



ISSN:1306-3111

e-Journal of New World Sciences Academy
2011, Volume: 6, Number: 3, Article Number: 4C0107

HUMANITIES

Received: March 2011

Accepted: July 2011

Series : 4C

ISSN : 1308-7320

© 2010 www.newwsa.com

Nural İmik Tanyıldızı

Selma Karatepe

Firat University

nimik@firat.edu.tr

Elazig-Turkey

**BELEDİYELERİN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA WEB SİTELERİ: İKİ FARKLI
ÜLKE VE İKİ FARKLI BELEDİYE ANALİZİ**

ÖZET

İnternet günümüzün en önemli iletişim araçlarından biridir. Kamu yönetimi uygulamalarında da internetten yararlanılmaktadır. Bunlardan biri de E-Belediye uygulamalarıdır. Belediyeler Web siteleri oluşturarak hem diğer kuruluşlarla hem de halk ile bağlantı kurmaktadır. Çalışmada Türkiye ve Fransa'da bulunan iki kentin belediyelerinin Web siteleri incelenmiştir. İçerik analizi tekniği kullanılmıştır. Sonuç olarak iki belediyeni Web siteleri arasındaki farklılıklar ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Belediyeler, Halkla İlişkiler, Web,
İçerik Analizi, Kamu Yönetimi

**THE WEB SITES OF MUNICIPALITIES PUBLIC RELATIONS WORK: THE ANALYSIS OF
TWO DIFFERENT STATE AND MUNICIPAL**

ABSTRACT

Internet is today one of the most important communication tools. Internet is used in applications of public administration. One of these is the application of E-City. Municipalities are connecting other organizations and people with Web sites. The study examined Web sites of the two city councils in Turkey and in France. Content analysis technique was used. The results showed that the Web site of two municipality's different from each one.

Keywords: Municipalities, Public Relations, Web,
Content Analysis, Public Administration

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Web siteleri dünya çapında yer alan kuruluşlarla bağlantı kurmaya ve bu bağlantıları sürdürmeye yarayan ve en etkili araçlardandır. Bu konuda yapılan bir araştırmaya göre internetteki trafiğin %75'i web sitesi ziyaretlerini içermektedir (Başkan, 2004: 40). Giderek daha geniş alanlara yayılan internetin, ekonomik, sosyal ve teknolojik çevreyle doğrudan ilişkili olan halkla ilişkiler uygulamalarını da önemli derecede etkilediği görülmektedir (Kitchen ve Panopoulos, 2010: 223). Ülkemizde de aynı şekilde, kurum ve kuruluşlar halkla ilişkiler çalışmalarında web sitelerini yoğun bir biçimde kullanmaktadırlar. Kamu kurumlarında farklı internet uygulamaları ile kendini gösteren bu çalışmaların belediyelerde daha çok e - devlet uygulamaları biçiminde olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin olarak, 1999 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın desteği ve TODAİE -YYAEM işbirliği ile "YEREP Projesi" doğmuş, 2001 yılında ise; YerelNET (Yerel Yönetimler Portalı) oluşturularak (Aktel, 2009: 224) yerel yönetimlerde web kullanımı geliştirilmiştir.

Web sitelerinin önemi arttıkça, halkla ilişkilerde kullanılacak etkili Web siteleri için çeşitli önerilerin sunulduğu görülmektedir. Örneğin Kent, üç kritik noktayı vurgulamaktadır. Bunlar; diyaloglu iletişim veya geri besleme (e-posta ve doğrudan yanıt mekanizmaları) ile devam eden hizmetlerin sağlanması ve kolay kullanım durumudur (Kent, 1998: 31-33). Falk ise toplam altı kriterden bahsetmektedir. Bu kriterler; site bağlantılarının önemi, iletişim bilgileri, ekranın sol tarafına bilgi yerleştirilmesi, kullanım kolaylığı, sitenin amacı ve sitenin netliğidir. Middleberg ise bir web sitesinin içeriği üzerinde durarak, yalın metin, gösterişli grafikler, kolay navigasyon özelliklerinden bahsetmektedir. Ayrıca sık güncelleme ve yeni içerik eklenmesi zorunluluğunu da vurgulamaktadır (Hallahan, 2001: 231). Ancak, bilindiği üzere Web sitesinin etkin olabilmesi için amaçların ve hedef kitlenin belirlenmesi, maliyet etkinliğinin hesaplanması ve bu amaçla da web kullanıcılarına yönelik araştırmaların yapılması gerekmektedir. Ayrıca Web sitesi oluşumunda rol oynayan kişilerin halkla ilişkilerde araştırma, planlama ve değerlendirme konularında uzman kişiler olması önemlidir (White ve Raman, 1999: 416-417).

Uluslararası literatürde konuyla ilgili olan birçok çalışma bulunmaktadır (Kent, 1998; Kent ve Taylor, 1998; White ve Raman, 1999; Hallahan, 2001; Taylor vd. , 2001; Duke, 2002; Ryan, 2003; Kim vd. , 2010; Kitchen ve Panopoulos, 2010; Searson ve Johnson, 2010). Türkiye'de ise yapılan çalışmaların, yurt dışına oranla yeni gelişmeye başladığını söylemek mümkündür (Çelen, 2003; Başkan, 2004; Özkanal, 2006; Akıncı ve Coşkun, 2006; Aksoy, 2006; Tarhan, 2007, Öztürk ve Ayman, 2007; Bakan, 2008; Çakmak, 2008; Aktel, 2009).

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Bu araştırma, günümüzde yerel yönetim kuruluşlarının en önemlisi sayılan belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarında, yukarıda belirtilen özelliklere sahip olan Web' i kullanma şekillerini iki farklı ülkenin iki farklı kenti üzerinden incelemektedir. Bu kapsamda Fransa ve Türkiye'de nüfus açısından eşit kabul edilebilecek iki kent belediyesi olan; Lyon ve Gaziantep belediyesinin halkla ilişkiler çalışmalarında Web sitesi uygulamaları incelenerek karşılaştırılmıştır. Çalışmanın amacı; Türkiye'deki bir belediye ile Avrupa Birliği üyesi bir ülkenin belediyesinin Web sitesinin halkla ilişkiler açısından değerlendirmesini yapmak ve Türkiye'de yerel yönetimlerin halkla ilişkiler çalışmalarında yeni teknoloji kullanımını, Avrupa Birliği üyesi bir ülkeyle karşılaştırarak ortaya çıkan sonucu değerlendirmektir.

Çalışmanın iletişim alanına ve kamu yönetimi alanına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Yurt içinde daha önce yapılan çalışmalar Türkiye'deki belediyelerle sınırlandırılmıştır. Oysa bu çalışma, Türkiye'deki bir kent belediyesinin web sitesini, başka bir ülkedeki kent belediyesinin web sitesi ile karşılaştırması nedeniyle alanda yapılan diğer çalışmalardan farklıdır ve bu nedenle önem arz etmektedir.

3. BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ (IMPORTANCE OF PUBLIC RELATIONS IN MUNICIPALITIES)

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler; hizmetlerin başarılı bir şekilde sunulabilmesi için iletişimin sağlıklı bir şekilde işleyişini sağlamayı amaçlayan (Tortop, 2003: 151), kişi, kurum ve kuruluşların, kamuoyunun ve halkın ilgisini çekmeye, güvenini sağlamaya, bu güveni geliştirmeye ve bu ilgiyi değerlendirmeye -ölçmeye ilişkin iki yönlü faaliyetlerdir (Tikveş, 2005: 49). Bu tanım halkla ilişkilerin diğer tüm tanımlarında yer alan "kamuoyunun güvenini sağlama" işlevini vurgulamakta olup, yeni yönetim anlayışı ile paralel bir özellik göstermektedir. Yeni yönetim anlayışı, kamu yönetiminin yalnızca siyasi liderliğe değil, aynı zamanda kamuya karşı da sorumlu olması gerektiği üzerinde durmaktadır (Eryılmaz, 2005: 27). Bu yönetim anlayışında bireyler sadece oturup hizmet bekleyen olarak değil, halk veya müşteri olmanın ötesinde "paydaş" olarak görülmektedir (Bozlağan, 2008, 22).

Belediyeler, belde halkının müşterek mahalli ihtiyaçlarını karşılamak ve düzenlemek üzere hizmet gören kamu tüzel kişileridir. Bir beldede yaşayan halkın müşterek ve mahalli ihtiyaçlarını karşılamak için kurulmuşlardır (Derdiman, 2005: 27). Belediyelerin sunduğu hizmetlerin çeşitlenerek artması ya da yerel sorunların büyümesi ve karmaşık bir hale dönüşmesi halkla belediye yönetimlerini daha çok karşı karşıya getirmektedir (Ertekin, 1995: 8). Kentlilik bilincinin geliştirilmesi ve belediye ile kentliler arasında olumlu bağların ve belediyeye destek veren kent kamuoyunun oluşturulması açısından halkla ilişkilere önemli görevler düşmektedir (Yalçındağ, 1996: 30). Bir yerel yönetim kuruluşu olan belediyelerde halkla ilişkilerin amaçlarını dört ana başlık altında toplamak mümkündür (Tortop, 2003: 164):

- Vatandaşları yerel kuruluşların politikalarından ve günlük faaliyetlerinden haberdar etmek,
- Yerel kuruluşlar tarafından kesin kararlar alınmadan önce, önemli yeni projeler hakkında vatandaşlara görüş belirtme fırsatı vermek,
- Yerel kuruluşların işleyiş sistemi ile kendi hak ve sorumlulukları konusunda vatandaşları aydınlatmak,
- Vatandaşlık gururunu aşılama ve geliştirmektir.

Yerel seçimler dışında halkın görüşlerinin yerel yönetimlere sağlıklı bir biçimde yansması ve yerel yönetimleri sürekli etkilemesi amacıyla katılım, saydamlık, halkın bilgi edinme hakkı gibi konular giderek önem kazanmakta (Yalçındağ, 1996: 28), demokratik yönetimlerde halkın inanmadığı, desteklemediği ve katılmadığı konuları gerçekleştirmek oldukça zor olmaktadır (Asna, 1998: 231). Demokrasi için halkın katılımı gereklidir. Halkın katılımı da bilgi edinmesine bağlıdır. Demokrasinin temelinde bilgi ve bilgiye erişim özgürlüğü vardır (Searson ve Johnson, 2010: 120). Halkla ilişkiler bu görevi yerine getirmede etkili bir iletişim şeklidir.

4. BİR HALKLA İLİŞKİLER ARACI OLARAK WEB SİTELERİ (THE WEB SITES AS A TOOL OF PUBLIC RELATIONS)

İnternet, birçok bilgisayar ağını birbirine bağlayan, yaygın olarak kullanılan kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde ulaşma olanağı sağlayan bir iletişim ağıdır (Geçikli, 2008: 117). İnternet, bireylerden topluluk ve gruplara, işletmelerden ülkelere kadar var olan tüm hedef kitlenin, sunulan ürünler ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır (Akıncı Vural ve Coşkun, 2006: 193). İnternetin 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). Halkla ilişkiler de internetin bu özelliklerinden faydalanmaktadır. Halkla ilişkiler açısından internetin sağladığı en önemli özelliklerden biri çok sayıda kişiye ulaşma imkanı sunması nedeniyle bir kitle iletişim aracı niteliği taşımasına karşın televizyon, radyo ve gazeteden farklı olarak, sunulan haberlerin ve duyuruların, editörlerin süzgecinden geçmesi gibi bir kısıtlamayı içermemesidir (White ve Raman, 1999: 406).

Halkla ilişkiler uygulamasında çalışmaların bir bölümü çevreye dönük iken, bir bölümü de yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla kimi konularda sorumluluğu paylaşmak, değişen koşulları ve onlarla ilişkili halk isteklerini öğrenmekle ilgilidir. Tanıma kelimesi ile bu amaçlar ve bunlarla ilgili uygulamalar, çalışmalar anlaşılmalıdır. Tanıma çalışmaları ile kamu yönetimi alacağı kararlarda daha isabetli davranma olanağını kazanmaktadır (Kazancı, 1997: 113). İnternette tanıma yönelik olarak elektronik posta, şikayet ve istek hattı, bilgi edinme, anket, formlar, ziyaretçi sayacı gibi bir çok araçlar kullanılmaktadır. Özellikle kuruluşta çalışanların kendi adlarına bulunduğu elektronik posta, yoğun olarak başvurulan tanıma yönelik internet aracısıdır (Çakmak, 2008: 34). Halkla ilişkiler alanında e-posta kullanımı ile ilgili yapılan bir araştırmada, e-posta kullanımı halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak görülmüştür. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının hedef kitlelerle stratejik olarak ilişki kurmada temel bir araç olarak e-posta kullandıkları ortaya konulmuştur (Duke, 2002: 321).

Halkla ilişkilerin çevreye dönük yüzünü anlatan tanıtma (tanıtım) kavramı ise; en klasik tanımla, kişi, ürün, hizmet veya organizasyon hakkında basılı ve elektronik medyada yer alacak haberler yaratmaktır. Bu bağlamda tanıtma halkla ilişkilerin "enformasyon" kanadıdır (Erdoğan, 2006: 294) Halkla ilişkilerde tanıtma ile hedeflenen; halkın aydınlatılması, kararların açıklanmasının yanında; günümüzde karmaşık bir yapıya ulaşmış yönetim aygıtının yol açtığı tanıma-bilme eksikliğini gidermek için; halka bilgi aktarma çalışmalarını gerçekleştirmektir. Tanıtma çalışmaları ile yönetim tartışmalı konularda halkın çoğunluğunu sağlayabilir (Kazancı, 1997: 63). Halkla ilişkilerde internette yeni bir medya olarak farklı açılardan yararlanıldığı görülmektedir. Kurulunun oluşturduğu internet sitesi aracılığıyla tarihçesi, kurucu ve yöneticileri, vizyon ve misyonu, amaçları, müşterileri, yapmış olduğu etkinlikler ve planladığı projeler hakkında ayrıntılı bilgiler sunabilmektedir (Okay ve Pelenk, 2006: 377).

İnternet, halkla ilişkiler alanında tanıma ve tanıtma fonksiyonlarını yerine getirirken etkin bir şekilde kullanılan araçtır. Örgütlerin halkla ilişkiler, süreç ve uygulamalarını gerçekleştirirken, interneti kullanma amaçlarını Philip Lesly'nin belirttiği şu başlıklarla özetlemek mümkündür. Bunlar; bilgi ve belge toplamak, gelişmeleri takip etmek, medyayı takip etmek, medyaya bilgi sağlamak, kamuların ilgisini çekmek veya farklı kamulardan girdi

sağlamak, e-posta aracılığı ile iç ve dış hedef kitle ile haberleşmek, kamunun desteğini almak ve anlık gelişmeleri duyurmaktır (Lesly 1998: 437). Halkla ilişkiler çalışmalarının en önemli amacı; hedef kitlenin istenilen yönde karar vermesinin sağlanmasıdır.

Çağımızda, kurumsal itibarın bileşenlerinden olan kurum kimliğini güçlendirme ve kurum imajını geliştirme (Karaköse, 2007: 18), hedef kitle hakkında bilgi toplama, çalışanlarla iletişimi geliştirme, yönetime katılmayı kolaylaştırma, hedef kitleye kolay ulaşım ve internette sörf yapan potansiyel kullanıcıya ulaşmak için oluşturulan internet sitelerinin büyük çoğunluğu halkla ilişkiler amacıyla hazırlanmaktadır (Aksoy, 2006: 58). Halkla ilişkiler alanında internette yararlanma biçimleri arasında web siteleri, elektronik posta, intranet, ekstranet, online veri tabanları, blog, network, tartışma grupları ve chat yer almaktadır (Bakan, 2008: 375).

90'lı yıllarda hareket noktası halkla ilişkiler açısından internetin önemi iken, 21. yüzyılda daha çok halkla ilişkiler uygulayıcılarının internet becerileri ve yeni teknolojilere nasıl adapte olmaları gerektiği üzerinde durulmaktadır (Ryan, 2003: 335). İnternet, örgütler ve hedef kitlesi arasındaki ilişkiyi interaktif iletişim ve sosyal geçişler sağlayarak olumlu bir şekilde etkileyebilmektedir. Halkla ilişkiler araştırmacıları örgüt-kamu ilişkileri geliştirmek için internet üzerinden iki yönlü iletişimin kullanılmasını önermektedir (Taylor vd., 2001, Kim vd. 2010: 216).

Halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından yaratılan ve etkin kullanımı devam eden internet ortamlarından biri de kuruluşun profilini sunan, ürün promosyonunu ve tanıtımını sağlayan Web siteleridir (İnan, 2009: 173). Web sitelerden bilgi gönderiminin ne şekilde olması gerektiği hakkındaki düşünceler hala gelişme aşamasındadır. Bu gelişme teknolojinin değişimiyle ve kullanıcıların teknolojiye adapte olmasıyla birlikte değişecektir. Halkla ilişkiler uygulayıcıların web sitelerinin nasıl olması konusunda bazı fikirleri vardır. Bunlardan biri "two-way communication links" (iki yönlü iletişim bağlantıları), diğeri ise "information dissemination" (bilgi dağıtımı)'dır (Ryan, 2003: 336). Web siteleri; iletişimde kullanımının pragmatik yönlerinin yanında; ayrıca dijital iletişim, kuruluş ve paydaşlar arasında diyalogu arttırması nedeniyle halkla ilişkiler teorisyenleri tarafından övgü almıştır (Searson ve Johnson, 2010: 121).

İnternetin yaygın biçimde kullanılmadığı dönemlerde kurum ve kuruluşlar halkla ilişkilerinde "içeriden dışarıya" diye anılan bir bakış açısına sahip iken, internetin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bakış açısı "dışarıdan içeriye" şeklinde değişmiştir (Aydede, 2004: 104). Bu kapsamda, Web sitelerindeki diyaloglu iletişimle, kullanıcıların kurumlara (web sitesi aracılığı ile) soru sorması, endişelerini belirtmesi, ürün veya hizmet hakkındaki övgü ve şikayetlerini iletmeleri sağlanarak, Web sitelerinin kurum ve hedef kitle arasında araç görevi görmesi (Ryan, 2004: 336) ve diyaloglu iletişimin Web tasarımında kullanılmasının halkla ilişkilerde internet kullanımına yeni bir anlam yüklediği düşünülmektedir (Kent ve Taylor, 1998: 325). Tüm kuruluşların halkla ilişkiler uygulamalarında internet ve Web ortamını planlı ve etkili bir biçimde tasarlaması, kurumsal imajın yansıtılmasında ve diyaloga dayalı bir iletişim kurulmasında kuruluşlara önemli katkılar sağlamaktadır (Özkanal, 2006: 256).

Web sitesi oluşturulurken halkla ilişkilerin temel amaçlarından biri olan tutum ve davranışı etkileme unutulmamalıdır. Mesaj göz gezdirirken algılanacak biçimde olmalı, hedef kitlenin özellikleri bilinerek site dizaynı yapılmalı ve gönderilen iletilere mutlaka cevap verilmelidir (Peltekoğlu, 2007: 311-312).

Bir web sitesinin ikinci önemli fonksiyonu ise haber medyasına, müşterilere, yatırımcılara ve diğer kullanıcılara organizasyon hakkında bilgi vermektir (Ryan, 2003: 337). Web sitelerindeki bilgi dağıtımı ile de bu kastedilmektedir. Kuruluşların web sitelerinin sürekli güncellenmesi ve sayfaya kolayca girilebilmesi gerekmektedir. Kuruluşların Web sitelerinde karşılıklı iletişim olabilmesi için e-mail adreslerinin olması, ziyaretçileri çekmek amacıyla arama motorlarının konulması, kuruluşun tarihçesi, kuruluşun basın bültenleri, birden fazla dil seçeneği, ayrıntılı bilgi almak için başvurulacak kişiler gibi bilgilerin yer alması gerekmektedir (Okay ve Okay, 2007: 553- 554).

5. BELEDİYELERİN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA WEB SİTELERİNİN KULLANIMI (USE OF WEB SITES OF MUNICIPALITIES PUBLIC RELATIONS WORK)

Uzun ömürlü, istikrarlı bir iktidar halkın memnun olmasına, halkın memnun olması ise istek ve düşüncelerinin yönetime yansımaya bağlıdır. Halkın istek ve düşüncelerini yönetime yansıtmasının en verimli, etkili, kaliteli, ucuz, kesin ve hızlı bir biçimde yapabildiği internet ile mümkündür (Yıldırım vd., 2003:110). Dünyada görülen hızlı kentleşme süreci, kentlerde sunulması gereken kent hizmetlerinin nicelik ve nitelik olarak artmasına neden olmuştur (İsbir, 119: 198). Bu nedenle belediyelerin geniş kitlelere daha kolay ulaşabilmek ve halkın istekleri doğrultusunda kent hizmetlerini yerine getirebilmek için internetten yararlanmaya başladığını söylemek mümkündür. Castells belediye kaynaklarının etkin ve verimli kullanımını sağlamak için gerekli olan noktaları şu şekilde sıralamıştır (Castells, 2004: 415):

- Halkın yerel yönetime demokratik katılımının sağlanması,
- Yeni teknolojilerden ve özellikle bilişim ve internet teknolojilerinden faydalanılması,
- Sivil Toplum Kuruluşlarının, özellikle vakıfların yardımının alınması,

E-devlet kavramı ile devletin vatandaşlarına karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesi anlaşılmaktadır (Çelen, 2003: 5). Yerel yönetimler ve bu bağlamda belediyeler halkla ilişkiler faaliyetlerinde internetten faydalanmaktadır. Yerel yönetimlerin internet sayfaları ile yapabilecekleri halkla ilişkiler faaliyetlerini Aksoy şöyle sıralamıştır (2006: 59):

- **Araştırma:** Hedef kitle hakkında detaylı bilgi elde etme ve kullanıcıların istediği bilgileri onlara sağlamaktadır.
- **Bilgi Sunma:** Haber bültenleri, raporlar, konuşmalar, broşür metinleri, kurumsal reklamlar, makaleler, hizmet bilgileri gibi hedef kitlenin ilgisini çekebilecek veriyi internet sayfalarında yazmak mümkündür.
- **Kurum İçi Haberleşme ve İtranet:** Kurum içinde yapılan yazışmaları intranet ortamında yaparak zaman ve kaynak israfından kurtulmak mümkündür. Ayrıca personel bilgilerini güncel tutma, personele özel sayfalar ile kurumsal kimlik edindirme ve iş tatmini sağlanabilir.
- **Elektronik Uygulamalar:** Vergi ödeme, kurum işleyişi (hizmet sunma yön-temleri) ile ilgili bilgiler, anketler ve kamuoyu araştırmaları yapılabilir.

- **Bire Bir İletişim:** Yerel internet kullanıcılarına gönderilen- alınan elektronik mektuplar ve dosya transferleriyle faaliyetler hakkında bire bir iletişim mümkündür.
- **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 dikkati çekilebilir.
- **Sponsorluk:** kullanıcı kitlesinin çeşitliliğine göre çok kullanılan haber, görüntü vb. sitelere, kampanyalara, kitap, film ya da sempozyumlara sponsor olarak hedef kitlenin beğenisi kazanılabilir.

6. KARŞILAŞTIRILAN KENTLERİN BULUNDUĞU ÜLKELERİN BELEDİYELERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ (GENERAL FEATURES OF THE COUNTRIES CITIES COMPARED MUNICIPALITIES)

Yerel yönetimlerin içerisinde yer aldığı genel yönetim sistemleri, neredeyse ülke sayısı kadar çeşitlilik göstermektedir. Yönetim sistemi, yerel yönetim sisteminin içerik ve biçimini belirlediğinden (IULA-EMME ve Toplu Konut İdaresi, 1993: 3), yerel yönetim yapılarının ve buna bağlı olarak belediyelerin yapılarının da ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Araştırmada örneklem olarak Fransa'dan Lyon ve Türkiye'den Gaziantep kentlerinin belediye web sayfaları seçilmiştir. Bu ülkelerin seçilmesinin nedeni Osmanlı modernleşmesi ve Cumhuriyet Devrimi dönüşümlerinde Fransa'nın Türk Kamu Yönetimi örgütlenmesine belli oranda örnekli etmesi ve bu örneklikten kaynaklanan benzerliklerin günümüzde de sürmesidir. Ayrıca Türk yönetim sistemi ve Fransız kamu yönetim sistemini aynı "aile" içinde olduğunu söylemek mümkündür (Karahanoğulları, 2009: 42-44). Lyon ve Gaziantep kentlerinin seçilme nedeni ise iki şehrin büyük şehir olması ve nüfuslarının bir biriyle yaklaşık olarak aynı sayıda olmalarıdır (Wikipedia, 2010; TÜİK, 2010). Zira, iki belediye seçilip karşılaştırılırken, hizmet ettikleri nüfusun, yani hedef kitlenin yoğunluğunun eşit veya birbirine yakın olması gerektiği düşünülmektedir. Aynı şekilde ele alınan ülkelerin belediyelerinin genel özelliklerinin bilinmesinin de karşılaştırma için önemli olduğu düşünülmekte ve bu nedenle aşağıda bu bilgilere de kısaca yer verilmektedir.

6.1. Fransa'daki Belediyelerin Genel Özellikleri (General Features of the Municipalities in France)

Fransa'da 2003 yılında Anayasa'da yapılan değişikliklerden bu yana yerel yönetim terimi yerine "ülkesel yönetim" terimi kullanılmaktadır. Böylece belediye ve il özel idaresi ulusal yönetim karşısında yerelin yönetimi olmaktan çıkmaktadır (Karahanoğulları, 2009: 106). 1982 ve 2003 yılları arasında yapılan yerel yönetim reformları Fransa'daki güçlü merkezi yönetime dayalı üniter devlet yapısını, yerinden yönetim anlayışı çerçevesinde dönüştürmüştür (Toksöz vd., 2009: 59).

Fransa'da belediyeler (communes), iller (departments) ve bölge idareleri (regions) olmak üzere üç çeşit yerel yönetim kuruluşu bulunmaktadır (Türkoğlu, 2009: 32). Fransa'da en küçük yerel yönetim birimini kırsal ve kentsel alan fark etmeksizin belediyeler oluşturmaktadır. Bu açıdan, Fransa'da daha çok kırsal alanlara özgü köy-kasaba gibi örgütlenme ve yönetim birimleri bulunmadığı için belediyeler en alt kademe yönetim birimi olarak kabul edilmektedir (Toksöz vd., 2009: 59).

Belediyenin yönetsel yapısı, karar organı olan belediye meclisinden ve yürütme organı olan başkandan oluşmaktadır. Belediye

başkanı genel oydan çıkan meclis tarafından seçilmektedir (Karahanoğulları, 2009: 107). Belediyenin karar organı olan belediye meclisi, belediye başkanı, başkan vekilleri ve meclis üyelerinden oluşur. Meclis üyelerinin sayısı belediyenin nüfusuna göre değişiklikler gösterir. Belediye meclisi üyeliği seçimleri 6 yılda bir yapılmaktadır (Kayıkçı, 2003: 7). Belediyeler kent içi ulaşım, şehircilik, kitaplık, müze hizmetleri gibi halka en yakın günlük hizmetleri yerine getirmektedir. Ayrıca belediyeler, devlet hizmetlerini de sunmaktadır. Yurttaşların medeni halleri ile ilgili kayıtları, seçmen kütüklerini tutma, yolların yapım, bakım, onarımı, mezarlıkların kuruluşu ve bakımı belediye görevleri arasında yer almaktadır (Keleş, 1994: 23).

6.2. Türkiye'deki Belediyelerin Genel Özellikleri (General Features of the Municipalities in Turkey)

Türkiye'de yerel yönetim birimleri il özel idaresi, belediye ve köy olmak üzere üç şekilde sınıflandırılmıştır. Belediyeler yerel yönetim kuruluşları içinde en önemlisidir. Ülke nüfusunun yaklaşık olarak %80'i belediye sınırları içerisinde yaşamaktadır (Eryılmaz, 2005: 126- 136). Anayasanın 127. maddesi yerel yönetimler içinde yapılandırdığı belediyeleri, diğer yerel yönetimler gibi, kuruldukları belde halkının "mahalli ve müşterek" nitelikteki ihtiyaçlarını gideren, karar organları belirli bir süreyle yenilenen seçimle iş başına gelen, kendine özgü bir bütçe ve kamu tüzel kişiliği olan kuruluşlar olarak tanımlamaktadır (Derdiman, 2005: 27). Belediyelerin organları; belediye meclisi, belediye encümeni ve belediye başkanı olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır. Belediyelerin en büyük karar organı 5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 17. maddesinde belirtildiği gibi; Belediye Meclisi'dir. İlgili kanunda gösterilen esas usullere göre seçilmiş üyelerden oluşmaktadır. Belediye Meclisi'nin görevleri Belediye Kanunu'nda belirtilmektedir (5393 Sayılı Kanun, Mad. 18). Belediye başkanı ise her beş yılda bir seçimle göreve gelen ve belediyeyi temsil eden en yüksek kademeli yetkilidir. Büyükşehir belediye başkanlarının büyükşehir ilçe belediye başkanlarının aldığı kararları veto etme hakkı vardır. Belediye meclisi ve belediye encümenine belediye başkanı başkanlık etmektedir (Toksöz, 2009: 51). Türkiye'de belediyeler halkın imar işlerinden, sağlık ve sosyal yardıma, ulaştırmadan eğitime kadar birçok gereksinimi karşılamakla görevlendirilmiştir. Kent toplumunun gereksinimlerine çözüm getirmek belediyelerin temel görevini oluşturmaktadır (İnci, 2007: 60).

7. ARAŞTIRMA (RESEARCH)

7.1. Yöntem (Method)

Araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi iletişimin yazılı, açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir (Berelson, 1971: 18). Konuyla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, "halkla ilişkilerde web siteleri" ile ilgili ulaşılabilen yayınların çoğunda içerik analizi veya anket tekniği kullanıldığı görülmüştür. Web sitelerinin özelliklerini halkla ilişkiler açısından inceleyen çalışmalarda yöntem olarak daha çok içerik analizinin (Tarhan, 2007; Öztürk ve Ayman, 2007; Aktel, 2009; Searson ve Johnson, 2010; Kim vd., 2010) kullanıldığı, Web sitelerinin kullanıcıya dönük olarak ele alındığı çalışmalarda ise yöntem olarak anket tekniğinin ya da içerik analizi ve anket tekniğinin beraber kullanıldığı (Kitchen ve Panopoulos, 2010; Ryan, 2003; Çakmak, 2008) tespit edilmiştir. Bu araştırma ise Web sitelerinin halkla ilişkiler açısından belediyeler tarafından nasıl kullanıldığını, Web sitesinin temel yapıları ve özellikleri üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Web sitelerinin kullanıcıları ile ilgili bir

analiz söz konusu değildir. Bu nedenle araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

Ayrıca araştırmada bir karşılaştırma söz konusu olduğundan, verilerin güvenilirliği açısından belirlenen sitelere aynı tarih, aynı zaman ve aynı anda girilmiştir. Böylece internetin o anki hızının her iki belediye için de aynı olması sağlanmıştır.

7.2. Evren ve Örneklem (Universe and Sample)

Araştırmanın evrenini Türkiye ve Fransa'daki belediyelerin Web siteleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak da Türkiye'de Gaziantep Belediyesi, Fransa'da ise Lyon Belediyesi seçilmiştir. Bu iki kentin belediyelerinin seçilme nedeni nüfus olarak bir birine yakın olmalarıdır.

Araştırmada incelenen Lyon Belediyesi ile "commune" ifade edilmektedir. Çünkü 6.1. bölümde de belirtildiği gibi Fransa'da belediye kelimesinin karşılığı tam bir biri ile örtüşmese de "commune" dır. Ayrıca Gaziantep Belediyesi ile de kastedilen Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'dir. Fransa'da bu kelimenin tam karşılığı bulunmadığı için ve çalışmada uyum sağlaması açısından "büyükşehir belediyesi" yerine "belediye" kavramı kullanılmıştır

7.3. Verilerin Toplanması (Collecting Data)

İçerik analizi yapılmadan önce bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu cetvel oluşturulurken alanda yapılan ulaşılabilen diğer çalışmalardan (Tarhan, 2007; Öztürk ve Ayman, 2007; Aktel, 2009; Searson ve Johnson, 2010; Kim vd., 2010) ve Sayıştay'ın 2006 yılındaki "E- devlete Geçişte Kamu Kurumları İnternet Siteleri" başlıklı Performans Denetimi Raporu'ndan (Sayıştay, 2006) yararlanılmıştır. Ayrıca araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması açısından, kategorilerin belirlenmesinde araştırmacının görüşleri dışında, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İnönü Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde alanla ilgili olan dört akademisyenden yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen kategorilerden bir birine yakın olan ve aynı olan kategoriler tercih edilmiştir.

Örneklem olarak seçilen belediyelerin Web siteleri incelenmiştir. Web siteleri belirlenen kategorilere göre analiz edilmiştir. Elde edilen veriler kodlama cetveline yazılmış ve iki farklı belediye karşılaştırılmıştır.

7.4. Araştırmanın Bulguları ve Analizi (Indications of the Research and Analysis)

Araştırmada belirlenen kentlerin belediyelerinin Web sitelerine uygulanan içerik analizi sonrasında, Web sitelerinin biçimsel özellikleri ve tanıma, tanıtmaya yönelik özellikleri halkla ilişkiler açısından incelenmiş çeşitli verilere ulaşılmıştır. Elde edilen veriler aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 1. Belediyelerin web sitelerine erişim ile ilgili biçimsel analiz verileri

(Table 1. Formal analysis data of access to web sites related to the municipalities)

SİTEYE ERİŞİM	LYON BELEDİYESİ	GAZİANTEP BELEDİYESİ
Google arama motoruna yazıldığında site bulunabiliyor mu?	Evet	Evet
Google arama motorunda arandığında site kaçınca sırada yer alıyor?	1.Sırada	1.Sırada
Sitenin yüklenme süresi ne kadar	2 saniye	6 saniye

Ele alınan belediyelerin Web siteleri siteye erişim açısından incelendiğinde genel olarak erişimin hızlı olduğunu söylemek mümkündür. Belediyelerin Web siteleri en çok kullanılan arama motorlarından biri olan Google'a yazıldığında hemen bulunabilmekte ve birinci sırada yer almaktadır. Fakat sitenin yüklenme süresine bakıldığında Lyon Belediye'si Web sitesinin yüklenme süresinin daha hızlı olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Belediyelerin web sitelerinin genel görünüşü ile ilgili biçimsel analiz verileri
(Table 2. Formal analysis data of the general view of the municipalities web sites)

GENEL GÖRÜNÜŞ	LYON BELEDİYESİ	GAZİANTEP BELEDİYESİ
Ana sayfa sade, açık ve anlaşılır mı?	Evet	Evet
Sayfalarda renk kullanımı	Var	Var
Zemin Rengi	Mavi ve Beyaz	Beyaz
Fon müziği var mı?	Yok	Yok
Sayfalar arası uyum	Var	Var
Sayfa uzunluğu	Var	Var
Sayfa kenar boşlukları	Var	Var
Tanıtma faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı	Var	Var
Sayfadaki butonların işlevliliği	Var	Var
Sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu	Var	Var
Yazılar okunabilir bir yazı karakteri ve punto büyüklüğü ile yazılmış mı?	Evet	Evet
Sitedeki yazılar, resimler ya da diğer grafikler dengeli ve göze hoş gelen bir biçimde mi?	Evet	Evet
Yazıların arka planında metni okumaya engel olan renk ve desenler kullanılmış mı?	Hayır	Hayır
Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve linklere yer verilmiş mi?	Hayır	Hayır

Araştırmada belirlenen kentlerin belediyelerinin Web siteleri incelenirken biçimsel analiz içerisine giren diğer bir başlık ise genel görünüşdür. Tablo 2'de Web sitelerinin genel görünüşleri karşılaştırıldığında Lyon Belediyesi ve Gaziantep Belediyesi'nin genel görünüş açısından benzer özellikler taşıdığı görülmüştür. Sitelerde genel görünüşü bozan bir durumla karşılaşılmaştır. İki sitede de kullanılan renkler, yazı karakterleri, sayfanın açık ve anlaşılır olması gibi özellikler olumludur. İki sitede de gereksiz yazı, renk, resim kullanımı söz konusu değildir. İki belediyenin Web sitelerinin butonları işlevlidir. Basılan butonun içeriği mevcuttur.

Tablo 3. Belediyelerin web sitelerinin kullanım kolaylığı ile ilgili biçimsel analiz verileri
(Table 3. Formal analysis data of the ease of use the municipalities web sites)

KULLANIM KOLAYLIĞI	LYON BELEDİYESİ	GAZİANTEP BELEDİYESİ
Ana sayfada site haritası var mı?	Yok	Yok
Ana sayfadan diğer linklere ulaşmada sıkıntı var mı?	Yok	Yok
Sayfalar arası geçiş-bağlantı	Var	Var
Her sayfada bir ana sayfa bağlantısı var mı?	Var	Var
Arşiv / Arşive ulaşma imkanı	Kısmen	Yok
Kelime, tarih, etkinlik olarak arama yapılabilir mi?	Kısmen	Kısmen
Sayfadan çıktığı alma imkanı	Var	Yok
Dil seçim olanağı	Var (Aktif)	Var (Pasif)
Sitede her pencerenin başlığı var mı?	Var	Var
Online işlem	Var	Var

Belediyelerin Web sitelerinin biçimsel analizi ile ilgili bir diğer konu ise Web sitelerinin kullanım kolaylığıdır. Tablo 3’de belirtilen bu özellikler belediyelerin, Web sitelerini ziyaret eden kişilere web sitelerinin kullanım açısından ne gibi olanaklar sunduğunu belirlemek açısından oluşturulmuştur.

Burada elde edilen verilerde iki belediyede de site haritası olmadığı görülmüştür. Site haritaları istenilen sayfaya ulaşmada kolaylı sağlaması açısından önemlidir. Fakat iki kentin belediye Web sayfasında da bu haritalara rastlanmamıştır. Her iki belediyenin Web sitesinde diğer linklere ulaşmada sıkıntı yaşanmamakta, her sayfada bir ana sayfa bağlantısı mevcut durumda ve sayfalar arası geçiş rahat bir şekilde olmaktadır. Bu özellikler siteyi ziyaret eden vatandaşlara kolaylıklar sağlamaktadır. Her iki sitede de arşive ulaşma imkanı tam olarak söz konusu değildir. Sadece Lyon Belediyesi’nde “Vie Municipale” butonunu işaretleyip oradan da “Espace Presse” butonuna girildiğinde geçmiş 3 aya yönelik basın bültenlerine ulaşmak mümkündür. Fakat vatandaşın geçmişte alınan kararlar ya da kent ile ilgili gelişmelere daha sonra da ulaşabilme imkanı sağlaması açısından arşivin olmaması bir eksikliktir. Ayrıca iki sitede de kelime, tarih ve etkinlik araması her konuda yapılamamaktadır. Lyon Belediyesi özellikle ileriye yönelik faaliyetlerin aranmasında daha etkiliyken, Gaziantep Belediyesi ise tarih olarak yapılan aramalardan çok açılış, sergi vs gibi kelimeler üzerinden yapılan aramalara yer vermektedir.

Her iki belediyenin Web sayfalarından online işlemler yapılabilir. Lyon Belediyesi’nin Web Site’sinde sağ tarafta bulunan “Mes démarches” butonundan belediye hizmetlerine erişim ve kullanım kolaylığı sağlayan bir sayfaya ulaşılmaktadır. Online hizmetler için oluşturulmuştur. Gaziantep Belediyesi’nde ise E-Belediye başlığını taşıyan sayfanın sağ tarafında bulunan bannerdan siteye üye olunabilmekte ve ödeme işlemleri, şikâyetler, evrak takibi gibi işlemler yapılabilir.

Lyon Belediyesi’nin Web sayfasından çıktığı alma imkanı var iken Gaziantep Belediyesi’nde böyle bir imkan yoktur. Lyon Belediyesi Web sitesinde sayfalarda yazıcı ikonu vardır. Gaziantep Belediyesi Web sayfasında ise bu mevcut değildir. Vatandaşa yazılı evrak almada

kolaylık sağlaması açısından sayfalardan çıktı alınabilmesi önemli bir unsurdur.

İki belediyenin Web sitelerinin kullanım kolaylığı açısından en önemli farkı ise dil seçimi konusundadır. Lyon Belediyesi Web sayfasında İngilizce ve İspanyolca dil seçim imkanı vardır. Ve farklı bir dil seçildiğinde sitedeki tüm yazılar sadece başlık olarak değil içerik olarak da seçtiğiniz dile çevrilmektedir. Sadece kişilere özel bazı noktalarda tam anlamı ile çeviri söz konusu değildir. Gaziantep Belediyesi Web Sitesi'nde ise İngilizceye çeviri söz konusudur. Fakat sadece sayfaların başlığı İngilizceye çevrilmektedir. İçerik yine Türkçe olarak görülmektedir. Özellikle şehrin tarihi yapısı, gezilecek yerler, oteller gibi turizme yönelik etkinlikleri ile ilgili bilgiler İngilizceye çevrilebilmelidir. Web sayfalarında dil seçim olanağının aktif olması kentin tanıtımı açısından da önemlidir.

Tablo 4. Belediyelerin web sitelerinin tanımaya yönelik çalışmalarının halkla ilişkiler açısından analizi
(Table 4. The analysis of the the recognition municipalities web sites in terms of public relations)

TANIMA	LYON BELEDİYESİ	GAZİANTEP BELEDİYESİ
Anket	Yok	Yok
Telefon+fax+e-mail	Var	Var
Şikayet ve istek hattı	Var	Var
Bilgi edinme	Var	Var
Başkana mesaj	Yok	Yok
SMS-WAP	Yok	Yok
Ziyaretçi sayısı	Yok	Var
Sıkça sorulan sorular sayfaları	Var	Yok

Araştırmada incelenen Lyon ve Gaziantep Belediyeleri'nin Web sayfalarında yer alan tanımaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri Tablo 4'de belirtilmiştir. Belediyelere Web sayfalarında yer alan bu tür uygulamalar ile halkın istek ve beklentilerini öğrenerek ona göre çalışmalarını yönlendirebilmektedir. Ayrıca şikayetler ve sorulan sorular ile de hem hizmetlerdeki olumsuzluklar giderilebilir hem de halkın belediye ile ilgili merak ettiği konular kısa sürede aydınlatılabilir.

Yapılan analiz sonucunda iki belediyenin de Web sitesinde, halkın bazı konulardaki görüşmelerini ölçmeye yarayan bir anket mekanizmasının olmadığı görülmüştür. Ancak her iki belediyenin Web sitesinde de gerekli telefon, fax ve e- mail adresleri mevcuttur. Her iki belediyede de vatandaş şikayet ve isteklerini internet ortamında belediyelere aktarabilmekte ve belediye ile ilgili konularda bilgi edinebilmektedir. Gaziantep Belediye'si bilgi edinmeye ayrı bir başlıkta yer vererek vatandaşın bu işlemi internet ortamında ya da yüz yüze nasıl yapacağını mevzuat üzerinden açıklamaktadır. Özellikle e-mail belediyelerin iç ve dış hedef kitle ile haberleşmesini sağlayan en önemli halkla ilişkiler araçlarından biridir. Her iki belediyede de bu imkanın olması olumlu bir durumdur. Çünkü çalışmanın teori kısmında da belirtildiği gibi halkla ilişkiler alanında e-posta kullanımı ile ilgili yapılan bir araştırmada, e-posta kullanımı halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak görülmüştür.

Fakat her iki belediyenin Web sayfalarında da doğrudan belediye başkanına mesaj atma olanağı yoktur. Ayrıca vatandaşlar SMS ve WAP yolu ile de Web sitesi aracılığı ile belediyelere ulaşamamaktadır. Web sayfasını ziyaret eden kişi sayısı ise Gaziantep Belediyesi Web sayfasında belli iken Lyon Belediyesi'nde böyle bir veriye

ulaşılamamıştır. Gaziantep Belediye'sinde o gün siteyi ziyaret eden kişi sayısı ve geçmişte yapılan toplam ziyaretçi sayısı belirtilmiştir. Ziyaretçi sayısının bilinmesi ile belediyeler hedef kitlelerini oluşturan vatandaşların teknolojiyi kullanma eğilimlerini daha kolay öğrenebilmektedir.

Lyon Belediyesi'nin sıkça sorulan sorular sayfası bulunmaktadır. Belediyenin Web sayfasının sol üst köşesinde "Contactez-nous" butonu altında bu bilgilere ulaşmak mümkündür. Form doldurarak da sitede olmayan soruları sorma imkanı bulunmaktadır. Gaziantep Belediye'sinde ise böyle bir uygulamak olmamakla birlikte, Web sayfasının sağ üst köşesinde "İletişim" butonu altında yer alan iletişim ve şikayet formu ile vatandaşların soruları giderilmektedir. Belediyelerin vatandaşı tanımaya yönelik Web sitelerinde yer alan bilgileri genel olarak bu şekilde değerlendirmek mümkündür.

Tablo 5. Belediyelerin web sitelerinin tanıtımaya yönelik çalışmalarının halkla ilişkiler açısından analizi
(Table 5. The analysis of the the introduction municipalities web sites in terms of public relations)

TANITMA	LYON BELEDİYESİ	GAZİANTEP BELEDİYESİ
Kurumun adı, logosu	Var	Var
Kurumun yapılanması	Var	Var
Kurumun sorumlulukları ve amaçları	Yok	Yok
Kurum yöneticileri	Var	Var
Kurumun alt birimleri ve bu birimlerin görevleri	Var	Var
Kurum ile alakalı mevzuat	Yok	Kısmen
Kurumun sunduğu hizmetleri açıklayıcı sayfalar	Var	Var
Eğer varsa sunulan etkileşimli hizmetler	Var	Var
Kurumun üretmekle yükümlü olduğu her tür rapor istatistiksel bilgiler	Kısmen	Yok
Basında kurum ile ilgili çıkan haberler, İnternet üzerinden sunulabilecek her tür form	Var (pdf indirimli)	Var
Kuruma ait erişim bilgileri (tlf. , adres, e-posta)	Var	Var
Çalışanların iletişim bilgileri var mı?	Yok	Var
Şehre ulaşım bilgileri var mı?	Var	Yok
Ulaşım haritası var mı?	Var	Yok
Bütçe stratejik plan var mı?	Var	Yok
İldeki turistik yerler	Var	Var
Kentteki nöbetçi eczaneler, sinemalar, festivaller vs. hakkında bilgi var mı?	Var	Var

Belediyelerin Web sitelerinde halkla ilişkiler açısından bulunması gereken tanıtımaya ilişkin veriler Tablo 5'de ifade edilmeye çalışılmıştır. Belediyelerin Web sitelerinin analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre Lyon ve Gaziantep Belediyeleri'nin Web sitelerinde kurumun adı ve logosu sayfanın sol üst köşesinde yer almaktadır. Ayrıca kurumun yapılanması teşkilat şeması ya da organizasyon başlığı altında verilmiştir. Kurumun sorumluluk ve amaçlarına ayrı bir başlık içerisinde iki belediyede de yer verilmemiştir.

Her iki belediyede de kurumun yöneticileri, kurumun alt birimleri ve bu birimlerin görevleri ile ilgili bilgiler ayrı başlıklar halinde Web sitesi içerisinde verilmiştir. Belediye başkanlarının biyografileri ele alınmıştır.

Kurum ile ilgili mevzuat Gaziantep Belediyesi'nde genel olarak mevcuttur. Fakat Lyon Belediyesi'nde böyle bir menüye ulaşılamamıştır. Her iki kurumunda da Web sayfalarında kurumun sunduğu hizmetleri açıklayıcı sayfalara ulaşma imkanı vardır. Belediyelerin hizmetleri tek tek sayfalarda ele alınmıştır. Fakat içerik olarak incelendiğinde Gaziantep Belediyesi'nin hizmetle ilgili Web sayfalarında daha çok personel, görevler, yetkiler, sorumluklar gibi bürokratik bilgilere ulaşılırken, Lyon Belediyesi'nin Web sayfasında ise hizmetlerin içerikleri, neler yapıldığı ve bunlarla ilgili alt başlıklara yer verilmiştir. Her iki belediyenin de sayfalarında vatandaşlara yönelik etkileşimli hizmetlere rastlamak mümkündür. Özellikle Gaziantep Belediyesi Web Sayfası'nda buluna "Kentim İçin Projem Var" çalışması ile vatandaşın kent için uygulanacak yeni projeleri hakkında bilgi alınmaktadır. Doldurulan başvuru formu online olarak gönderilebilmektedir. Daha sonra incelenerek seçilen projeler dikkate alınmaktadır.

Her iki belediyenin Web sayfalarından basında kurum ile ilgili çıkan haberlere, internet üzerinden sunulabilecek formlara ulaşmak mümkündür. Lyon Belediyesi'nde bu belgelerin pdf formatlarına ulaşarak, gerekli görüldüğü takdirde yazıcıdan çıktı alabilme imkanı da sunulmaktadır. Belediyelerin kuruma ait erişim bilgilerine (telefon, adres, fax ve elektronin posta) ulaşmak mümkündür. Gaziantep Belediyesi çalışanlarının iletişim bilgileri Web sayfalarında bulunurken, Lyon Belediye'sinin çalışanlarının erişim bilgilerine Web sayfasından ulaşılamamıştır.

Lyon Belediyesi Web sayfasında şehre ulaşım bilgileri ve ulaşım haritası bulunmaktadır. Sayfanın sağ alt köşesine doğru bulunan "plan interactif de Lyon" butonundan Lyon kentinin haritasına ulaşmak mümkündür. Ayrıca kente ulaşım şekilleri de Web sayfasında yer almaktadır. Gaziantep Belediyesi Web sitesinde ise kent haritasına ulaşmak mümkün değildir. Lyon Belediyesi Web sayfasında "Vie Municipale" butonu içinde bulunan "Budge 2011" butonundan belediyenin bütçesine ulaşmak ve gerekli bilgileri "pdf" formatında indirebilmek ve çıktı alabilmek mümkündür. Gaziantep Belediyesi Web sayfasında ise mali işlerden bahsedilmiş ama sadece mali mevzuat üzerinde durulmuştur. Belediyenin o yıl ki bütçesi ile ilgili doğrudan bir bilgiye ulaşmak Web ortamında söz konusu değildir. İki belediyenin de Web sayfalarında kentteki etkinlikler ve önemli birimler hakkında bilgiye ulaşmak mümkündür. Ancak Lyon Belediyesi Web sayfasında etkinliklerin yanında, önemli birimlerin, eczanelerin, trafik hakkında bilginin, hava durumunun vs. daha ağırlıklı yer almasına karşın, Gaziantep Belediyesi Web sayfasında özellikle yapılacak etkinliklerle ilgili bilgilere daha çok yer verilmektedir.

8. TEMEL BULGU VE SONUÇLAR (MAIN INDICATIONS AND CONCLUSIONS)

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler, yönetimin hizmetleri gerçekleştirirken vatandaşın istek ve beklentileri doğrultusunda hareket etmelerini sağlayan ve karşılıklı güven oluşturan çift yönlü bir iletişim faaliyetidir. Günümüzde kamu yönetimi birimleri halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştirirken yeni iletişim şekillerinden yararlanmaktadır. Bu iletişim şekillerinden biri de kuruluşların internetteki Web sayfalarıdır. Araştırmada yerel yönetim kuruluşlarından biri olan belediyelerin Web sayfaları halkla ilişkiler açısından incelenmiştir. Türkiye ve Fransa'dan seçilen iki belediyenin Web siteleri halkla ilişkiler açısından incelenmiştir. Yapılan içerik

analizinde belediyelerin Web sitelerinin biçimsel, tanıma ve tanıtma yönünden halkla ilişkiler çalışmaları incelenmiştir. Elde edilen temel bulgular ve sonuçlar şu şekildedir:

- Lyon ve Gaziantep Belediyeleri Web Sayfaları biçimsel olarak incelendiğinde iki sitenin de erişiminde sorun olmadığı görülmektedir. Ancak büyük bir fark olmamakla birlikte Lyon Belediyesi Web sitesi yüklenme süresi olarak Gaziantep Belediyesi Web sitesinden daha hızlıdır. Yüklenme süresinin hızlı olması, siteye bağlanmak isteyen kişilerin başka sitelere yönlenmesini önlemektedir. Kişilerin dikkatleri dağılmamakta ve sıkılmaları önlenmiş olmaktadır. Bu nedenle siteye bağlanma hızının yüksek olması önemlidir.
- Belediyelerin Web sayfalarının biçimsel olarak genel görünüşüne bakıldığında aralarında farklılıklar olmadığı görülmüştür. İki sitede de kullanılan renkler, yazı karakterleri, sayfanın açık ve anlaşılır olması, gereksiz yazı, renk, resim kullanılmama konusu aynı özellikleri taşımaktadır. İki belediyenin de Web sitelerinin de genel görünüş açısından yeterli olduğunu söylemek mümkündür.
- Lyon ve Gaziantep Belediyeleri kullanım kolaylığı açısından incelendiğinde, iki belediyenin site haritasının olmadığı görülmüştür. Bu durum Web sitelerini ziyaret eden kişilerin siteyi kullanımını olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle geniş bir hedef kitleye hitap eden ve içeriği geniş olan Web sitelerinde, site haritası kullanılmasının kullanım kolaylığı açısından gerekli olduğu düşünülmektedir.
- Web sitelerinin ikisinde de tam anlamıyla bir arşiv olduğunu söylemek mümkün değildir. Ayrıca iki sitede de kelime, tarih ve etkinlik araması her konuda yapılamamaktadır. Lyon Belediyesi özellikle ileriye yönelik faaliyetlerin aranmasında daha etkiliyken, Gaziantep Belediyesi ise tarih olarak yapılan aramalardan daha çok açılış, sergi vs gibi kelimeler üzerinden yapılan aramalara yer vermektedir. Bunun giderilmesi vatandaşın istediği geçmişe yönelik bilgilere, bilgi edinme hakkı kapsamında Web sayfası üzerinden de erişimi sağlanmalıdır.
- Lyon Belediyesi Web sayfasında her sayfada yazıcı ikonu bulunmaktadır. Gaziantep Belediyesi'nde ise böyle bir imkan bulunmamaktadır. Vatandaşın istediği bilgiyi direkt yazıcıdan alabilmesini işlemleri kolaylaştırması açısından önem taşımaktadır.
- Lyon ve Gaziantep Belediyelerinin Web sitelerinin kullanım kolaylığı açısından en önemli farkı dil seçeneğinden kaynaklanmaktadır. İki belediyede de farklı dil seçeneği vardır. Ancak Gaziantep Belediyesi'nde farklı dil butonuna basıldığında sayfanın sadece başlığı İngilizceye çevrilmekte, içerik Türkçe kalmaktadır. Buna karşın Lyon Belediyesi Web sitesinde içerik tamamen seçilen dile çevrilebilmektedir. Bu durumun giderilmesi, belediyelerin dış hedef kitleye ulaşabilmeleri açısından farklı dil seçeneklerinin de etkin olarak kullanılabilmesi gerekmektedir. Özellikle kentin yabancılara tanıtılması açısından da bu durum önem taşımaktadır.
- Belediyelerin Web sitelerinin tanımaya yönelik çalışmalarının halkla ilişkiler açısından analizi sonucunda ise anket, telefon, fax, e-mail, şikayet ve istek hattı, bilgi edinme, başkana mesaj, SMS- WAP konularında her iki belediyenin Web sitelerinin aynı özellikleri gösterdiği görülmüştür. İki belediyede özellikle anket ve başkana doğrudan mesaj konusunda

yetersizdir. Vatandaşı tanımada katkısı olduğu düşünölen bu iki imkanın Web sitelerinde sunulması gerekmektedir.

- Her iki belediye Web sitesinde de istek ve şikayet butonu mevcuttur. E-posta yoluyla bu gerçekleştirilebilmektedir. Halkla ilişkiler alanında e-posta kullanımı ile ilgili yapılan bir araştırmada, e-posta kullanımı halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak görölmüştür. İnternette tanımaya yönelik en önemli araçlarından biri olan e- postanın her iki belediyenin Web sitesinde de mevcut olduğunu söylemek mümkündür.
- İki belediyenin Web siteleri arasındaki tanımaya yönelik en önemli farklar ziyaretçi sayısı ve sıkça sorulan sorular konusunda görölmüştür. Web sayfasını ziyaret eden kişi sayısı ise Gaziantep Belediyesi Web sayfasında belli iken Lyon Belediyesi'nde böyle bir veriye ulaşılammıştır.
- Belediyelerin Web sitelerinin tanıtmaya yönelik çalışmalarının halkla ilişkiler açısından analizi sonucunda ise iki belediyenin Web sitesinde farklılıklar görölmüştür. Kurum kimliği ile ilgili genel bilgilere Web sitelerinde ulaşmak mümkündür. Ancak çalışanların iletişim bilgileri, kurum ile ilgili mevzuat Gaziantep Belediyesi Web sitesinde mevcutken, Lyon Belediyesi Web sitesinde bu tür verilere ulaşılammıştır.
- Kent haritası ve belediyenin bütçesine Lyon Belediyesi Web sitesinde ulaşılırken, Gaziantep Belediyesi Web sitesinde ise bu bilgilere erişilememiştir.
- Gaziantep Belediyesi Web sitesinde, hizmetlerle ilgili bilgilendirme daha çok mevzuat üzerinden yapılırken, Lyon Belediyesi Web sitesinde ise hizmetlerin içerikleri, neler yapıldığı ve bunlarla ilgili alt başlıklara yer verilmiştir.

Kısaca belirtmek gerekirse iki belediyenin de Web siteleri biçimsel açıdan yeterli olmakla birlikte, bir birinden çok farklı değildir. Tanıma ve tanıma konusundaki Web hizmetleri ise genel olarak yeterli görölmekle birlikte, Web sitelerinin halkla ilişkiler açısından bazı olumsuzlukları olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle vatandaş ve belediye arasındaki etkileşimi güçlendirmeye yönelik Gaziantep Belediyesi tarafından hazırlanan "Kentim İçin Projem" başlıklı internet ortamında sunulan proje vatandaş ve belediye arasındaki iletişim başını güçlendirecek olumlu tanımaya yönelik bir halkla ilişkiler çalışması olarak görölmektedir.

Belediyelerin Web sitelerinin tanıtmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerine bakıldığında ise Lyon Belediyesi Web Sitesi'ndeki bilgilerin bürokratik bilgilerden ziyade, vatandaşla kolaylık sağlayacak, kendilerine gerekli olabilecek bilgileri temin edebilecekleri bir Web sitesi olarak düzenlendiğini söylemek mümkündür. Gaziantep Belediyesi Web sitesinde de buna yönelik bilgiler olmakla birlikte, bu bilgilendirmede özellikle hizmetler ve bütçe konusunda daha çok mevzuata bağlı kalındığı görölmüştür. Lyon Belediyesi Web sitesinin belediye hizmetlerinin şekli ve yapılan harcamaların ne doğrultuda olduğu konusunda Gaziantep Belediyesi Web sitesine oranla daha açıklayıcı ve ulaşması kolay verilere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Belediyelerin Web sitelerinin bürokratik bilgilerden çok vatandaşla yönelik açıklayıcı bilgileri sunmasının daha doğru olacağı düşünölmektedir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Akıncı, V., Beril, G.C., (2006. "Yeni Teknolojiler ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma", II Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler 27- 28 Nisan, Kocaeli, ss: 179- 194.
2. Aksoy, N., (2006). "Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler ve Teknoloji Kullanımı", Türk İdare Dergisi, Sayı: 452, ss: 54- 59.
3. Aktel, M., (2009). "İl Belediye Web Sitelerinin İşlevselliği Üzerine Bir Araştırma" Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2009, C.14, S.2 s.223-240.
4. Asna, A., (1998). Halkla İlişkiler P.R.- (Dünden Bugüne Bir Sanat - Meslek Öyküsü), İstanbul: Sabah Kitapları: 56.
5. Aydede, Ceyda (2004). Medya ve Halkla ilişkiler, İstanbul: Rota Yayıncılık.
6. Bakan, Ö., (2008). "Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet", Halkla İlişkiler, Edt: Ahmet Kalender, Mehmet Fidan, ss: 373- 391, Konya: Tablet Yayınları.
7. Başkan, B.M., (2004). Halkla İlişkiler Ortamı Olarak İnternetin Kullanımı: Üç Büyük Şirket ve Üç Halkla İlişkiler Firması Örneğinde Görsel Kimlik Göstergeleri Açısından Ağ Sitesi İncelemesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
8. Berelson, B., (1971). Content Analysis in Communications Research, New York: Hafner Publishing.
9. Bozdoğan, R., (2008). "Geleneksel Kamu Yönetimi Yaklaşımı, Yeni Kamu Yönetimi Yaklaşımı ve Yerel Yönetimlere Etkileri" Türkiye'de Yerel Yönetimler, Edt: Recep Bozdoğan, Yüksel Demirkaya, ss: 1- 23, Ankara: Nobel Yayınları.
10. Castells, M., (2004). "The Information Age: Economy, Society and Culture", The Power of Identity, Volume II. Blackwell: New York.
11. 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.
12. Çelen, M., (2003). "E Belediye'de Kent Bilgi Sistemi Uygulamaları ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Çalışmaları", Elektronik Devlet Paneli Kitabı, 15 Ekim, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü, ss: 5-33.
13. Derdiman, C., (2005). Yerel Yönetimler, Bursa: Aktüel Yayınları.
14. Duke, Shearlean (2002). " Wired Science: Use of World Wide Web and E-mail in Science Public Relations" Public Relations Review, Sayı: 28 - 3, ss: 311- 324.
15. Erdoğan, İ., (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Ankara: Erk Yayıncılık.
16. Ertekin, Y., (1995). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Sorunu, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 5, ss: 3-11.
17. Eryılmaz, B., (2005). Kamu Yönetimi, İstanbul: Erkam Matbaası.
18. Gecikli, F., (2008). Halkla ilişkiler ve İletişim, İstanbul: Beta Basım.
19. Hallahan, K., (2001). "Improving Public Relations Web Sites Through Usability Research" Public Relations Review Sayı: 27, ss: 223-239.

20. IULA-EMME Uluslar arası Yerel Yönetimler Birliği ve Toplu Konut İdaresi (1993). Yerel Yönetim Yapıları-Yerel Yönetimlerin Geliştirilmesi Programı Raporlar Dizisi 4, İstanbul: Kent Basımevi.
21. İnan, E., (2009). Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi Yeni İletişim Teknolojileriyle, İstanbul: Referans Yayınları.
22. İnci, H., (2007). Yerel Yönetimler Yasası'ndaki Değişikliklerin Belediyelerin Yönetim ve Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Edirne.
23. İspir, E.G., (1991). Şehirleşme ve Meseleleri, Ankara: Gazi Kitabevi.
24. Karahanoğulları, O., (2009). "Fransa'da Kamu Yönetimi", Kamu Yönetimi Ülke İncelemeleri, Edt: Birgül Ayman Güler vd. , Ankara: İmge Kitabevi.
25. Karaköse, T., (2007). Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi, Ankara: Nobel Yayınları
26. Kazancı, M., (1997). Halkla İlişkiler, Ankara: Turhan Kitabevi.
27. Kayıkçı, S., (2003). "1982 Reform Yasası Sonrası Fransa'da Yerel Yönetimler ve Yerel Özerklik Şartı", Çağdaş Yerel Yönetimler Deriğisi, ss: 1-29, <http://yonetimbilimi.politics.ankara.edu.tr/FRtodaie.pdf>, Erişim Tarihi:07.01.2011.
28. Keleş, R., (1994). Fransa ve İspanya'da Yerinden Yönetim, Ankara: TBD - Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
29. Kent, M.L. (1998). "Does Your Web Site Attract or Repel Customers? Three Tests of Web Site Effectiveness", Public Relations Quarterly, Sayı: 43 -3, ss: 31-33.
30. Kent, M.L. and Maureen, T., (1998). Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web, Public Relations Review, Sayı: 24, ss: 321-334.
31. Kim, S., 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, Sayı:36, ss: 215-221.
32. Kitchen, P.J. and Anastasios, P., (2010). "Online Public Relations: The Adoption Process and Innovation Challenge, A Greek Example", Public Relations Review, Sayı: 36, ss: 222-229.
33. Lesly, Philip (1998). Lesly's Handbook of Public Relations and Communication, Chicago: NTC Business Books,
34. Okay, A. ve Aybike, P., (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 2006, İstanbul, ss: 377- 384.
35. Okay, A. ve Aydemir, O., (2007). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları.
36. 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.
37. Öztürk, M.C. ve Mine A., (2007). "Web Sayfalarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı" Selçuk İletişim, Cilt:4, Sayı: 4 ss: 57-66
38. Peltekoğlu, B.F., (2007). Halkla İlişkiler Nedir, Genişletilmiş 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım.
39. Ryan, M., (2003). "Public Relations and the Web: Organizational Problems, Gender, and Institution Type", Public Relations Review, Sayı:29, ss: 335-349.

40. Sayıştay, (2006). "E- devlete Geçişte Kamu Kurumları İnternet Siteleri" Performans Denetimi Raporu, <http://www.sayistay.gov.tr/rapor/perdenrap/2006/2006-2Web/2006-Web.pdf>, Erişim Tarihi: 06.01.2011.
41. 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*, Sayı: 36 ss: 120-126.
42. Tarhan, A., (2007). "Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz", *Selçuk İletişim*, Cilt:4, Sayı: 4, ss: 75-95.
43. Taylor, M., Kent, M.L., and White, W.J., (2001). "How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationships", *Public Relations Review*, Sayı: 27(3), ss: 263-284.
44. Toksöz, F., Ali, E.Ö., Öykü, U., Levent, K., Gülay, A. ve Nilüfer, A., (2009). *Yerel Yönetim Sistemleri*, İstanbul: TESEV Yayınları.
45. Tortop, N., (2003). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Yargı Yayınları.
46. Tortop, N., (2003). "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Önemi", *Amme İdaresi Dergisi*, Sayı: 36-1, ss. 151-167.
47. Tikveş, Ö., (2005). *Halkla ilişkiler & Reklamcılık*, İstanbul: Beta Basım
48. TÜİK, (2010). "Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Gaziantep", http://report.tuik.gov.tr/reports/rwservlet?adnksdb2=&ENVID=adnksdb2Env&report=turkiye_il_koy_sehir.RDF&p_ill=27&p_kod=2&p_yil=2010&p_dil=1&desformat=html, Erişim Tarihi:07.01.2011.
49. Türkoğlu, İ., (2009). *Yerel Yönetimlerde Mali Reform Arayışları*, Ankara: Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
50. Yalçındağ, S., (1996). *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkiler*, Ankara: TODAİE Yayınları.
51. Yıldırım, H., Volkan, K., Tuncay, Ç. ve Cihangir, C.Ü., (2003). *Her Şeyi e- Leştirdik*, Ankara: Macar Yayıncılık.
52. White, C. and Niranjan, R., (1999). The World Wide Web as a Public Relations Medium: The Use of Research, Planning, and Evaluation in Web Site Development, *Public Relations Review*, Sayı: 25-4, ss: :405-419
53. Wikipedia, (2010). *Özgür Ansiklopedi*, "Lyon", <http://tr.wikipedia.org/wiki/Lyon>, Erişim Tarihi:18.01.2011.
54. 5393 Sayılı Kanun, "Belediye Kanunu", <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5393.html>, Erişim Tarihi: 03.11.2009.