabilme	7	%23,3
24	Kullanıcıya yanıtlama fırsatı	14	%46,7



Diyalojik özellikler		Sayı	Yüzde
25	Oy kullanma fırsatı	0	%0
26	Anket doldurma veya bir konu hakkında fikir verme	2	%6,7
27	Kart gönderme	0	%0
<i>Geri dönüş</i>			
28	Ziyaretçileri sayfaya yeniden davet eden açık ifadeler	1	%3,3
29	İşaretleme ve paylaşım ifadesi	9	%30
30	Haber forumları (düzenli)	27	%90
31	Sorular & Cevaplar	16	%56,7
32	Etkinlik takvimi	24	%80
33	İndirilebilir bilgiler (PDF dosyası vs.)	25	%83,3
34	E-posta aracılığıyla talep edilebilen bilgiler	23	%76,7

## 5. SONUÇ

Halkla ilişkiler alanında üzerinde sık durulan kavramlardan biri olarak “diyalojik iletişim” konusunu merkezine alan bu çalışma büyükşehir belediyelerinin web sitelerinin ne oranda diyalojik olduğu meselesini sorgulamıştır. Bu sorgulamak yapılırken Kent ve Taylor’un ortaya koymuş olduğu kullanım kolaylığı, bilginin kullanılabilirliği, bilginin zamanlaması ve geri dönüş gibi prensipler dikkate alınmıştır. Çalışmanın neticesinde, Türkiye’deki büyükşehir belediyelerinin web sitelerini daha çok yapmış oldukları faaliyetleri duyurmak, güncel bilgileri paylaşmak gibi amaçlarla kullandıkları görülmüştür. Yine belediyecilik hizmetleri açısından düşünüldüğünde ilk sayfada önemli bilgilere erişim ya da e-belediyecilik hizmetlerinin web üzerinden kullanıcılara sunulması konusunda web sitelerinin başarılı kullanıldığı söylenebilir. Ancak diğer yandan web siteleri üzerinden vatandaşların anket doldurmaları, oylamalara katılmaları, e-mailler aracılığı ile düzenli bilgiler erişmeleri ya da on-line soru sorabilmeleri gibi başlıklarının web sitelerinde hiç ya da oldukça düşük oranda yer bulabildiği gözlemlenmiştir. Araştırma neticesinde Büyükşehir belediyelerinin web siteleri aracılığı ile katılım araçlarını

vatandaşlara sunmadıkları, dolayısıyla etkileşime yeterince yer vermedikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada tespit edilen bir diğer sonuç ise büyükşehir belediyelerinin web sitelerini öncelikle bilgi yayma aracı olarak kullandıkları ve iki yönlü bir iletişimden ziyade tek yönlü bir iletişim gerçekleştirdikleri bulgusudur.

Büyükşehir belediyelerinin web siteleri konusunda sağlayabilecekleri olanaklar ortadadır. Ancak bu siteler yalnızca bilgi paylaşılacak alanlar olarak düşünülmemeli, etkileşimsel bir iletişim için interaktif bir hale getirilmelidir. Bu dönüşümün gerçek anlamda sağlanması ise teknolojik alt yapının buna yeterli olmasının ötesinde daha katılımcı bir anlayışın sağlanması, erki elinde bulunduranların bu gücü başkaları ile paylaşmaya açık olması ve atılacak adımlar konusunda vatandaşların fikirlerine başvurmaya açık anlayışların geliştirilmesi ile mümkün olacaktır. Bu ise demokrasi anlayışı ve kültürünün geliştirilmesi ile mümkündür.

**KAYNAKÇA**

1. BACKUS, M. (2002) E-Governance and Developing Countries Introduction and examples <http://www.bibalex.org/Search4Dev/files/288383/119334.pdf>
2. CHEN, Y., AHN, M.(2017) “The Promises and Oportunities of Information Technology in Government”, Routledge Handbook on Information Technology in Government, Ed.by. Yu-Che Chen & Michael j. Ahn,New York, Routledge.
3. ÇELEN, F.K; ÇELİK, A.; SEFEROĞLU, .S.S. (2011) Türkiye’deki e-Devlet Uygulamalarının Değerlendirilmesi, Akademik Bilişim, 2011, İnönü Üniversitesi.
4. DEĞERLİ, A. (2016) “Ağ Toplumunun İletişimi Ekseninde Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeyi: Kadıköy Belediyesi Örneği”, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, Cilt 12, Sayı 46, Temmuz 2016, ISSN 1300-0845, ss. 63-79
5. ERTEM, E. T.; ASLAN, A. (2016) “Türkiye’de Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Diyalojik İletişim Açısından İncelenmesi”, İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.1, no.1, ss.112-121, 2016
6. GIL-GARCIA, J., LUNA-REYES, L. (Eds.) (2003). Towards a definition of electronic government: A comparative review. Techno-legal Aspects of the Information Society and the New Economy: An Overview. Badajoz, Spain, Formatex.
7. GRUNIG, J.E. (2005) İletişim, Halkla İlişkiler ve Etkin Örgütler: Kitaba Genel Bir Bakış (içinde) Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, (çev.) Elif Özsayar, Rota Yayın Yapım, İstanbul.
8. GRUNIG, J.E; HUNT, T. (1984) Managing Public Relations, Holt, Rinehart and Winston.
9. HERZIG, M., & CHASIN, L. (2006). Fostering dialogue across divides: A nuts and bolts guide from the Public Conversations Project. Watertown, [https://www.whatisessential.org/sites/default/files/PCP\\_Fostering%20Dialogue%20Across%20Divides.pdf](https://www.whatisessential.org/sites/default/files/PCP_Fostering%20Dialogue%20Across%20Divides.pdf),
10. HO, T.K. (2002) Reinventing Local Governments and the E-Government Initiative, Public Administration Review, 62, 4, 434-444.
11. KENT, M.L.; TAYLOR, M. (1998) “Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web”, Public Relations Review, 24(3): 321-334.
12. LEE, A.; ZUNIGA, H.G.; COLEMAN, R.; JOHNSON, T. (2014) “The Dialogic Potential of Social Media”, <https://homepage.univie.ac.at/homero.gil.de.zuniga/documents/Lee>
13. OLIVEIRA, M.J.; HUERTAS, M. (2017) Dialogic Communication in Brazilian Websites: A Longitudinal Study, [https://www.academia.edu/12281364/Dialogic\\_Communication\\_in\\_Brazilian\\_Websites\\_A\\_Longitudinal\\_Study](https://www.academia.edu/12281364/Dialogic_Communication_in_Brazilian_Websites_A_Longitudinal_Study)
14. ÖZDEMİR, P.; AKTAŞ YAMANOĞLU, M. (2010) Türkiye’deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme, Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2010, 1(2) <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/49/1341/15543.pdf>
15. PEARSON, R. (1989) A Theory of Public Relation Ethics, Ohio University, Athens.
16. SABUKTAY, A. (2007) Yerel Yönetimler Reformunu Destekleme Programı Kitap Dizisi 1, Belediye Yönetimi, Türkiye ve Ortadoğu Amme

- İdaresi Enstitüsü Yayını-No:334, Yerel Yönetimler Araştırma ve Eğitim Merkez Yayını-No:19, Ankara. [http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/s15456889ajc1202\\_1?needAccess=true](http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/s15456889ajc1202_1?needAccess=true)
17. SMITH, R. G. (1966) “Martin Buber”, (çev.) Mehmet Dağ, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/37/731/9305.pdf>
18. ŞENYURT, G. (2016) “Belediyelerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternetin ve Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya Merkez İlçe Belediyeleri Üzerinden Bir İnceleme”, <file:///C:/Users/pc/Downloads/5000017159-5000005369-PB.pdf>
19. TAYLOR, M.; KENT, M.L. (2004) “Congressional Web Sites and Their Potential for Public Dialogue”, *Atlantic Journal of Communication*,
20. UÇKAN, Ö. (2003) e-devlet, e-demokrasi ve Türkiye, Kamu Yönetiminin Yeniden Yapılanması İçin Strateji ve Politikalar-I, İstanbul: Literatür Yay.
21. VIBBERT, R.E.C. (1986) *Public Relations: An Introduction to Communication Management*, Macmillan Publishing Company
22. YAĞMURLU, A. (2013) “Diyalojik İletişim Çerçevesinde Ankara Büyükşehir Belediyesi Sosyal Medya Uygulamaları”, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/177738>

#### İncelenen Belediyeler ve Web Sayfaları

1. Adana Büyükşehir Belediyesi <http://www.adana.bel.tr>
2. Ankara Büyükşehir Belediyesi <https://www.ankara.bel.tr>
3. Antalya Büyükşehir Belediyesi <https://www.antalya.bel.tr>
4. Aydın Büyükşehir Belediyesi <http://aydin.bel.tr>
5. Balıkesir Büyükşehir Belediyesi <http://www.balikesir.bel.tr>
6. Bursa Büyükşehir Belediyesi <http://www.bursa.bel.tr>
7. Denizli Büyükşehir Belediyesi <http://www.denizli.bel.tr>
8. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi <http://www.diyarbakir.bel.tr>
9. Erzurum Büyükşehir Belediyesi <https://www.erkurum.bel.tr>
10. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi <http://www.eskisehir.bel.tr/ebb.php>
11. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi <https://gantep.bel.tr>
12. Hatay Büyükşehir Belediyesi <http://www.hatay.bel.tr>
13. İstanbul Büyükşehir Belediyesi, <https://www.ibb.istanbul>
14. İzmir Büyükşehir Belediyesi, <https://www.izmir.bel.tr>
15. Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi <https://kahramanmaras.bel.tr>
16. Kayseri Büyükşehir Belediyesi <https://www.kayseri.bel.tr>
17. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi <http://www.kocaeli.bel.tr>
18. Konya Büyükşehir Belediyesi <http://www.konya.bel.tr>
19. Malatya Büyükşehir Belediyesi <http://www.malatya.bel.tr>
20. Manisa Büyükşehir Belediyesi <http://www.manisa.bel.tr>
21. Mardin Büyükşehir Belediyesi <http://www.mardin.bel.tr>
22. Mersin Büyükşehir Belediyesi <http://www.mersin.bel.tr>

23. Muğla Büyükşehir Belediyesi  
<https://www.mugla.bel.tr>
24. Ordu Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.ordu.bel.tr>
25. Sakarya Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.sakarya.bel.tr>
26. Samsun Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.samsun.bel.tr>
27. Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.sanlıurfa.bel.tr>
28. Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.tekirdag.bel.tr>
29. Trabzon Büyükşehir Belediyesi  
<http://www.trabzon.bel.tr>
30. Van Büyükşehir Belediyesi  
<https://van.bel.tr/>