



**HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN
KULLANIMI: BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Zeynep ÖZTEMEL

**Yüksek Lisans Tezi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Doç. Dr. Derya TELLAN
2016
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

Zeynep ÖZTEMEL

HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI:
BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Derya TELLAN

ERZURUM - 2016



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



TEZ BEYAN FORMU

08/02/2016

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- ☐ ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ ☐ Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☒ ☐ Tezimin/Raporumun 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

08/02/2016

Zeynep ÖZTEMEL



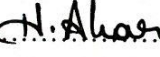
**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Deniz TELAN danışmanlığında, Zeynep ÖZTİMEL tarafından hazırlanan bu çalışma 08 / 02 / 2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Halile Aktekin ve Tanrıhan Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Deniz TELAN İmza: 
Jüri Üyesi : Doç. Dr. Raci TAŞCIÖZÜ İmza: 
Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Hüsamettin AKAR İmza: 

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM
Enstitü Müdürü

F-85/00/22.02.2012

İÇİNDEKİLER

ÖZET	III
ABSTRACT	IV
KISALTMALAR DİZİNİ	V
GÖRSEL DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII
ÖNSÖZ	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ VE YENİ İLETİŞİM

TEKNOLOJİLERİ

1.1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ: ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ	10
1.1.1. Kavramsal Olarak Yeni İletişim Teknolojileri	11
1.1.2. Yeni İletişim Teknolojilerinin Tarihi	16
1.2. HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE YENİ İLETİŞİM	
TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI	20
1.2.1. Geleneksel Halkla İlişkilerden Yeni İletişim Teknolojileriyle Halkla	
İlişkilere Geçiş	22
1.2.2. Sosyal Medyanın Bileşenleri	25
1.2.3. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı	36

İKİNCİ BÖLÜM

BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI VE

E-BELEDİYECİLİK

2.1. E-BELEDİYECİLİK UYGULAMALARININ DAYANAĞI OLARAK	
E-DEVLET ANLAYIŞI	42
2.2. E-BELEDİYE	46
2.2.1. E-Belediye Hizmetleri	50
2.2.2. E-Belediyenin Araçları	55

2.3. BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER: ÖNEMİ,

AMAÇLARI VE ARAÇLARI	57
2.3.1. Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi.....	57
2.3.2. Belediyelerde Halkla İlişkilerin Amaçları.....	60
2.3.3. Belediyelerin Halkla İlişkilerin Araçları	61

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	69
3.2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	69
3.3. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR	70
3.4. BULGULAR.....	72
SONUÇ.....	100
KAYNAKÇA	119
EKLER	129
EK 1. 5393 Sayılı Belediye Kanunu	129
EK 2. 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu	135
EK 3. Veri Formu.....	152
ÖZGEÇMİŞ.....	154

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE YENİ
İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI:
BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA****Zeynep ÖZTEMEL****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Derya TELLAN****2016, 154 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Derya TELLAN****Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU****Yrd. Doç. Dr. Hüsamettin AKAR**

İçinde bulunduğumuz yüzyılda yeni iletişim teknolojileri insan yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin bir iletişim ortamı olarak bireysel ve kurumsal kullanımları, halkla ilişkiler faaliyetlerinde de dönüşüme neden olmuştur. Bu tez çalışması ile amaçlanan yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve gelişimini ortaya koymanın yanı sıra halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin rolü, önemi ve kullanımını açıklamaktır. Bu bağlamda Türkiye’deki Büyükşehir Belediyelerinin halkla ilişkiler çalışmalarının kendi yönettikleri yeni iletişim teknolojileri üzerinden incelenmesi hedeflenmiştir.

“Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışmasının birinci bölümünde yeni iletişim teknolojileri ve halkla ilişkiler üzerinde durulmakta; halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve sosyal medya araçları irdelenmiştir. İkinci bölümünde belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetleri ve e-belediyecilik konuları incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise Büyükşehir Belediyelerinin yeni iletişim teknolojilerini kullanımları ve bu çerçevede halkla iletişim faaliyetleri ele alınmıştır.

Tez çalışması kapsamında yapılan araştırma sonucunda günümüz halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin önemli bir araç olduğu; profesyonel ve stratejik halkla ilişkiler ve iletişim aracına dönüştüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Teknoloji, İnternet, Sosyal Medya, Belediye.

ABSTRACT**MASTER THESIS****USAGE OF NEW COMMUNICATION TECHNOLOGIES
IN PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES:
A RESEARCH ON METROPOLITAN MUNICIPALITIES****Zeynep ÖZTEMEL****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Derya TELLAN****2016, Pages: 154****Jury: Assoc. Prof. Dr. Derya TELLAN
Assoc. Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU
Assist. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR**

In the current century, new communication technologies have become an important part of human life. Individualist and corporate usage of new communication technologies as a communication medium caused a transformation on public relations activities. The aim of this thesis is to explain the role, importance and usage of new communication technologies beside to reveal the emergence and development of new communication technologies. In this context, it's aimed to examine the public relations through new communication technologies of metropolitan municipalities in Turkey which they manage.

The thesis titled as "Usage of New Communication Technologies in Public Relations Activities: A Research on Metropolitan Municipalities" has focused on new communication technologies and public relations in the first part; the usage of new communication technologies in public relations and social media activities were discussed. In the second part of the thesis municipal public relations activities and e-municipality issues were discussed. In the last part of the thesis new communication technologies usage in the context of Metropolitan Municipalities and public communication activities were examined.

As a result of the analysis of the thesis new communication technologies is an important mean of today's public relations activities.

Keywords: Public Relations, Technology, Internet, Social Media, Municipality.

KISALTMALAR DİZİNİ

ADSL	: Asymmetric Digital Subscriber Line
ARPANET	: Advanced Research Projects Agency Network
BBS	: Bulletin Board System
BITNET	: Because It's Time Network
CV	: Curriculum Vitae
DOP	: Düzenleme Ortaklık Payı
E-DEVLET	: Elektronik Devlet
E-BELEDİYE	: Elektronik Belediye
E-POSTA	: Elektronik Posta
GPS	: Global Positioning System
HTML	: Hypertext Markup Language
ICQ	: "I seek you." ("Seni arıyorum.") cümlesinin söylenişidir.
IPR	: İngiltere Halkla İlişkiler Enstitüsü
IRC	: Internet Relay Chat
Kbps	: Kilobits Per Second
MIRC	: (M)ardam Khaled Bey (I)nternet (R)elay (C)hat
NNTP	: Network News Transfer Protocol
RSS	: Really Simple Syndication/ Rich Site Summary
RT	: Retweet
SMS	: Short Message Service
TODAİE	: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü
UUCP	: Unix to Unix Copy Program
WEB/WWW	: World Wide Web

GÖRSEL DİZİNİ

Görsel 3.1. Türkiye’de Bulunan Büyükşehir Belediyeleri	70
---	----



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 3.1. Tez Kapsamında Web Sayfaları İncelenen Büyükşehir Belediyeleri	72
Tablo 3.2. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Arama Motoru ve Konumu	73
Tablo 3.3. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Site Haritası, Konumu ve Başlığı.....	74
Tablo 3.4. Büyükşehir Belediyelerinin Başvurduğu Sosyal Medya Araçları.....	75
Tablo 3.5. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Faydalı Linkler, Konumu ve Başlığı.....	76
Tablo 3.6. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Hizmet Rehberi ve Konumu	77
Tablo 3.7. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Dil Seçeneği	78
Tablo 3.8. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Halkla İlişkiler.....	79
Tablo 3.9. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Kurumsal Bilgi	80
Tablo 3.10. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Hizmet Rehberi	83
Tablo 3.11. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Duyurular ve Konumu.....	85
Tablo 3.12. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Haberler ve Konumu	86
Tablo 3.13. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan E-Belediye, Konumu ve İçeriği.....	87
Tablo 3.14. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Mevzuat, Projeler, Sıkça Sorulan Sorular, Şehir Rehberi, İlçe Belediyeler ve Arşiv Bilgisi.....	90
Tablo 3.15. Büyükşehir Belediyelerinin Web sitelerinde İletişim, Bilgi Edinme ve Anket	91
Tablo 3.16. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Logo, Konumu, Tasarımı ve Slogan.....	92
Tablo 3.17. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarının Arka Plan Tasarımı, Rengi ve Deseni	93
Tablo 3.18. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarının Görsel Kullanımı.....	94
Tablo 3.19. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Font Kullanımı	95
Tablo 3.20. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Başlıklar ve Alt Başlıklar	96

Tablo 3.21. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Sanal Tur, Foto Galeri, Video Galeri ve Canlı Kamera	97
Tablo 3.22. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Güncellik	98
Tablo 3.23. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfaları Hakkında Değerlendirme	99



ÖNSÖZ

Teknolojik ilerlemelerin bir sonucu olarak internet, insan hayatının her alanında ve iletişim süreçlerinde giderek önem kazanmaya başlamıştır. İnternet üzerinden dünyanın herhangi bir yerindeki istenilen bilgiye, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın ulaşılabilir. İşletmeler ve kurumlar da internet ve yeni iletişim teknolojilerini kullanarak web sayfaları oluşturmakta ve bireylerin kullanımına sunmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanımı üzerine hazırlanan tez çalışması, faaliyetlerini ve hizmetlerini bireylerin çevrimiçi kullanımına sunan kurumlardan biri olan büyükşehir belediyelerinin yeni iletişim teknolojilerini halkla ilişkiler faaliyeti olarak kullanımları üzerinden incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma kapsamında ülkemizdeki Büyükşehir Belediyelerinin web sayfaları, halkla ilişkiler faaliyetleri esas alınarak, belirli kriterler çerçevesinde incelenmiş ve çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Tez çalışması, daha önce benzer konuda yapılmış olan tez çalışmalarıyla kıyaslandığında makro ölçekte olması nedeniyle alana önemli katkı sağlamaktadır.

Bu tez çalışması boyunca emeğini tarafımdan esirgemeyen, bilgisi ve ilgisiyle beni yönlendiren Sayın Hocam Doç. Dr. Derya TELLAN'a, her zaman yanımda olarak bana destek olan eşim Serban ÖZTEMEL'e, haklarını ve emeklerini asla ödeyemeyeceğim aileme ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Erzurum-2016

Zeynep ÖZTEMEL

GİRİŞ

İnsanoğlu, var oluşundan bu yana kendisi ve çevresiyle iletişim halindedir. İletişim sürecinde, bilgi, enformasyon, haber, duygu, düşünce veya iş yapış biçimleri, sözlü, sözsüz olarak insanlar arasında aktarılmıştır. İletişim topluluk halinde yaşayan insan için oldukça önemlidir ve sosyal açıdan olmazsa olmaz niteliktedir. İnsanlar, sosyal çevrede sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürebilmek, ruhsal ve bedensel ihtiyaçlarını giderebilmek, toplumsal kanun ve kuralları sağlıklı bir biçimde işletebilmek için iletişim kurmak zorundadırlar (Güngör, 2011). Kişinin konuşma biçimi, seçtiği sözcükler, ses tonu, beden duruşu, jest ve mimikleri iletişim süreci üzerinde etkilidir.

İnsanlar, bilgi paylaşmak, karşı tarafı ikna edebilmek, yönetebilmek, paylaşımlarda bulunmak, eğlenmek, değişimlere ayak uydurmak, problem çözmek, işbirliği yapabilmek, kısacası birlikte yaşayabilmek, birbirleriyle anlaşabilmek, varlıklarını sürdürebilmek amacıyla iletişim kurarlar. Bu süreçte geçmişten günümüze değin birçok iletişim aracı kullanılmıştır. İlk çağlarda duman, posta güvercini, davul vs. aracılığıyla iletişim kurulurken; zamanla teknolojinin de gelişmesiyle birlikte mektup, gazete, dergi, radyo, televizyon gibi geleneksel medya ile internet, cep telefonu gibi yeni medya üzerinden iletişim kurulmaktadır.

Kurumların paydaşlarıyla; iletişim kurmak amacıyla yürüttükleri, paydaşları esasında anlaşılmayı ve kurumsal olarak kabul edilmeyi sağlayıp sürdürülebilen, kamu yararı çerçevesinde sürdürülen faaliyetler ise halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamına girmektedir. “Halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur” (Okay ve Okay, 2013:2). Bir başka ifade ile halkla ilişkiler, “Yönetimin izlemekte olduğu politikaların halkla benimsetilmesi, çalışmaların devamlı ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması,

buna karşılık, halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün, yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması görevidir” (Tortop, 1986:4). Halkla ilişkilerde iletişimin ikna edici şekilde tasarlanıp gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır. Bu çerçevede halkla ilişkiler bir süreci ifade etmektedir. “Bilindiği gibi kurumlar tarihsel süreç içerisinde, varlıklarına haklı gerekçeler bulmak, var olabilmek ve varlıklarıyla topluma ne sağladıklarını anlatmak zorunda kalmışlardır. Özünde böyle bir zorunluluk ihtiyacı, halkla ilişkileri var eden ve kaçınılmaz kılan temel olgudur. Yani kurum ve kuruluşların hedef kitleleriyle iletişimini sürdüren halkla ilişkiler; bir var olma, kendini gerçekleştirme çabası olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda toplumsal bir sistem olan yerel yönetimler de ayakta kalabilmek ve meşruiyet kazanabilmek için mutlaka halkla ilişkiler çalışmalarına önem vermek zorundadırlar” (Poyraz ve Yöndemli, 2015:322). Temeli iletişime dayanan halkla ilişkiler süreçlerinde başarılı iletişim kurulabilmesi için kurumun hedef kitlesini iyi tanınması ve onlara ulaşmada kullanılacak araçları bu doğrultuda belirlemesi gerekir. Tanıma sürecinde, hedef kitlenin eğitim seviyesi, kültür düzeyi, kurumla ilgili istekleri, şikâyetleri gibi bilgilere hâkim olunması gerekir. Tanıtmada ise, kurumun yapısı ve işleyişi ile ilgili olarak hedef kitlede kuşkuyla yer bırakmadan bilgi ve haberler aktarılması esastır.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin temelinde, hedef kitlenin görüşü, inanışları ve tutumlarına yönelik olarak kurumların uygun stratejiler geliştirip uygulaması, kurum ile paydaşları arasında uyum ve bütünleşmenin sağlanması anlayışı yatmaktadır. Bu çerçevede kurumlar, etkin ve verimli çalışmalar yürütebilmek için hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarına yönelik politikalar geliştirmelidir. Taraflar arasındaki temas ve ilişkiler bu çerçevede önem kazanmaktadır. “Halkla ilişkiler, iletişim olgusunun örgütsel düzeyde gerçekleşmesini sağlayan bir uygulamadır. Tarihsel sürece bakıldığında zaman mevcut kitle iletişim araçlarının kullanımı halkla ilişkilerin gelişmesinde çok büyük rol oynamıştır. Gazetelerin yaygınlaşması ile mesleğin gelişimi paralellik göstermiştir. İnternet ve internet sitelerinin yaygınlaşmasıyla birlikte bu yeni mecra halkla ilişkiler uygulamalarında önemli bir değişim yaratmış, ilk kez örgütler halkla ilişkiler faaliyetlerinde böylesine etkili bir kitle iletişim aracına sahip olmuşlardır. Zaman içinde bir takım geribildirim olanakları internet sitelerine eklemlenmiş olmakla

birlikte internet uygulamalarında esas dönüşüm sosyal medya araçlarının uygulama içine eklenmesiyle ortaya çıkmıştır” (Yağmurlu, 2013:96).

Kamu kurum ve kuruluşları açısından, -özellikle de bu tez kapsamında ele alınan belediyeler açısından- paydaşlarla, etkin ve verimli iletişim kurabilmek için halkla ilişkiler faaliyetlerinin doğru yönetilmesi gerekmektedir. Yerel yönetimler denince akla gelen belediyeler, birlikte yaşayan insan topluluklarının ihtiyaçlarının da birlikte karşılanması gereği üzerine ortaya çıkmış olup; devletin verimli işleyen bir yapıya kavuşturulması amacıyla merkezi idare tarafından yerine getirilmesi gerekmeyen görev ve hizmetleri üstlenerek karmaşık hükümet işleyişine yardımda bulunurlar (Şimşek, 1993:5). Belediyeler, verdiği hizmetler dolayısıyla halka yakın, halkın istek ve beklentilerini başarılı biçimde karşılama sorumluluğu bulunan kurumlardır. Belediyelerin başarılı biçimde çalışması, halkın güven ve desteğini kazanmasına bağlıdır. Belediyelerin karar organlarını halk seçmekte, seçtiği yönetim kademesinden istek ve beklentileri olmaktadır. Öyle ki halk, beklentilerinin karşılanmasına bağlı olarak yönetimin devamlılığını sağlamaktadır. Belediyeler, halkın günlük hayatında önemli yere sahiptir. Belediyenin hizmet sınırları içinde halk ile iletişimini geliştirmesi, güven tesis etmesi maksadıyla halkla ilişkilere önemli görevler düşmektedir. Belediyede çalışan bir görevlinin, işlem yaptırmak için kendisine başvuran vatandaşa yönelik davranışı, belediyenin imajını olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir.

Yerel yönetimler, yerel bir topluluğun ortak gereksinmelerini karşılamak amacıyla oluşturulan, karar organlarını doğrudan halkın seçtiği, demokratik ve özerk bir yönetim kademesi, bir kamusal örgütlenme biçimi olarak tanımlanabilirler (Henden ve Henden, 2005:50). Belediyecilik işleri, temelde halkla ilişkiler faaliyet alanına girmektedir. Belediyeler, halkın seçimiyle yönetime gelen, halkın yakın gözetiminde hizmet veren, personeli ve hizmetleriyle sürekli eleştirilen ve gündemde olan bir örgüttür. Yerel sorunların tamamı, halkla belediyeleri karşı karşıya getirmektedir. Bu noktada halkla ilişkiler devreye girmekte ve belediyelerin halkın güvenini kazanması önem taşımaktadır. Belediyelerin halkla ilişkiler birimlerinin işlevsel olarak var olması, Başkana yakın olması, hizmet sundukları belde halkı ile yakın ve sürekli iletişim halinde olması, belediyenin ve dolayısıyla Başkanın başarılı olmasında önem taşımaktadır (Emrealp ve Yıldırım, 1993:14).

Belediyeler, kâr amacı gütmeyen halkın ihtiyaçlarını karşılayan kuruluşlar ve hizmetlerin amaçlara ne oranda katkı sağladığı, halkın memnuniyet düzeyiyle ölçülebilmektedir. Sunulan hizmetler sonucunda, hizmetlere maruz kalan halkın memnuniyet düzeyi, halkla ilişkiler faaliyetleriyle ortaya konulabilmektedir. Halkın ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan belediyelerin başarısı, halkın yardımını ve katkısını kazandığı oranda artmaktadır. Bu tarz bir etkileşimin kurulmasında sağlıklı iletişim süreçlerinin geliştirilmesi, yapılan çalışmalarla ilgili olarak halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi, çalışmaların özümsemişi, başvuruyu kolaylaştırması, yönetimle ilişkiler konusunda olumlu davranışlar geliştirilmesi, kararların alınmasında halkın görüşlerine başvurulması, istek, ihtiyaç, yakınma ve tepkilerin doğru biçimde öğrenilmesi gerekmektedir (Emrealp ve Yıldırım, 1993:14). Bu süreçte halkla ilişkiler uygulamaları önem kazanmaktadır.

Belediyelerin çalışmalarını yürütürken hizmet sunduğu halkın görüşlerine başvurması, beklentilerin öğrenilmesi açısından önemlidir. Vatandaş, “Bilgi Edinme Hakkı Kanunu” çerçevesinde, belediyenin çalışmaları ve uygulamaları konusunda bilgi talep edebilmektedir. Çünkü belediye hizmetleri, halkın gözü önündedir ve birçoğu günlük hayatta karşılaşılan sorunlarla ilgilidir. Dolayısıyla da vatandaş bilgi sahibi olmayı en doğal hakkı olarak görmektedir. Belediyelerin halka en yakın kuruluşlar olmaları ve yöneticilerin halkın seçimiyle iş başına gelmeleri nedeniyle, halkın güven ve desteğini kazanmak diğer kurumlara göre daha fazla önem taşımaktadır (Yalçındağ, 1996:27). Belediyeler, kendilerini ve hizmetlerini tanıtmak, halkın isteklerine karşı duyarlı olmak, halkın beğenisini sağlamak durumundadırlar. Dolayısıyla da halkla işbirliği yapmak zorundadırlar.

Belediyelerde halkla ilişkiler; bireylerin temel haklarını gerçekleştirmelerine yardımcı olmayı, kamusal mal ve hizmetlerin üretimini sağlamayı, bunda da verimli ve etkin olmayı, demokrasiye katkı sağlamayı, vatandaş hizmetlerden ve uygulamalardan haberdar etmeyi, halkın ihtiyaçlarını karşılamayı, hizmette kaliteyi arttırmayı, halka karşı saygılı, duyarlı olmayı, kentin ve doğal güzelliklerin varlığını sürdürebilmeyi amaçlamaktadır. Söz konusu amaçların gerçekleştirilmesinde belediyelerin tüm kademelerinde bulunan çalışanların katkısı önem taşımaktadır.

Belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında çalışmalarını ve uygulamalarını tanıtmak amacıyla faaliyetler yürütmesi adeta bir gerekliliktir. Bunlar, belediye yönetiminin tanıtılması, yapılan hizmetlerin duyurulması, sosyal ve kültürel etkinlikler hakkında bilgi verilmesi, belediye meclisi kararlarının duyurulması, kurumun bünyesindeki müdürlükler ve işlevleri hakkında bilgi verilmesi, kurumsal haberlerin aktarılması, kültürel ve turistik değerler ile ilgili temel bilgilerin sunulması, belediye başkanının temel bilgilerinin aktarılması vb. şeklinde sıralanabilecektir. Bu bağlamda bir standartlaşma sağlayan e-belediyecilik önem kazanmaktadır. “Vatandaşa en yakın kamu hizmeti sunan belediyelerin internetteki hizmet kapıları e-belediye olarak kabul edilebilir. E-belediye kavramı literatürde çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. E-belediye kente ilişkin tüm verilerin bilgi ve iletişim teknolojileri ile destekli çalışmalarla yönetilerek kent ve toplum yararına yönelik olarak bilgilerin üretilmesi ve halkın hizmetine sunulmasıdır” (Bensghir ve Akay, 2006:33). E-belediyecilik hizmetleri, vatandaşların yönetime katılmalarını sağlayıcı rol oynamanın yanı sıra şeffaflığın ve hesap verilebilirliğin öne çıktığı kurumsal yönetim anlayışı için önemli bir ortam hazırlar. Kamu kurumları arasında bilgi alışverişini kolaylaştırarak bürokraside gereksiz işlemlerin ve tekrarların azaltılması şeklinde olumlu sonuç açığa çıkarır. Bu çerçevede e-belediyecilikte “vatandaş odaklı hizmet” anlayışı esas alınmaktadır (Henden ve Henden, 2005:57). Yönetişim, “birlikte yönetmek” demektir. Kamuda yönetim, yönetim ve karar alma süreçlerinin tüm paydaşların işbirliği ve katılımı ile yapılmakta olduğunu, yöneticilerin uzlaşmacı, saydam, hesap verebilir, etkin ve sorumlu bir yönetim anlayışı içinde davrandıklarını ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle, yönetim sadece seçimler aracılığı ile seçilmiş bir kesim tarafından değil; sivil toplum kuruluşları, odalar, meslek grupları, özel sektör kuruluşları, üniversiteler gibi çeşitli grupları da süreçlere dâhil ederek gerçekleşmektedir (Demirtaş, 2012:293-294).

Belediyelerin başarılı hizmet sunabilmeleri açısından vatandaşları ve beklentilerini bilmeleri gerekir. Hizmet sundukları bölgede yaşayan halkın temel istekleri ve öncelikleri, kendileri ve aileleri için beklentileri, belediyelerin sağladığı hizmetler konusundaki farkındalıkları ve hizmetlere dönük görüşleri gibi birçok konuda belediyelerin fikir sahibi olması gerekmektedir. Belediyeler, halkın fikirleri ve görüşlerine, kişisel başvurular, hemşehri anlayışı ve başvuru büroları, kamuoyu

yoklamaları, halktan temsilci niteliğindeki kişi veya gruplarla olan iletişim, şikâyet, dilek ve öneri kutuları, anketler, halkı dinleyerek ve medyayı takip ederek ulaşmaktadır (Ulu, 1994:49).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler sonucu toplumun değişim ve dönüşüm sürecinden özel sektör işletmeleri gibi kamu kurum ve kuruluşları da etkilenmişlerdir. Vatandaşlar arasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve günlük hayatta bu teknolojilerin kullanımının artması sonucu vatandaşların devletten beklentileri ve devlete karşı tutumları değişmiş ve bu durum vatandaşlara elektronik hizmet etmek için devlet üzerinde artan bir baskı oluşturmuştur (Acılar, 2012:125). Günümüz şartlarında, kamu kurumları halkı tanıma, kendini ve çalışmalarını tanıtmaya faaliyetlerini daha çok gelişen iletişim teknolojileri vasıtasıyla yürütmektedirler. Kamu kurumları arasında yer alan belediyeler de, geçmişte faaliyetlerini yalnızca hizmet verdiği kamu binasında sürdürmekte iken, günümüzde hemen her hizmetine internet üzerinden erişim imkânı sunmakta, tanıtmaya faaliyetlerinin çoğunu internet üzerinden yapmakta, sosyal medya aracılığıyla vatandaşla birebir iletişim kurabilmektedir. “Tüm kamu kurum ve kuruluşlarının internet sitelerinin içerik ve tasarım yönünden standartlarını belirlemek amacıyla bağlayıcı bir kılavuz TUBİTAK-MAM tarafından hazırlanmış ve Başbakanlık Genelgesi (RG. 27.01.2007 tarih 26426 sayılı) olarak yayınlanmıştır. Kamu Kurumları İnternet Sitesi Kılavuzu’nda önerildiği şekliyle, bu etkileşimli ortamların mutlaka kontrollü (moderator ile), kullanıcıların kayıtlı ve veri girişinin de kontrollü olması gerekmektedir” (Yağmurlu, 2011:8).

Kamu kurum ve kuruluşları, özellikle belediyeler, ülkemizde kullanıcı yaygınlığı yüksek olan Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal medya araçları vasıtasıyla, 7 gün 24 saat vatandaşla iletişim kurmakta, hizmetlerini, herhangi bir durumu saniyeler içerisinde duyurabilmektedir. Belediyelerin halka sunduğu imkânlar, iyileştirme çalışmaları, online işlemler menüsü vb. faaliyetler yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla takip edilebilmektedir. Belediyelerin kurulma amacının da halkın beklentilerini karşılayabilmek olduğu göz önünde bulundurulduğunda, halkla birebir iletişim kurmak, sorunları çeşitli kanallardan öğrenmek oldukça önemlidir.

“Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışmasında yeni iletişim teknolojisi kavramı ve tarihi gelişimine değinilmiş, halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve sosyal medya araçları irdelenmiş; belediyelerde halkla ilişkiler, e-belediyecilik uygulamalarının dayanağı olarak e-devlet, e-belediyecilik, belediyelerde halkla ilişkilerin önemi, amaçları ve araçları üzerinde durulmuştur. Bugüne değin yapılan benzer çalışmalar incelendiğinde (Akarsu, 2014; Avcı, 2013; Kalafat Çat, 2013; Tosun, 2013; Aslan, 2011; Özdemir, 2011; Çetin, 2010; Zafarmand, 2010; Saraçbaşı, 2010; Subaşı, 2008; Fıstıkçioğlu, 2007; Kocaman, 2006; Doğu, 2008; Kamçılı, 2009; Çavuş, 2011); konunun çok daha dar kapsamda (tek bir belediye örneği veya tek bir konu başlığı çerçevesinde) ele alındığı görülmektedir. Bu tez çalışmasında, ülkemizdeki tüm büyükşehir belediyelerinin web sayfaları ayrıntılı olarak incelenmiş ve her büyükşehir belediyesinin halkla ilişkiler konusuna ne kadar önem verdiği belirli kriterler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte sosyal medya, özellikle son on yıllık süre içerisinde insan yaşamının önemli bir parçası haline dönüşmüştür. Bir iletişim ortamı olarak sosyal medyadaki bireysel ve kurumsal kullanımlar, halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli bir dönüşüm açığa çıkarmıştır. Bu tez çalışması ile amaçlanan yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve gelişimini ortaya koymanın yanı sıra halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin yeri, önemi ve kullanımını vurgulamaktır. Bu bağlamda, Türkiye’deki Büyükşehir Belediyelerinin halkla ilişkiler çalışmaları yeni iletişim teknolojilerini kullanmaları açısından incelenmiştir. Tez çalışması kapsamında literatür sunumunda yazılı basılı materyallere (kitap, dergi, makale, istatistikler vb.) başvurulmuş; aynı zamanda Büyükşehir Belediyelerinin web sayfaları belirli ölçütler çerçevesinde incelenmiştir.

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 olmak üzere toplamda 30 büyükşehir belediyesinin web sayfaları görsel çekiciliği, bilgilendiriciliği, kullanım kolaylığı ve güncelliği bakımından incelenmiştir. Bu nitelikler, birbirleriyle olan ilişkileri açısından irdelenerek sınıflandırılmıştır. Kullanım kolaylığı ölçütü arama motoru bulundurma,

site haritası bulundurma, sosyal medya araçları, faydalı linkler bulundurma, hizmet rehberi bulundurma, sorgu işlemleri, dil seçeneği, halkla ilişkiler faaliyetleri olarak; bilgilendirici olma ölçütü kurumsal bilgi, hizmet rehberi, duyurular, haberler, e-belediye faaliyetleri, mevzuat bulundurma, projeler, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler, arşiv, iletişim, bilgi edinme, anket bulundurma açısından; görsel çekicilik ölçütü logo tasarımı, slogan, arka plan tasarımı, görsel kullanımı, font kullanımı, başlıklar ve alt başlıklar, anahtar kavramlar, sanal tur, foto galeri, video galeri, canlı kamera bulundurması açısından; güncellik ölçütü haberler, duyurular, etkinlikler ve canlı kameraların güncelliği bakımından incelenmiştir.

Kamu kurumları arasında yer alan belediyelerin hizmet sunumunda halkla ilişkiler açısından yaşanan sorunlara bir çözüm olarak sunulan elektronik belediye uygulaması sayesinde, belediye ile vatandaş iletişimine halkla ilişkiler odaklı yaklaşılması, elektronik belediye uygulamalarının vatandaşlar tarafından kullanılması ve yönetimden hizmet alınması, vatandaşların kendilerine sunulan hizmetlere ilişkin olarak yaşadıkları sorunlar ve elektronik belediyenin sağladığı kolaylıklara ilişkin vatandaşların beklentilerini karşılama düzeyi ve daha önceki çalışmalardan farklı olarak Türkiye’de bulunan tüm büyükşehir belediyelerini kapsamaması açısından bundan sonra gerçekleştirilecek çalışmalar açısından önem taşımaktadır. Tez çalışmasında sosyal medya ortamlarının tamamı, birer iletişim ve halkla ilişkiler etkinliklerinin parçası olarak Büyükşehir Belediyeleri örnekleminde ele alınması açısından geniş kapsamlı sonuçlara ulaşılmasını sağlamıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ VE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Halkla ilişkiler uygulamalarının başlangıcı, hem dünyada hem de ülkemizde bir takım gelişmelere dayanmaktadır. Tarihsel süreçler ve uygulamalar, devlet düzeninin değişmesi, kamu yönetiminde vatandaşların etkin rol oynaması gibi nedenlerle vatandaşla karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurma zorunluluğunu doğurmuştur. Günümüzde kurumlar, faaliyetlerini yürütürken hedef grubun yani vatandaşın dönütlerine duyarlı olmak durumundadır. İletişim teknolojisindeki değişimlere ayak uyduran kurumlar vatandaşlarla etkileşimlerini yeni gelişmelere paralel uyumlandırma yoluna gitmişlerdir. Halkın yönetsel süreçlerde rol oynaması, devletin vatandaşa yönelik sorumluluklarının farkındalığını arttırmış ve faaliyet alanlarını genişletmesini sağlamıştır (Kazancı, 2004:15-33).

Halkla ilişkiler faaliyetleri, kurumlar ile vatandaş arasında karşılıklı iletişim, anlayış, işbirliği kurma ve sürdürmeye dayalı, yönetimin kamuoyundan haberdar olmasını sağlayan, kamuoyuna karşı olan sorumluluklarını yerine getirmeye yardımcı olan tüm iletişim tekniklerinin kullanılmasını gerektiren bir yönetim fonksiyonudur (Harlow, 1976:35'den aktaran Tarhan, 2011:98). Halkla ilişkiler faaliyetleri, halkın yönetimle karşılıklı ilişkilerini kolaylaştırmayı hedeflerken, halkın yönetimin aldığı kararlara katılmasını sağlamakta, ayrıca verilen hizmetlerde halkın istek ve beklentilerinin dikkate alınmasının önünü açmaktadır. Bu sayede halk, işlerini kurumla işbirliği halinde daha kolay ve hızlı şekilde icra edebilmektedir.

Vatandaşa hizmet sunarken yüz yüze iletişimin daha yoğun olduğu kurumlarda, hizmet veren personel ile vatandaş arasında geçen olumsuz diyaloglar, vatandaşın işini geciktirme ve kurumsal içreklik gibi nedenler halkın kuruma olan güvenini sarsmakta ve bu durum kurumun saygınlığını zedeleyebilmektedir. Vatandaşın zihninde, ilgili kurum yöneticisine yönelik olarak verimsiz ve halka karşı sorumsuz olduğuna dair olumsuz kanı gelişebilmektedir. Bu çerçevede kurum çalışanlarının sorumluluklarının bilincinde olması ve kurumu temsil ettiklerini unutmamaları gerekmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, kurumsal iletişim süreçlerinde önemli dönüşümler açığa çıkarmıştır. Yeni medya, iletişim sürecini hızlandırmış; beklentileri artırmıştır. “Teknolojik gelişmenin sağlanması ve internet olanaklarının artmasıyla birlikte kullanıcıların daha önce okuma ve alışveriş yapmakla sınırlı olan web üzerindeki etkinliği en üst düzeye çıkmakta; teknik bilgiye gerek duymaksızın içerik oluşturmaları ve bunları paylaşımları mümkün olmaktadır” (Bat ve Akıncı Vural, 2014:105). Dönüşen bireyin beklentileri de değişmiştir. Bu durum kurumların iletişim yolu olarak yeni iletişim teknolojilerine başvurmaları gerekliliğini doğurmuştur. Kurumlar bu dönüşümden hareketle yeni iletişim teknolojilerini bir araç olarak kullanmaya başlamıştır. Bu çerçevede, bu bölümde yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, insan yaşamına dâhil oluşu ve kurumların halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanımları üzerinde durulmaktadır.

1.1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ: ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

Dünya, 20. yüzyılın yarısından itibaren teknolojik anlamda çok ciddi gelişmelere sahne olmuş; teknolojik gelişmeler ışığında iletişim dünyası da bundan fazlasıyla nasibini almıştır. Askeri bir projeden ortaya çıkmasına rağmen dünyanın en özgürlükçü dağıtım ağlarından birisi olan internet, insanlığa önemli açılımlar sunmuş ve dönüşüm içine girerek insanlığı toplumsal ve bireysel anlamda derinden etkilemiştir. İnternet, küresel ve yerel olan arasındaki sınırları belirsizleştirerek iletişim ve etkileşimde yeni kanallar açarak ve giderek daha fazla günlük işin çevrimiçinde halledilmesini sağlayarak, günlük yaşamın sınırlarını dönüştürmektedir (Yeşiltuna ve Tükel, 2015:211).

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, öncelikle web teknolojilerinin gelişimi ve felsefesindeki değişime dayanmaktadır. İnternetin bugünkü halini alması için yarım yüzyıllık bir süre geçmiştir. Bu süreçte öncelikle internetin temel kavramları oluşmuş, donanımsal ve yazılımsal unsurları uygulamaya geçirilmiştir. Başlangıçta statik ve durağan sayfalardan oluşan İnternet, kullanıcıya tek yönlü olarak enformasyon sunmaktaydı. Statik sayfalar klasik medyanın bir uzantısı haline gelmişti. Web 2.0 teknolojisinin getirdiği etkileşimli sayfalar ile kullanıcının da müdahalesi söz konusu olmuştur. Görsellik ve etkileşimli sayfaların cezbediciliği sayesinde

kullanıcılar, bu sayfalara yönelmeye başlamıştır. Kullanıcıların Web 2.0 teknolojisine olan ilgisi, statik sayfa yapısı kullanan tüm site sahiplerini, bu teknolojiye geçmeye zorlamıştır. Web 2.0, ikinci nesil internet tabanlı web servislerinden toplumsal ağ sitelerini (sosyal networkler), web tabanlı ansiklopedileri, forumları, podcastleri ve diğer çevrimiçi birliktelik ve paylaşım olanağı sağlayan ortamları ifade etmektedir (Güçdemir, 2012:30). Kullanıcılar internetle bağlarını daha da genişleterek; web siteleri, forumlar, bloglar, mikrobloglar kurmuş olup; bu platformlarda enformasyon, düşünce, fikir paylaşımları gerçekleştirmeye başlamıştır.

Bir kurum ya da kuruluşun faaliyet gösterdiği alana bağlı olarak gerekli olabilecek bilgileri, sık kullanılan başlıklarda oluşturulan web sayfalarının toplu halde düzenlendiği web sayfası grupları web sitesi olarak adlandırılır (Peltekoğlu, 2009:311). Kurumsal web sayfaları, gerektiği ölçüde yararlanılabildiği takdirde etkin bir halkla ilişkiler aracıdır. Kurumların geribildirim sağlamak ve halkla ilişkiler çalışmalarını geliştirmek amacıyla kullandıkları web sayfaları, bilginin hedef kitlelere anında ulaşmasını sağlamaktadır (Tarhan, 2014:65).

Web siteleri, birey ve kurumları tehdit eden, ziyaretçilerine 7 gün 24 saat online bilgi aktarmak için oluşturulan bir ortamdır. Kurumun resmi yayın organı olarak basın mensupları ve tüketiciler için ana bilgi kaynağıdır (Haris ve Wholen, 2009:200). Bir web sitesinin gerçekten etkin olabilmesi için amaçların, hedef kitlenin belirlenmesi ve maliyet etkinliğinin hesaplanması, bu amaçla da araştırma, planlama ve değerlendirme verilerinden yararlanılması gerekir. Kurumsal web siteleri, bilgiler sıklıkla güncellense bile daha çok halkla ilişkilerin mesaj yayma ve kitleleri bilgilendirme işlevlerine hitap etmektedir. Sosyal medya araçları ile karşılaştırıldığında onlar kadar etkileşimli ortamlar değildirler. Ancak kurumlar, web sitelerinde Twitter, Facebook, Podcast gibi sosyal medyaların bağlantılarını ekleyerek sayfaları etkileşimli hale getirmeye çalışmaktadırlar (Abacıoğlu, 2014:243).

1.1.1. Kavramsal Olarak Yeni İletişim Teknolojileri

Yeni iletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve etkinliklerini paylaşacakları olanaklar sağlayan, paylaşım ve tartışmanın temelini oluşturduğu bir ortam yaratmaktadır. İnternet üzerinden yaratılan bu siber ortam, sosyal medya olarak da adlandırılmakta ve kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir

araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi artırması bakımından önem taşımaktadır. Bilginin hem hızlı bir şekilde yayılmasını sağlaması hem de bilgiye müdahale etmeye olanak sağlayan bir mecra olması bakımından internet, önemi yanında kullanımı her geçen gün artmaya devam eden bir mecra özelliği taşımaktadır (Yeşiltuna ve Tükel, 2015:212).

Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla mesaj bombardımanının en üst düzeyde yaşandığı günümüzde, gerek kurumlar gerekse bireyler birtakım çalışmalara farkında olarak ya da olmayarak duyarsızlaşmaktadır. Bu duyarsızlık beraberinde farklı davranışları geliştirmekte, insanları yeni arayışlara, yeni iletişim ortamlarına yönlendirmektedir. Günümüzde yeni iletişim ortamları, özellikle internet, modern iletişim sisteminin en büyük destekçisi olmaktadır. 1970’lerde başlayan ve 1990’lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000’li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır (Vural ve Bat, 2010:3349).

İnterneti geleneksel iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik, iletişim sürecinde etkileşimin güçlü bir biçimde ortaya çıkmasıdır. Geleneksel iletişim ortamında iletişimde bulunan bireylerin alıcı konumunda bulunması ve iletişim sürecine müdahalesinin sınırlı olmasına karşılık, internet üzerinden etkileşimde kullanıcının iletişim sürecindeki egemenliği daha belirgin olmaktadır (Timisi, 2003:132).

İnternet, artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını kısa sürede göstermiş, bu andan itibaren internet öncesi döneme ait kitle iletişim araçları geleneksel medya olarak tanımlanmaya başlamıştır. Geleneksel medya tanımında etkili olan faktör kitle iletişim araçlarının sahip olduğu etkileşim düzeyinin farkından kaynaklanmaktadır. İzleyici kitlesini edilgen kılan geleneksel kitle iletişim araçları, izleyici kitlesine etkin bir rol biçen yeni medya ile karşı karşıya kalmıştır. Yeni medyanın izleyici kitleye sağladığı yeni olanaklar geleneksel medya üretim süreçlerini doğal olarak etkilemiştir. Yeni medya ortamının multimedya özellikleri, linklerle gezinebilme özgürlüğü, içerik üretimine ve geliştirilmesine katkıda bulunma fırsatı bu yeni üretim biçiminin çalışma prensiplerini belirlemektedir. Teknolojik alt yapının gelişmesiyle her geçen gün

hızlanan ve veri taşıma kapasitesi artan veri kanalları, bireyi mekândan bağımsız kılarak özgürleştiren mobil cihazlar yeni üretim biçiminin alt yapısını oluşturmaktadır. Bugünün internet temelli yeni medya ortamında her kullanıcı istediği anda bir yayıncıya dönüşebilmektedir (Yeşiltuna ve Tükel, 2015:215-216).

Teknolojinin gelişmesi ve internet uygulamalarında meydana getirdiği değişiklikler, insan hayatındaki yerini ve önemini de sürekli yenilemiştir. Bireyler ve işletmeler e-posta aracılığı ile mesaj alışverişi yapmakta, sohbet odaları kullanmakta, haber gruplarına üye olmakta, video konferans olanaklarıyla uzak mesafelerdeki kişiler bir araya gelerek etkileşimli iletişim gerçekleştirebilmektedir (Öztürk ve Ayman, 2007:57). Yazılım ve donanımda meydana gelen her yenilik, internetin yaygınlık kazanmasını sağlamıştır. İnternetin kullanılabildiği cihazlar, o cihazlarda kullanılabilen yazılımların çeşitliliği ve sağladığı imkânların gelişmesi, internetin bağlantı hızı sosyal alanda kullanım biçimini doğrudan etkilemiştir.

Günümüzde birçok teknolojik cihaz ile aracılanan sosyal medya; kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrimiçi haber, fotoğraf, video, metin, içerik paylaşmasını sağlayan web sitelerine verilen ortak ad olarak ifade edilmektedir. Gönenli ve Meriç'e (2012:219) göre 1990'lı yılların sonlarına doğru ilgi odaklı forumların ortaya çıkmasıyla, bireyler kendi fikirlerini aktif olarak dile getirmeye ve forumların diğer kullanıcılarıyla paylaşmaya başlamışlardır. 1997 yılında kullanıcıyla buluşan sixdegrees.com sitesinin sosyal ağların ilk örneği olduğu belirtilmekte, ryze.com, Flickr, Picasa, LinkedIn, Myspace, Facebook, YouTube ve Twitter gibi sosyal medya platformları bu yeni medya türünün tarihinde belli duraklar olarak ele alınmaktadır (Güçdemir, 2012:30-35).

Sosyal medya, yeni iletişim teknolojilerinin bireysel ve toplumsal etkileşim/iletişim yönünü ortaya koymak amacıyla kullanılan bir terimdir. Sosyal medya tek başına bireylerin davranışlarını ya da yeni teknolojileri ifade etmemektedir. Bireylerin çevrimiçi dünyada sosyal ilişkiler kurmasına ve geliştirmesine katkıda bulunan teknolojiler, sosyal medya kapsamına girmektedir (Karabulut, 2009:96). Sosyal medyayı, Andreas Kaplan ve Michael Haenlein (2010:59-68), "kullanıcı tarafından üretilen içeriğin oluşturulmasına ve dolaşımına izin veren, web 2.0

mimarisinin tasarım ve teknoloji temelleri üzerine kurulu internet tabanlı uygulamalar grubu” olarak tanımlamaktadır.

Sosyal ağ siteleri, bireylere sınırlandırılan bir sistem içerisinde kamusal ya da yarı kamusal profil oluşturmalarına, bağlantı paylaşılan diğer kullanıcıların listesini görmelerine ve sistem içerisinde diğer bireyler tarafından gerçekleştirilen bağlantıların listelerine bakıp buralara geçiş yapabilmesine olanak sağlayan web temelli hizmetlerdir (Bond ve Ellison, 2007:210-230). Kristina Lerman’a (2007:21) göre, sosyal medya sitelerinin dört ortak özelliği vardır: (a) Kullanıcılar çeşitli medya türlerinde içerik oluşturabilir veya içeriklere katkıda bulunabilirler, (b) içerikleri etiketleyebilirler, (c) içeriği ya aktif oylama ya da pasif kullanımla değerlendirebilirler, (d) diğer kullanıcılar ile kişi ve arkadaşlar gibi ortak ilgi alanları tanımlayarak sosyal medya ağları oluşturabilirler. Erdem R. Erkul’a (2009:98) göre, bir uygulamanın ya da web sitesinin sosyal medya tanımına uygun olması için yayıncıdan bağımsız kullanıcıları olması, kullanıcı kaynaklı içeriğinin olması, kullanıcılar arasında etkileşim bulunması, zaman ve mekân sınırlaması olmaması gerekmektedir.

Son yıllarda teknoloji hızla geliştiğinden, her gün yeni bir iletişim aracı insan yaşamına dahil olmaktadır. Bu bağlamda, yeni iletişim teknolojileriyle halkla ilişkiler uygulamalarında internet, sosyal medya ve sosyal ağlar önem kazanmaktadır. İletişim araçlarının en yeni hali, günümüzde etkisini fazlasıyla hissettiren sosyal medyadır. Sosyal medyanın doğuşunun en önemli etkeni ise web 2.0 altyapısının kullanıcılara sunulmasıdır. Web kullanıcılarının hizmetine sunulan bu ortam ile bilgi paylaşımı, tek yönlülükten çıkmış, çift taraflı ve eş zamanlı özellik kazanmıştır (mechgag, 2014). Sosyal medya; topluluk oluşturmak, paylaşım ve kişilerin kaynaşmasını sağlamak, işbirliği gerektiren ortak paylaşımlarda bulunmak gibi fırsatlar açığa çıkarmaktadır. Sosyal medya, çevrimiçi iletişime dayandığı için, kişilerin birbirleriyle, kurumların kişilerle doğrudan iletişim kurabildiği ve geri dönüş alabildiği bir platformdur. Sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünü temsil etmektedir (Boyd, 2008:92). Sosyal medya, kullanıcının içeriği görüntülemesine ve içeriğe katkı sağlamasına imkân tanımakta; kullanıcıların birbirleriyle diyalog kurmalarını, ses ve video dosyalarını paylaşmalarını sağlamakta, karşılıklı tartışma ve sohbet ortamı oluşturmaktadır. Bilgi teknolojileri, sosyal ağların gerçek yaşamdakinden farklı biçimde yeniden kurulmasını sağlamıştır.

Bir kurumda çalışan ve kurulan yerel ağ içinde mesajlaşan çalışanların kurduğu e-posta grupları ilk çevrimiçi sosyal ağ örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet üzerindeki bloglar, wikiler ve sosyal ağ siteleri gibi sosyal işbirliğini sağlayan teknolojilerinin gelişmesi insanların iletişim kurdukları, bilgileri paylaştıkları ve birbirleriyle sürekli haberleştikleri çevrimiçi sanal toplulukların yüksek düzeyde artmasına neden olmuştur (Kuyucu, 2013:115).

Sosyal medya, teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnsanlar hikâyelerini ve tecrübelerini bu bağlamda paylaşmaktadır. Kuruluşlarda karar verici durumunda bulunan kişiler, sosyal medya uygulamalarından kuruluşlarının nasıl en etkin bir şekilde faydalanacağını yollarını aramaktadırlar. Günümüzde sosyal medya kullanımı, her kesimden kitlelerin sosyal taleplerine yer vermekte, sosyalleşmeyi artırmaktadır. Tüm sosyal medya araçları, kullanıcıya düşük maliyette, güncel ve doğru bilgiyi aktarma olanağı sağlamaktadır. Sosyal medyadaki yeni uygulamalar sayesinde kişiler kurumlarla anında iletişim kurabilmekte, sorunlarını, görüş ve önerilerini iletebilmektedir.

Bruns ve Bahnisch'e göre sosyal medya, internet teknolojisi üzerine kurulu olan, sosyal etkileşime ve paylaşım imkanı veren web siteleri olarak ifade edilebilmekte; kullanıcıların diğer kullanıcıları kolaylıkla etkilemesini mümkün kılan iletişim teknolojileri olarak sunulmaktadır (Akar, 2010:17-18). Hayatın her noktasında çevrimiçi kalabilmek ve sanal topluluklar içerisinde yer alabilmek sosyal medya ile birlikte mümkün kılınmıştır (Köseoğlu, 2006:152).

Blossom'a göre (aktaran Kırık, 2013:69) sosyal medyanın nitelikleri;

- Erişilebilir, ölçeklenebilir ve kullanışlı bir teknolojidir.
- Bireysel ve kitlesel iletişim kurmayı sağlar.
- Derin bir etkileme gücüne sahiptir.
- Sürekli.
- Tekrarlanabilir.
- Araştırılabilir.
- Ölçeklenebilir.
- İnternetin olduğu her noktadan ulaşılabilir.

1.1.2. Yeni İletişim Teknolojilerinin Tarihi

İletişimde teknolojik gelişmeler matbaanın icadıyla başlamış; telgraf, telefon, faks, radyo, televizyon, iletişim uyduları ile devam etmiş; bilgisayar ağları ve internetle de günümüze kadar gelmiştir. Teknolojik gelişmelere her geçen gün yenisi eklenmekte ve bu hız artarak devam etmektedir. Teknoloji geliştikçe iletişim teknolojileri de gelişmiş ve “yeni” kavramını ortaya çıkarmış; böylece yeni iletişim teknolojileri terimi sıkça kullandığımız terimler arasında yer almaya başlamıştır (Kamçılı, 2009:52).

Yeni iletişim teknolojileri, 1970’lerden başlayarak iletişim araçlarıyla bilgisayarların birlikte düşünülüp, geliştirilmesi neticesinde eskiye oranla daha kullanışlı teknolojik araçlar olarak ortaya çıkmışlardır. Bu şekilde geliştirilen iletişim teknolojilerinden ilk akla gelenler; kablolu televizyon, dijital televizyon, bilgisayarlarla gerçekleştirilen bilgi transferi, ses ve görüntü CD’leri, elektronik mektup, iletişim uyduları, internet sistemleri, iletişim ağları ve multimedya sistemleridir (Tutar ve Altınöz, 2002:131’den aktaran Akar, 2004:39).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ve internetin yaygın kullanımı ile kitlesel iletişim tüm dünyayı etkisi altına almaya başlarken, özellikle Microsoft’un kişisel bilgisayarları sivil yaşama sunması, daha fazla kişinin bu mecraya bağlanmasını sağlamıştır. Ray Tomlinson, 1971 yılında internetin insan yaşamına girdiği ilk zamanlarda ARPANET üzerinden dünyadaki ilk e-postayı göndermiştir. Yazılım üzerine çalışan ve aşama kaydeden Tomlinson, Ekim 1971’de aralarında bir metre mesafe bulunan iki bilgisayar arasında ilk mesajı göndermeyi başarmıştır (teknolojimiz, 2014). İnternet, dünyada ve buna bağlı olarak Türkiye’de yaygın olarak kullanılmaya başlandığı 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren hızlı gelişim seyri göstermiştir. İnternetin kullanılabildiği cihazlar, o cihazlarda kullanılabilen yazılımların çeşitliliği ve internetin bağlantı hızı ile bant genişliği açısından geçirdiği köklü değişimler, sosyal alanda kullanım biçimini doğrudan etkilemiştir. İnternet ve internete erişimi sağlayan cihazlar, başlangıçta oldukça kısıtlı bir kesimce kullanılmıştır. Maliyetlerin yüksek olması, yayılımının önünde en büyük engel olmuştur. Başlangıçta kısıtlı bir çevreye hitap edebilen internet; kısa sürede günümüzdeki forumların ilkelleri olarak nitelendirilebilecek BBS’ler (*Bulletin Board System*) aracılığıyla iletişim kurmaya başlamışlardır. Kullanıcı profiline belirginliği

ve sayısının azlığı, BBS kullanıcılarının güçlü sanal kimliklerden ziyade, samimi bir yarı sanal topluluk oluşturmalarını sağlamıştır. Medyaya erişim güçlüğü ve kullanımının pahalılığı, bu ortamda kurulan iletişimin frekansının arttıkça gerçek dünyaya taşınmasını zorunlu kılmıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:7-8).

1988 yılında Finlandia Oulu Üniversitesi'nin bilgi işlem departmanında çalışan Jarkko WiZ Oikairen isimli çalışan ilk IRC Client ve Server'ı yazarak, IRC (*Internet Relay Chat*) teknolojisini ortaya çıkarmıştır. 90'lı yılların başlarında IRC sunucularına bağlanarak, sohbet etmeyi oldukça basit hale getiren, ülkemizde de oldukça yaygın kullanıcı kitlesine ulaşmış olan mIRC programı ortaya çıkmıştır. mIRC dönemi, insanların internete olan güvenlerinin tam anlamı ile oturmadığı ve insanların bu tür programlarda gerçek bilgilerini paylaşmaktan çekindiği dönemlerdir. Bu, tamamen sanal bir dönem olarak sosyal medya tarihine geçmiştir. Gerçek kişisel bilgilerin paylaşılmıyor olması, o dönem sosyal medyasını, tanınmayan kişiler ile yüzeysel sohbetler etmekten ileriye götürememiştir. 1995 yılında İsrailli programcılar tarafından yazılan ICQ ve 1999 yılında Microsoft tarafından yapılan Messenger programları, internet iletişiminin sanaldan gerçeğe geçiş sürecini başlatan adımlar olarak, sosyal medyanın önemli birer kilometre taşı olmuşlardır. ICQ ve Messenger programları temel olarak hızlı ve basit bir şekilde arkadaşlar ile iletişim kurmayı sağlamak amacı ile yaratılmışlardır (sosyaling, 2014).

BBS'ler ve 14.4-28.8 kbps hızında internetle başlayan ilk sanal temaslar, mecranın geçirdiği ilk büyük değişimle beraber şekil değiştirmeye başlamıştır. Daha öncekinin 2-4 katı hız sağlayan 56K modemler hem piyasada yaygınlaşmış, hem de bilgisayar fiyatlarıyla doğru orantılı olarak ucuzlamıştır. Öte yandan 90'lı yıllarda sanal âlem, bağlantı hızları ve mecranın erişilebilirliği dışında da önemli değişimler yaşanmıştır. Çok kısıtlı ve oldukça net kimliklere sahip bir kullanıcı grubuna hitap eden BBS yerini IRC (*Internet Relay Chat*) teknolojisine bırakmıştır. Günümüzde de kısıtlı olarak kullanılan IRC, belli sunucular üzerindeki Chat odaları üzerinde kullanıcıların eş zamanlı olarak bireysel ve genel iletişim kurabildiği bir teknoloji olup internet iletişimine “anındalık” ögesini katması bakımından önem taşımaktadır. Bu teknoloji dosya paylaşımına da imkân sağlamakta, başlangıçta yalnızca resim ve müzik dosyaları gibi küçük dosyalarla kısıtlı da olsa internetin bu amaçla kullanımını gerçek anlamda başlatmıştır. Bu yıllarda ortaya çıkan bir diğer önemli yenilik de

kullanıcı web sayfaları olmuştur. Yahoo, Geocities, Angelfire, Tripod, Lycos gibi firmalar, kullanıcıya belli bir alan vermiş ve kendi web sitelerini herhangi bir kod bilgisine sahip olmaksızın inşa edebilmeleri için gerekli teknolojiyi sağlamıştır. Bu dönemde arama motorları oldukça sınırlı olup; insanların beğendikleri siteleri başkalarına tavsiye edebileceği alanların pek çoğu henüz icat edilmemiştir. Beğeni kazanan bir sitenin popülerleşmesi büyük oranda sanal kadar gerçek dünyadaki konuşulurluğuna da bağlı olmuştur. 1990'ların sonunda popülerliği yakalayan Ekşi Sözlük ya da Zuxxi.com gibi siteler de bunu yarı sanal hayata dokunabilmelerine borçludur (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:8-10).

90'lı yılların sonlarında başlayan sözlük ve blog akımı, sosyal medyaya fark ve çeşitlilik getirerek, bu alanın gelişimine katkıda bulunmuştur. Zamanla ilginin artması ve çok çeşitli görüşlere sahip kişilerin bu alanı etkin şekilde kullanmaya başlaması ile birlikte önemli bir içeriğe sahip olan sözlükler, artık herhangi bir konu hakkında araştırma yaparken ilk başvurulacak kaynaklar arasında yer almaktadır. Bloglar ise, ilk olarak kişisel web sitesi sahibi olmayı oldukça basitleştirerek dikkatleri üzerine çekmiştir. Bazı blog yazarlarının oldukça fazla ilgi görüp, sosyal medyada hatırı sayılır bir şöhrete sahip olmaları ise, internet kullanıcılarını blog sahibi olmak konusunda teşvik etmiştir. İlk ortaya çıktığından bu yana popüleritesini kaybetmeyen blog akımı halen giderek artan ilgi görmektedir (sosyaling, 2014).

İnsanların web üzerindeki varlığını etkileyen diğer bir gelişme ise HTML editörleridir. Microsoft Frontpage ve Macromedia Dreamweaver gibi son kullanıcıya hitap eden bu editörler, çok kısıtlı HTML bilgisiyle profesyonel görünümlü web siteleri hazırlanmasına imkân vermişlerdir. Kullanıcının kendi kendine web sitesi tasarlayarak kendi medyasını üretme nosyonunu geliştirmesinde büyük pay sahibi olan HTML teknolojisinin gelişmesi, yeni web sitesi türlerinin de ortaya çıkışına öncülük etmiştir. Forumlar, geniş bant internetin çıktığı yıllarda bunun en önemli uzantısı olmuştur. Özellikle MP3 ve video paylaşım forumları Türkiye'nin de dâhil olduğu pek çok ülkede popüler hale gelmiştir. 1998 yılında kurulan Google, daha önceki tüm arama motorlarının yaptığı işi daha etkin halde yaparak piyasayı tamamen ele geçirmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:13-15).

2000'lere gelindiğinde, internetin kullanım biçimini kökten değiştirecek bir teknoloji olarak ADSL ile tanışılmıştır. ADSL (*Bakımsız Sayısal Abone Hattı*), telefon hattı üzerinden ama telefonun kullanımını engellemeden geniş bant üzerinden internet erişimi verebilmesi bakımından önemli bir teknolojidir. Daha önce kullanılan dial-up bağlantıların en az iki katı hız sağlayabilen bu teknolojinin daha önemli avantajı, kullanımı saniye bazlı ücretlendirilmenin aksine, aylık sabit ücretle fiyatlandırılıyor olması ve önceden tahmin edilemeyen yüksek telefon faturalarına son verilmesidir. Bu teknolojiyle birlikte, ilk defa Türkiye’de insanların 24 saat sürekli interneti olmuştur. Napster, Kazaa, eMule, DC++, WinMX gibi dosya paylaşım yazılımlarının da ortaya çıkışıyla birlikte, bilgisayarlar gün boyu dosya indirilen araçlar haline gelmiştir. İletişimin bireyselleşmesi, “sanal topluluk” anlayışına son vererek “sanal kimlik” kavramını ön plana çıkarmıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:10-12).

2004 yılı, sosyal medya ve bunun paralelinde bireysel dünyalar tam bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Bu yıl içerisinde resim paylaşma ağı olan Flickr faaliyete geçmiş ve oldukça yüksek popülerlik yakalamıştır. Sosyal paylaşımın sadece sohbet üzerine olmadığı, insanların resim, fotoğraf gibi materyalleri de paylaşabileceği biçiminde dönüşüm yaşanmıştır. Aynı yıl Facebook, Mark Zuckerberg tarafından yayına girmiştir. İlk başlarda tek bir üniversite için kullanımda olan site, kısa süre içerisinde tüm dünyada yaygınlık kazanmıştır. 2005 yılında kurulan YouTube sosyal paylaşım mecrasının video ayağını oluşturarak, bu alana çok büyük katkı sağlamıştır. Zaman zaman ilginç fenomenlerin ve ünlülerin ortaya çıkmasına öncülük eden YouTube insanların paylaşımlarını artırmıştır. Son olarak 140 karakter sınırlamalı kullanılan Twitter kendine özel bir kültür yaratmıştır. Her konuda eleştirilerin yapıldığı, hayatlardan kesitlerin paylaşıldığı mecra vazgeçilmezler arasında yerini almıştır (Ciritoğlu, 2013).

Facebook, Türkiye’nin en popüler sosyal medya mecrasıdır. Yapısı ve Türkçe kullanılabilirliği sayesinde Türkiye’de kullanımı oldukça yaygındır. Facebook, Twitter’a göre çok daha görseldir. Türkiye, okuma alışkanlığının çok fazla olmadığı, televizyon izleme alışkanlığının ise dünya ortalamalarının epeyce üstünde olduğu bir ülkedir. Türkiye, internette de kullanıcılarının ortalama vakit geçirme süresine göre de Avrupa sıralamasında üçüncü sıradadır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:32). Türkiye,

Facebook ve Twitter kullanıcı sayısı bakımından dünyada sayılı ülkeler arasında yer almaktadır. Ülkemizdeki Facebook kullanıcı sayısı Temmuz 2011’de 29.663.140 (facebook, 2015), Twitter kullanıcı sayısı ise 9.6 milyondur (usasabah, 2015). Bu sayılar, her geçen gün artmaktadır.

Twitter’ın ara yüzü başlangıçta Türkçeleştirilemediğinden yalnızca yabancı dil bilen kitleye hitap etmiştir. Akıllı telefon satışları artsa da birden bire yaygınlaşmamıştır. Özellikle 2010 yılının sonlarından itibaren diğer telefonlara göre daha ucuza temin edilebilen Android telefonlar yaygınlaşana kadar, akıllı telefonlardan Twitter kullanımı nispeten düşük düzeyde kalmıştır. 3G kullanımı yaygınlaşana değin Twitter ağırlıklı olarak kapalı mekânlarda kullanılmaktaydı ve pek de cazibesi bulunmamaktaydı. Bu şartlar sağlanana kadar Twitter Türkiye’de, yabancı dil bilen, çoğu üniversite eğitilmiş ve belli bir alım gücüne sahip insanların kullandığı bir araç olmuştur. Şartlar geliştikçe Türkiye’deki Twitter kullanıcı sayısında patlama yaşanmıştır.

1.2. HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI

Halkla ilişkiler, kurumların olumlu bir imaja sahip olmak için gerekli tanıtım politikasını saptamak, kurumu bu doğrultuda yönlendirmek, insan grupları ve kurum arasında bilgi akışını sağlamak ve bu bilgi akımının gerekli etkinliği kazanarak amaçlanan sonuca ulaşması için yapılan plânlı faaliyetlerdir (Leonistanbul, 2015). Halkla ilişkiler sürecinde etkili bir iletişim kurulabilmesi için, işletmenin hedef kitlelerini iyi tanıması ve onlara ulaşmada kullanılacak araçların buna göre belirlenmesi gerekmektedir. Hedef kitleyi tanımak için, eğitim seviyesi, demografik özellikleri, kurumla ilgili istekleri, şikâyetleri gibi bilgilere hâkim olunmalıdır. Tanıtmada ise, kurumun yapısı ve işleyişi ile ilgili enformasyon hedef kitlede kuşkuya yer bırakmadan aktarılmalıdır.

Halkla ilişkilerin temelinde, ilgili çevrenin görüşü, inanışları ve tutumlarına karşı kurumların uygun tutumlar geliştirip uygulamalar sağlayarak, kurum ile halk arasında uyum ve bütünleşmenin sağlanması anlayışı yatmaktadır. Kurumlar, etkin ve verimli çalışmalar yapabilmek maksadıyla, halkın istek ve ihtiyaçlarına yönelik politika geliştirmelidirler. Taraflar arasındaki temas ve ilişkiler çok önemlidir. Kamu kurum ve

kuruluşları açısından, etkin ve verimli halkla ilişkilerin önemi oldukça fazladır. Belediyeler, halka en yakın kurumlar olduğundan, halkın istek ve beklentilerini karşılamak yönünde çaba göstermektedirler. Belediyelerin başarısı, halkın güven ve desteğine bağlıdır. Belediyenin hizmet sınırları içindeki halk ile arasındaki iletişimi geliştirmek, güven tesis etmek maksadıyla halkla ilişkiler uzmanlarına önemli görevler düşmektedir (Özüpek, 2013:30-32).

Sunulan hizmetlere yönelik olarak, halkta oluşan memnuniyet veya memnuniyetsizlik, ancak halkla ilişkiler çalışmalarıyla ölçülebilmektedir. Halkın ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan belediyelerin başarısı, halkın yardımını ve katkısını sağlayabildiği oranda artacaktır. Halkın her türlü istek ve ihtiyaçlarının karşılanması, şikâyetlerinin giderilmesi maksadıyla yapılan çalışmalar, günümüzde gelişen iletişim teknolojileri vasıtasıyla yürütülmektedir. Hemen her kurum, çeşitli bağlantılarla desteklediği bir web adresi edinerek, kurumu tanıtmada, işlemlerin icrasında kısacası vatandaşa verilecek her türlü hizmete internet üzerinden erişim sağlamaktadır. Vatandaş, bir kurum hakkında bilgi edinmek istediğinde, web adresi ve özellikle Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçları sayesinde istediği bilgiye, hatta beklentisi dışında fazlasıyla enformasyona erişebilmektedir. Kamu kurumları, almış olduğu kararlarla, mevzuata uygun olarak, planladığı, gerçekleştirdiği, devam eden projeleri, sosyal, kültürel, politik uygulamalarını internet ve sosyal medya aracılığıyla halka ulaştırmaktadır.

Yurttaşların kendi hayatlarını etkileyen kararlara katılımı günümüz toplumlarının olmazsa olmazıdır. “Modern ulus-devletin büyüklüğü ve karmaşıklığı göz önüne alındığında doğrudan yurttaş katılımı gerçekçi ve uygun bir beklenti değildir... Kamu yönetiminde katılımcı politika yapma ve katılımı gerçekleştirme süreçlerine önem verildiği ve katılım kavramının yükselen bir değer olduğu ve kamu otoritelerinin işbirlikçi yönetim pratiklerine ve halk katılımına daha açık ve daha geçirgen hale geldikleri görülmektedir” (Şen, 2014:139). Sosyal medya araçları açık devlet anlayışının gerçekleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Kamu sektöründe açıklık, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım açısından sosyal medya önemli bir platform olarak gelişim göstermektedir. Yerel demokrasinin temsili açısından belediyelerin sosyal medya platformlarının aktifliği, iletişim akışının sağlıklı yürütülmesi ve ilişkilerin gelişimi açısından önem taşımaktadır. Sosyal medya,

geleneksel iletişim yöntemlerinin yanında kamu yönetiminde önemli bir aşama olarak addedilebilmektedir.

1.2.1. Geleneksel Halkla İlişkilerden Yeni İletişim Teknolojileriyle Halkla İlişkilere Geçiş

Halkla ilişkiler, gerek özel sektörde gerekse kamu sektöründe hedef kitleleri etkilemek için hazırlanmış planlı bir iletişim çabası ve yönetim fonksiyonudur. Hedef kitle; halk, çalışanlar, hükümet, işçi grupları veya tüketicilerdir. Halkla ilişkilerin temelinde iletişim vardır. Kurumun, hedef kitleyle olan iletişimi, hedef kitleye ulaşmasında önemli rol oynamaktadır. Geleneksel halkla ilişkilerde, kurumlar faaliyetlerini televizyon, gazete, dergi gibi mecralar aracılığıyla duyurmaktadırlar. Reklam imkânı olmayan kimi kurumlarsa faaliyetlerini duyuramamakta, halkla bağlantı kuramamaktadır. Bu yüzden, yeni iletişim teknolojileri sayesinde internet ve sosyal medya, kurumların halkla ilişkiler faaliyetlerini daha kolay ve etkili şekilde yapmalarına imkân sağlamaktadır. İnternet sayesinde, kısa sürede çok daha geniş bir kitleye ulaşılabilen, hedef kitlenin görüş ve önerileri kısa sürede öğrenilebilmekte, kurumda yaşanan yenilik ve gelişmeler hedef kitleye anında ulaştırılabilmekte, hedef kitle daha düşük masrafla ve zamanında bilgilendirilebilmektedir.

Halkla ilişkiler, kurumun amaçları üzerine yapılanan, önem sırası kimi zaman tüketici kimi zaman dağıtımçı ve çalışanlar gibi kurumun ve kampanyanın hedeflerine göre değişkenlik gösteren hedef kitlelerle gerçekleştirilen stratejik iletişim yönetimidir (Peltekoğlu, 2007:17).

İngiltere Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR), halkla ilişkileri “Bir örgütle, kamu kuruluşu arasındaki iyi niyet ve karşılıklı anlayışa dayalı ilişkileri sürdürmeye yönelik, önceden planlanmış ve sürekli çabalar” olarak tanımlamaktadır. Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği’ne göre (IPRA-*International Public Relations Association*) halkla ilişkiler, bir işletmenin ya da kamu kuruluşunun bağlantı kurduğu, kurabileceği kişi ya da kurumların anlayış, sempati ve desteğini elde etmek ve bunu sürdürmek için yaptığı sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim görevidir (Pira ve Kocabaş, 2005:35).

Bir firmanın web sitesi, iyi bir halkla ilişkiler aracı olarak nitelendirilebilmektedir. Müşteriler ve çalışanlar bilgi almak ve firmayı tanımak için siteyi ziyaret etmektedirler (Karadeniz, 2010:104). Yeni iletişim teknolojileri

kapsamında yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinde, strateji ve taktikler geliştirilmeli, amaçlar tespit edilmeli, dört adım kuralı (bilgi toplama ve araştırma, planlama, uygulama, değerlendirme) göz önünde tutulmalıdır (Karadeniz, 2010:107). Halkla ilişkiler denilen görev özel ya da tüzel kişinin yani bir insanın, derneğin, özel ya da kamu kuruluşunun karşılıklı iş yaptığı gruplarla ilişki kurması, varsa ilişkilerini geliştirmesi için gösterilecek çabalardır. İster kişinin (özel ya da tüzel) kendisi, isterse onun adına çalışan başkaları tarafından yapılsın, bu iş çeşitli tekniklerin kullanılmasını, çeşitli yolların izlenmesini, çeşitli matematik çabalara girişilmesini gerektirmektedir (Asna, 2006:17).

Sürekli gelişen iletişim teknolojileri ve özellikle sanal ortamlar aracılığıyla bireyler sadece çevrelerinde olup bitenle değil tüm dünyadaki olaylara kendi seçtikleri zaman ve kaynak aracılığıyla ulaşma avantajı sağlamışlardır. Bu bağlamda bireyler istedikleri bilgileri istedikleri an edinme olanağı kazanmış ve bilginin bölgesel, siyasal, ekonomik, toplumsal sınırları ortadan kalkmıştır (Özgen, 2010:88). Teknolojik gelişmeler, yeni yasal düzenlemeler, işletmelerin, diğer ülke hükümetleri ve kültürleriyle muhatap olma zorunluluğunu hissettirmesi, üçüncü dünya ülkelerinde yatırımın cazibesi, kuruluşlar açısından da değişimi, yeni düzenlemeleri ve iletişimin gücünden yararlanmayı zorunlu kılarken, halkla ilişkilere de kuruluşun çevreye adaptasyonunu sağlamak gibi bir yönetim görevi yüklemektedir (Peltekoğlu, 2007:5).

21. yüzyıla girerken halkla ilişkilerin, işletme ve diğer karmaşık organizasyonları yönettiği ifade edilebilir. Halkla ilişkilerin bütünleşik iletişim sürecindeki değeri, halkla ilişkilerin “ilişki” kurucu rolünden ya da organizasyon ve halk arasındaki ilişkileri bütünleştirmesinden doğmaktadır. Halkla ilişkilerde hedef kitleler ile olan ilişkilerin bütünleşmesi, yönetim fonksiyonlarının bütünleşmesi, işletme ve organizasyon şekillerinin bütünleşmesi ve sonuç olarak toplum ile bütünleşmeyi içeren aşamalarla bütünleşik pazarlama iletişimi sürecine önemli katkılar sağlamaktadır (Bozkurt, 2006:184).

Toplumsal yaşamı etkileyen tüm değişimler halkla ilişkiler mesleğini icra edenlerin ilgi alanına girmektedir. Bu nedenle de, internet ortamına kayıtsız kalınmamaktadır. İnternetin kullanıcıya sunduklarını, günlük yaşantıda meydana gelen gelişmeleri izleme, içinde olma ve yararlanma şansı bulunabilmektedir

(Kadıbeşegil, 2004:146). Çağdaş halkla ilişkiler uygulamaları çift yönlü simetrik iletişim modelini ideal model olarak göstermektedir. Sosyal medya ortamları, örgütlerin hedef kitlelerindeki bireylerle birebir etkileşim içine girebildikleri, çift yönlü iletişim akışının mümkün olduğu, paylaşıma ve katılıma açık iletişim ortamlarıdır. Sosyal medya ortamları halkla ilişkiler taktikleri kapsamında kurumsal iletişim mesajlarını yayabildikleri ve kriz yönetimi, etkinlik yönetimi, kamuoyu oluşturma, paydaşlarla işbirliği gibi uygulama alanlarını destekleyebildikleri en yeni iletişim kanallarıdır. Sosyal medya kanallarının ölçülebilir, izlenebilir olması, hızlı bilgi paylaşımı ve yayımına olanak vermesi halkla ilişkilerde örgüt hedef kitleleriyle iletişimde aranan önemli bir iletişim kanalı özelliğidir (Onat, 2009:241).

Yeni iletişim teknolojileri, günümüzde hayatı her noktada kolaylaştıran, ancak iletişim planlamacılarını da bir dizi yeni uğraş içine dâhil eden bir gelişimi kullanıcıya sunmaktadır. Halkla ilişkiler mesleği mensupları bir köşede oturup, olan biteni seyrederler. Bu gelişimin içinde kendilerine ait bir sandalye olmalıdır. İletişim planlamasına aktif olarak internet ortamını dahil etmek yeterli olmamakta, buradan bir sinerji elde etmeleri onlardan beklenen doğal bir davranış olmaktadır (Kadıbeşegil, 2004:145). İnternet; web siteleri, elektronik posta, intranet, extranet, online veri tabanları, bloglar, tartışma grupları, network (iletişim ağı), chat gibi farklı alanlarda kendine yer açmaktadır. Bu alanların farklılığı kurumların hedef kitleleriyle kurmaya çalıştığı iletişimin içinde birer araç olarak kendine yer bulmakta ve daha da ileri giderek kimi iletişim stratejileri için de tek araç olarak kendini iyiden iyiye hissettirmektedir (Özgen, 2010:82). İnternetin insanlığa sunduğu bu fırsatlar sayesinde halkla ilişkilerin temel görevlerinden olan, fikir ve davranışları etkilemek, pazarlama iletişimini desteklemek ve medya duvarını aşmak artık internet gibi çağdaş teknolojileri kullanmadan yapmak anlamsız hale gelmiştir (Theaker, 2008:15).

İnternetin bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılmasının sağladığı çeşitli faydalar bulunmaktadır (Saran, 2005:65):

- Geniş bir hedef kitleye kısa sürede ulaşılabilmesi
- Hedef kitlenin ürün, hizmet ya da kurum ile ilgili memnuniyet ve memnuniyetsizliğinin kısa süre içerisinde öğrenilebilmesi

- Ürün ya da hizmetle ilgili kullanım bilgileri ya da yeni gelişmelere ilişkin enformasyonu hedef kitleye kolaylıkla ulaştırabilme
- Hedef kitlenin daha az maliyetle ve kısa sürede eğitiminin ve bilgilendirilmesinin sağlanması

1.2.2. Sosyal Medyanın Bileşenleri

İnternetin kullanım alanlarının yaygınlaşmasıyla sanal iletişim insan yaşamında önemli yer edinmiştir. Sosyal medya, geleneksel medyadan daha çekici hale gelmiş; geniş kitlelere hitap eder olmuştur. Geleneksel medyada erişim, zaman ve mekân ile sınırlıyken; sosyal medyada erişim, herkese, her yerde ve her an açık, içerik ise kullanıcılar tarafından üretilir ve paylaşılr özellik taşımaktadır. Sosyal medyanın popüler olması, milyonlarca kullanıcıyı bir arada barındırması, kullanıcıların ağ üzerindeki çevrelerini denetim altında tutması, bireylerin yaş engeliyle karşılaşmadan ağlara erişebilmesi gibi birçok özellik sosyal medyanın kullanılrlılığını artırmıştır. Bu kapsamda ilk akla gelen uygulamalar olarak bloglar, podcastler, mikrobloglar, wikiler, sosyal ağlar ve medya paylaşım siteleri sıralanabilir.

a) Bloglar

Blog veya weblog, teknik bilgi gerektirmeden, istedikleri şekilde yazan insanların oluşturabildikleri, günlüğe benzeyen web siteleridir. İlk kurulan blog, 1997 yılında John Barger tarafından oluşturulmuştur. Bloglar, sıklıkla, metne, resimlere, diğer bloglara, web sayfalarına ve genellikle blog yazarının ilgi alanına göre şekillenmektedir (Güçdemir, 2012:36). Blogların bir yazarı olabileceği gibi birden çok yazarı da olabilmektedir. Bloglarda yazılan yazılar ters kronolojik sıra ile görüntülenmektedir. Yani, bloglarda yazılan en son, en güncel yazı sitenin en üstünde yer almaktadır. Blog yazma; kişinin günlük olayları ve düşüncelerini günlüğüne yazmasının çevrimiçi karşılığıdır. Okuyucu sayısı fazla olan bloglarda yazılan ve yayınlanan yazılar blogu takip edenler tarafından yorumlanmakta, oylanmakta ve değerlendirilmektedir.

Bloglar, aslında mantık olarak bir zamanlar verilen bedava web sitesi hizmetlerinden farklı değildir. Teknolojinin gelişmesi bu sitelerin daha da popüler olmasını sağlamıştır. Her şeyden önce bloglar estetik olarak daha çok gelişmiştir ve bunları çeşitli tema dosyaları kullanarak profesyonel web sitelerine benzetmek

mümkündür. Resimler, video ve müzik dosyaları da blog yazılarının içine kolaylıkla yerleştirilebilmektedir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:15).

Bloglar, bireylerin fikir, bilgi, fotoğraf, video, yazı ya da farklı konulardaki düşüncelerini paylaşabildikleri ve genelde bireysel olan internet günlükleridir. Bloglar, bireylerin herhangi bir konu, olay ya da durum hakkında kendi görüşlerine yer verebildikleri kişisel web sayfalarıdır (Okay ve Okay, 2013:564). Sosyal paylaşımların önemli bir boyutunu oluşturan bloglar, kişilerin fikirlerini yazabildiği, yorumlara açık mecralardır. Türkçe’de web günlüğü olarak da isimlendirilen bloglar, iş dünyasının iletişimi ve itibarı üzerinde e-posta, anlık mesajlaşma ve geleneksel pazarlama amaçlı web sitelerinden daha fazla etki yaratacak olan elektronik iletişim dinamosu olarak tanımlanmaktadır. Blog yazarları, “Blogger” olarak isimlendirilmekte ve okuyucular/kullanıcılar günümüzde hemen hemen her medya organının web sitelerine girerek bu medya organlarının blog sayfalarına ulaşmakta ve birer katılımcı halini alabilmektedirler (Karlı, 2010:204-206).

b) Podcasting

Podcast, abonelik aracılığıyla ulaşılabilen ses ve görüntü dosyalarına verilen isimdir. Podcasting, çoğunlukla dizi halindeki dijital medya ürünlerinin (radyo programları, videolar vs.) internet üzerinden -genellikle feed (besleme) yoluyla- bilgisayar ve taşınabilir cihazlara (cep telefonu, tablet vb.) indirilebilecek şekilde yayınlanmasıdır (Okay ve Okay, 2013:565). Podcast, 2004 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Podcast sisteminin internetten bir programın ses ya da video kaydını indirmekten farkı, beslemelerin (feed) kullanılması ve böylece her yeni bölümü özel yazılımların izleyerek otomatik olarak yükleniyor olmasıdır. Podcast sistemi sayesinde, ses ve görüntü dosyaları, amatör ya da profesyonel radyo/televizyon programlarına abone olunarak herhangi bir zamanda, herhangi bir cihazla izlenebilmektedir.

Podcast müzik, söz ya da herhangi bir sesin kaydedilmesi ile oluşturulan bir ses dosyasıdır. Kaydedilirken bir bilgisayar, mp3 oynatıcısı ve herhangi bir dijital medya oynatıcısının tanıyacağı ve oynatabileceği bir ses formatında kaydedilmektedir (Kuyucu, 2013:214). Podcast temel olarak, istenildiğinde herhangi bir ses dosyasının RSS aracılığı ile paylaşılmasını sağlamaktadır. Yeni Oxford Amerikan Sözlüğü

“Podcast” ibaresi için “Radyo yayını ya da benzer bir programın internetten çekilebilir ve kişisel ses cihazlarından dinlenebilir hale gelmesini sağlayan sayısal (dijital) kayıt” tanımını yapmaktadır (akt. Kuyucu, 2013:214).

Podcast eğlence amaçlı kullanımı dışında eğitim ve iş amaçlı olarak da kullanılmaktadır. Örneğin, öğrencilerin çeşitli dersleri podcast olarak izlemesi ya da iş dünyasında çeşitli verilerin podcastler sayesinde takibi mümkündür. Podcastler, hem ses hem video yeteneğiyle mesaj hakkında daha fazla detay vermektedir. Podcastler, herhangi bir zamanda izleme veya dinleme, tekrar izleme veya dinleme, ücretli veya ücretsiz abonelik sistemi sayesinde yeni bölümlere kolay erişim, internete bağlanan herhangi bir cihaz üzerinden kolayca yayın yapabilme, çabuk değişen verilerin sık sık güncellenebilmesi imkânı sunmaktadır. Bir podcastin oluşturulması süreci şu adımları kapsamaktadır (İşlek, 2012:48-49):

- İçeriğin oluşturulması
- İçeriğin bir web sitesi veya blog aracılığıyla yayınlanması
- RSS Sendikasyonu gibi abone sistemleri ile dinleyicilerin içeriğe abone olması
- İçeriğin, içerik yönetim programı (iTunes gibi) tarafından indirilmesi
- İçeriğin indirilen bilgisayarda veya uyumlu olan taşınabilir medya oynatıcısında dinlenilmesi veya izlenmesi

Podcastlerin kullanıcılara RSS ile abonelik hizmeti sunuyor olması, öneminin ortaya çıkmasını ve bir sosyal medya aracı olarak anılmasını sağlamıştır. Podcastler kullanıcılara abone olma imkânı tanıyarak podcastlerin sürekliliğini ve kullanıcının podcast yayınlarına olan bağlılığını kontrol altına almıştır.

c) Mikrobloglar

Mikroblog, özelleşmiş bir blog türüdür. Mikrobloglar, özellikle profesyonel sosyal medya kullanıcıları tarafından bilgi paylaşmak amacı ile kullanılmaktadır. Mikroblogların, bloglar ile olan temel farklılığı, bloglarda kesintisiz olarak yazma imkânının, durum uygulamalarında 140 karakterle kısıtlanmış olmasıdır. Kullanıcılarının anlık olarak ne yaptığının paylaşılmasını amaçlayan mikrobloglara akıllı telefonlar ile erişmek oldukça kolaydır. Günümüzde sıklıkla kullanılan

mikroblogların en bilinen ve en çok kullanıcıya sahip olan örneği Twitter'dır (Okay ve Okay, 2013:566).

Mikrobloglar, sanal ortamda fikirleri hızlıca açıklamayı ve tartışma ortamı yaratmayı mümkün kılmakta ve hiç beklenmedik zamanlarda ve konularda topluluklar oluşmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda süreç odaklı öğrenmeyi baz alan işbirlikçi bir çevre yaratmakta, bununla birlikte farklı disiplinlerden gelen insanların gruplaşmasını kolaylaştırmaktadır. Mikrobloglar, konferans ve benzeri etkinliklerde destekleyici rol oynamakta ve kişinin kendi kişisel öğrenme ağını kurmasını sağlamaktadır. Ayrıca eğitim, öğretim sürecinde etkili olarak kullanılabilir (Aslan, 2011:19).

Twitter; en popüler mikroblog olarak kendi terminolojisine sahip bir sosyal medya aracıdır. Facebook ile aynı dönemde kullanıma açılan, 2012 yılında 500 milyon üzerinde kullanıcısı olan Twitter için “İnternetin SMS'i” tanımı yapılmaktadır. Twitter'ın ortaya çıkışı, sosyal medya kavramını dünya çapında tartışmaya açması bakımından önemlidir. Twitter uygulamasının sosyal medyanın kullanım şeklini ve amacını dönüştürdüğü söylenebilir. Twitter'da, Facebook ve pek çok sosyal medya aracının aksine anonim sayılabilecek bir kalabalığa hitap etmek ve yazılı, görsel, işitsel bilgi paylaşımı mümkündür. Yaratıcı kullanımlara açık, “olay yerinden bildirme” algısını kuvvetlendiren bir mecradır. Kullanıcılardan biri haberi duyduğu an hızla “tweet geçmek” deyiimiyle haberi paylaşmakta, o haber diğer kullanıcılar tarafından RT'lenmekte, yani kendi takipçilerine orijinal takipçinin ismiyle iletilmektedir. Böylelikle, kullanıcı daha çok takipçi edinmektedir. Daha çok takipçi, daha çok RT anlamına geldiğinden ikisi de birbirini katlayarak beslenmektedir. Sansasyon, kullanılan dilin çarpıcı olması da oldukça önemlidir. Kullanıcının birinin cılız bir ifadeyle verdiği haberi, bir başka kullanıcı daha çarpıcı ifadelerle vererek daha çok insana ulaştırabilmektedir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:28-30).

Twitter'da yazılan pek çok yorum, aracın anıandalık özelliği nedeniyle “ilk tepki” doğasına sahiptir. Sosyal medya kullanıcısının aniden çıkan bir olay karşısındaki reaksiyonunu Twitter'da okumak mümkündür. Türkiye'de Twitter'ın yaygınlaşması gecikmiştir. Bunun başlıca nedeni, Twitter'ın ara yüzünün uzun süre

Türkçeleştirilememesi ve yalnızca yabancı dil bilen bir kitleye hitap etmesidir. Özellikle 2010 sonlarından itibaren rakiplerine göre daha ucuza temin edilebilen Android telefonlar yaygınlaşana değin, akıllı telefonlardan Twitter kullanımı nispeten daha az olmuştur. Aynı zamanda 3G kullanımının bir standart haline gelmesi gerekmiştir. 2007 yılında günde 1,6 milyon tweet atılırken, 2014 yılında kullanıcı sayısı 198 milyona ulaşmıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:31-32).

Plurk uygulaması, Türkçe dil desteği de olan, tıpkı Twitter gibi kullanıcılarına 140 karakterlik mesaj yazma imkânı sağlayan bir mikroblog sitesidir. Plurk, kullanıcılarına, kısa mesajlarla olayları paylaşma, kullanıcı için değerli insanların olaylarını takip etme, hangi mesajı ya da görüntüyü ya da videoyu ne zaman gönderdiklerini görme imkânı sağlamaktadır. Plurk, zaman çizelgesi adını verdiği uygulama sayesinde kullanıcıların Plurk üzerinde yaptıkları tüm hareketleri görmesine olanak sağlamaktadır. Plurk mikroblog sitesi, Twitter ile kıyaslandığında kullanıcı sayısı ve yaygın kullanım açısından geridedir (Demirel, 2013:32).

Tumblr; medya odaklı bir blog platformudur. Mikrobloglaşma ile sosyal ağ arası hizmet vermektedir. Metin, video, müzik, resim, ses, sohbet, link, adres paylaşımı yapılabilmekte, kendine ait özgün yazılar paylaşılabilmekte, buluşmalar sayfası vasıtasıyla etkileşimler organize edilebilmekte, dijital tasarım ve animasyonlar paylaşılabilmekte ve blog oluşturulabilmektedir. Tumblr ücretsizdir ve Türkçe dil seçeneğine sahiptir. Kullanıcının kendi sayfasını dizayn etmesine olanak sağlamasının yanında, kullanıcının kendi domain adını almasına da izin vermektedir. Tumblr, zahmetsizce paylaşma izin vermektedir. Metin, fotoğraf, alıntılar, bağlantılar, müzik ve videolar; internet tarayıcısı, telefon, masaüstü, e-posta üzerinden ve her yerden gönderilebilmektedir. Kullanıcılar, blogları için temalar seçebilmekte, html kodları kullanarak temalarındaki her şeyi özelleştirebilmektedirler (sosyaliletişim, 2014).

Yammer; şirketler ve organizasyonlar için ideal haberleşme sitesidir. Çalışanlar, üyeler aktivitelerini buradan paylaşmaktadırlar. Her şirket kendi kullanıcı adıyla bir blog sitesi oluşturup çalışanların o anda ne yaptıklarını ilan etmelerini sağlayan web sitesi oluşturabilmektedir. Twitter'ın "What are you doing?" sorusu yerine "What are you working on?" sorusuna cevap yazılmaktadır. Yammer, şirketler, gruplar ve kuruluşlar için önde gelen gerçek zamanlı bir iletişim platformudur. Yammer, diğer

mikro bloglama servislerinden, kurum içi iletişimi hedeflemesi açısından ayrılmaktadır (sosyaliletişim, 2014).

Posterous; kullanımı oldukça kolay bir blog sitesidir. Sadece bir e-mail adresine ihtiyaç duyulmaktadır. Mail yoluyla istenilen yazı, müzik, video, resim anında sitede belirmektedir. Web sitelerinin tanıtımını yapmak veya markalarının kampanyalarını duyurmak isteyen kullanıcılar için idealdir.

Posterous, 2008 yılında kurulan ve şimdiye kadar çok fazla ön planda olmayan ancak blog konusunda farklılık yaratan bir projedir. En önemli farklılığı da içeriklerini tamamen gönderilen mail üzerinden çekilmesidir. Süreci başlatmak için “**post@posterous**” adresine mail göndermek gerekmektedir. Gönderilenlerin yayınlanması için daha önce siteye kayıt olup bir sayfa oluşturmak önem taşımaktadır. Ardından kayıtlı mail adresinden gönderilen her içerik kullanıcı blog’una yeni bir yazı olarak eklenmektedir. Bu paylaşımlar yazı, resim, mp3, doküman ya da herhangi bir dosya şeklinde olabilmektedir. Ayrıca gönderilen resim, müzik gibi tüm eklentilere otomatik olarak indirme linki de eklenmektedir. Ara yüzü oldukça sade ve kullanışlıdır (sosyarak, 2014).

d) Wikiler

Wiki, ortak bir belge veya veri tabanı şeklinde, kullanıcıların herhangi bir web tarayıcısını kullanarak yeni sayfa oluşturması, sayfalarda düzenlemeler yapması ve bu sayfaları birbirine bağlamasına olanak sağlayan bir sunucu yazılımıdır. ‘Wiki’, Hawaii dilinde ‘hızlı’ anlamına gelen ‘wiki’ kelimesinden türetilmiştir. İlk basit wiki sitesi olan WikiWikiWeb’i, Ward Cunningham oluşturmuş olup (wikipedia, 2014), en iyi bilinen wiki, ‘Wikipedia’dır. Wiki, yapısı gereği işbirlikçidir. Topluluk katılımı ile içerik oluşturma temel farkına sahip olan wikilerde, kullanıcıların katılımı için programlama dili gibi yüksek teknik bilgi gerektiren düzeyde internet kullanmaları gerekmez. Wikilere katkı sağlamak için kullanıcının buna istekli olması yeterlidir.

Wikiler blog ve forumlardan farklıdır. Bloglarda gönderiler genellikle tek bir yazar tarafından yollanmakta, kullanıcı yorumları istenebilmekte ya da istenmeyebilmektedir. Ancak, wikiler özellikle çoklu yazar ve grup işbirliğine göre tasarlanmıştır. Dinamiktir ve doğrusal olmayan çok sayfalı yapıya dayanmaktadır (Akar, 2010:69).

e) Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, kullanıcıları internette mevcut olan sanal yaşam içinde tanımlamakta ve internetin sunduğu iletişim metotları vasıtasıyla iletişime geçmelerini sağlamaktadır. İnsanların bir araya gelerek oluşturdukları sanal ortamdaki sosyal iletişimi kurmaya yarayan ağlar genel olarak sosyal ağ biçiminde ifade edilmektedir. Sosyal ağlar günümüzde giderek yaygınlaşmakta, kullanımı bireyler ve toplumlar için gerekli hale gelmektedir. Sosyal paylaşım ağları, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın insanların birbirleriyle kolay ve sürekli iletişim kurmasını sağlamaktadır. Sosyal medya araçları, sınırları ortadan kaldırarak kendi topluluklarını oluşturmaktadır. Aynı topluluktaki kullanıcılar, birbirlerini etkilemekte, sunulan ortamda kendilerine özel alanlar açmaktadırlar. İnternet ve sosyal medya araçları, kurumların da iletişim sürecine katkı sağlamakta, sürekli ulaşılabilirlik açısından bilgi kaynağı olmaktadır. Sosyal ağ siteleri, bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak profillerini kayıtlı bir sistemde oluşturmalarını, bir bağlantıyı paylaştıkları diğer kullanıcıların listesini göstermesini ve sistem içerisinde bulunan kişilerin ilişki listelerini görmeyi sağlamaktadır (Onat ve Alikılıç, 2008:1118). Sosyal ağ sitelerini özgün yapan bireylere yabancılarla tanışma olanağı sunması değil, kullanıcıların kendi sosyal ağlarını göstermeleridir. Sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların amacı yüz yüze olarak seyrek görüştükleri ya da uzun zamandır görüşmedikleri kişileri sosyal ağlarına katmaktır (Onat ve Alikılıç, 2008:1119).

Facebook: Facebook, Türkiye'nin en popüler sosyal medya mecrasıdır. Gerek yapısı, gerekse Türkçe kullanılabilmesi nedeniyle toplumun her kesiminden insan Facebook'ta zaman geçirebilmektedir. Çok daha görsel olması, Facebook'u Twitter'dan daha çekici kılmaktadır. Ülkemiz internette kullanıcıların ortalama vakit geçirme süresine göre Avrupa sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Bu sürenin de önemli bir kısmının Facebook önünde geçtiği söylenebilmektedir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:32).

Facebook, kullanıcılar tarafından oluşturulan, farklı izin kategorilerinde özel veya herkese açık paylaşımlarla kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmasını, ilgi alanlarına göre gruplara katılmasını ve diğer kullanıcılar ile kaynakların paylaşılmasını sağlayan bir çevrimiçi sosyal ağ yazılımıdır (Gonzales ve Vodicka, 2010:33).

İnsanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını ve bilgi, fotoğraf, video vb. paylaşımı amaçlayan bir sosyal paylaşım web sitesidir (facebook.nedir, 2014). Facebook'u diğer sosyal paylaşım ağlarından ayıran en belirgin özelliği, uygulama alanının sürekli genişletilmesi ve geliştirilmesidir. Facebook'un tüm dünyaya yayılmış olmasıyla birlikte yerel birtakım uygulamalarla bu küresel ağa yerel örüntüleri ve dinamikleri de ekliyor olması bir başka ayırt edici durumdur.

4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, 11 Eylül 2006 tarihinde, tüm e-mail adreslerine, bazı yaş sınırlandırmaları getirilerek açılmıştır. Kullanıcılar diledikleri ağlara okudukları okul, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibarıyla katılım gösterebilmektedirler. Mayıs 2011 itibarıyla 1,5 milyar kullanıcısıyla dünyanın en büyük üniversite tabanlı kullanıcılarına sahip olan Facebook, 2012 yılı itibarıyla de dünya çapında en çok ziyaret edilen site olmuştur (Sanlav, 2014:47-50). Bu web sitesi çeşitli dillere destek sağlamaktadır. Böylece dünyanın dört bir yanından çeşitli diller ve farklı kültürlerden olan insanlar bu sosyal ağ vasıtasıyla birbirleri ile etkileşimde bulunabilmektedir. Çeşitli organizasyonlar, firmalar ve şirketler de bu ortamda sayfa oluşturabilmektedir. Bu şirketlerin müşterileri kendi şirketlerinin sayfasına üye olarak şirketlerin sanal ortamdaki imkânlarından yararlanmaktadır. Facebook'un başarısındaki en önemli neden herkesin kullanımına açık olması ve verdiği servisler karşısında ödeme yapılmamasıdır (Zafarmand, 2010:26).

LinkedIn: İş dünyasına yönelik bir kullanıcı hedef kitlesi olan LinkedIn, insanların iş tecrübelerini, mini CV'lerini, uzmanlık alanlarını paylaştığı ve bulunduğu sektördeki insanlarla birebir bağlantı kurduğu bir sosyal ağıdır. Resmi olarak 5 Mayıs 2003 tarihinde faaliyete geçmiş ve ilk ayının sonunda 4500 üyeye ulaşmıştır. 2012 yılındaki üye sayısı 187 milyon iken, 2014 yılında 3,710 milyon olmuştur (Kuyucu, 2013:123). Her sosyal ağda olduğu gibi bir ana sayfa akışına sahiptir. Arkadaş çevrelerinden oluşan bu ana sayfada son yapılan paylaşımlar ve site içi aksiyonlar görülebilmektedir. LinkedIn, çok hızla gelişen sosyal ağlardan biridir. Bu ağ, kullanıcılarına kendi profesyonellik alanları ve ticari faaliyetleri ile ilgili arkadaşlar edinmelerine yardımcı olmaktadır. Bu web sitesinin çoğu servislerinin para mukabili olduğu için zaman zaman zaman zaman eleştiriler ile karşı karşıyadır, ancak tüm eleştirilere rağmen

25 yaş üzeri kişiler arasında Facebook'tan sonra en çok kullanılan sosyal ağ olarak bilinmektedir (Zafarmand, 2010:28).

Myspace: Myspace, sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceğı bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Özellikle henüz ünlü olmamış grup ve şarkıcıların yararına bu genç sanatçı adaylarına herhangi bir ücret vermeden şarkılarını siteye yükleyip büyük kitlelere sunma imkânı vermektedir. Myspace yüklenen müzik eserlerinin telif hakkını yükleyen kişilerden alamamaktadır. Fotoğraf ve kişisel bilgi eklenebilmektedir. Bu eklenen bilgi "privacy" ayarları tarafından korunmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar kendi profil içeriklerini istedikleri kişilerle paylaşabilmektedir (wikipedia, 2014).

Foursquare: Foursquare üyelere bulundukları yer hakkında bilgi verme imkânı veren ücretsiz bir sosyal ağ uygulamasıdır. Kullanıcılar bu sosyal ağ sayesinde günlük hayatlarında ziyaret ettikleri yerleri bildirmekte, diğer üyelere gösterdikten sonra bir sonraki adımlarında ne yapmak istedikleri konusunda kişisel öneriler alabilmektedir (Kuyucu, 2013:125). Ayrıca, Foursquare farklı şehirleri keşfettirmeyi vaat eden, küresel konumlama sistemini (GPS) kullanan, arkadaşlarla ağ kurmayı sağlayan bir oyun olarak da tanımlanabilmektedir (foursquare.nedir, 2014). Kullanıcı sayısı, 2012 yılı itibariyle 20 milyonu aşmıştır.

Instagram: Instagram, fotoğraf paylaşım yoluyla üyelerinin özel anlarını paylaşmasına imkân tanıyan bir uygulamadır (Kuyucu, 2013:124). Ünlülerin kendi günlük yaşam fotoğraflarını bu yazılım üzerinden paylaşması ile Instagram'ı takip edenlerin sayısında patlama meydana gelmiştir. Instagram'ı, Kevin Systrom ve Mike Krieger kurmuştur. Telefonla çekilen bir fotoğrafa, Instagram uygulamasıyla çeşitli efektler uygulanabilmekte ya da hiçbir efekt uygulanmadan Instagram veya Twitter, Facebook, FourSquare, Tumblr gibi sosyal mecralarda kolayca yayımlanabilmektedir. Instagram uygulaması, dünya üzerinde şu an 27 milyon kullanıcı tarafından kullanılmaktadır. Instagram'ın hem android hem de ios'lu cihazlarda kullanılabilmesi uygulamanın kullanılrlığını artırmıştır (instagram.nedir, 2014).

Forum: Forumlar, bir internet sitesinde bulunan çevrimiçi tartışma alanıdır. Web sitesi üyeleri tartışmalar gönderebilmekte ve diğer forum üyeleri tarafından

gönderilen cevaplar okunabilmektedir. Bir internet forumunda hemen hemen her konu ve çevrimiçi topluluk veya sanal topluluk üzerinde durulabilmekte, forum üyeleri arasında geliştirilebilmektedir. Forum, genellikle tüm üyeler tarafından mesaj yazılmasını ve yeni konu başlatılmasını sağlamaktadır.

f) Medya Paylaşım Siteleri

Medya paylaşımı; sosyal medya siteleri ve dijital topluluklar aracılığıyla giderek büyüyen bir platformda görüntüler, uygulamalar, videolar, ses dosyaları, oyunlar ve her türlü yeni medyayı paylaşma, yükleme ve yorumlama aktivitelerinin tümüdür. Web sitelerinde veya bloglarda belirlenen bir hedef kitleye e-mail gönderme, anlık mesajlaşma, mesajlaşma, gönderi ve link paylaşma gibi aktiviteleri içeren interaktif bir süreçtir. Paylaşılan medyaya göre farklı bağlamlar ve anlamlar kazanılabilmektedir. YouTube ve Digg gibi iki farklı sosyal medya aracında paylaşılan video, aynı olmasına rağmen farklı sonuçlar doğurmaktadır. Paylaşılan içeriğe genellikle sosyal yorumlar eşlik etmektedir. Medya paylaşımı, gönderici ve alıcının katılımını gerektiren iki yönlü iletişimdir.

Medya paylaşım siteleri, inanılmaz derecede popülerdir. Flickr (www.flickr.com) ve Picasa Web Albums (www.picasaweb.google.com) gibi siteler üye topluluğuna fotoğraf yüklemeyi, paylaşmayı, onlara yorum yapmayı ve tartışmayı olanaklı kılmaktadır. YouTube (www.youtube.com) gibi siteler ise aynı hizmeti video içeriği için sunmaktadır. Diğer sosyal medya siteleri alternatif medya türlerine ev sahipliği yapmaktadır. Örneğin, SlideShare (www.slideshare.com), insanların slaytlarını yüklemesine, paylaşmasına ve tartışmaya imkan vermektedir (Akar, 2010:92).

YouTube; dünyanın en büyük video paylaşım sitesidir. Birçok formatta dosya yükleme ve sıkıştırma seçenekleri sunan site, yüklenen dosyaya herkesin erişebileceği bir link oluşturmaktadır. Bir sosyal medya aracı olarak YouTube, internet dünyasına yaptığı büyük katkıyla aslında internet endüstrisini de desteklemiştir. Mesajları en çok kişiye ulaşacak şekilde dünyanın her yerine gönderebilme şansı vermektedir. “YouTube sayesinde birçok kişi ünlü olmuş, birçok gerçek ortaya çıkmıştır. Bu site insanlara düşüncelerini, dertlerini, yeteneklerini anlatmak için mükemmel bir araçtır” (Brown, 2008:21).

Flickr; fotoğraf paylaşma hizmeti sunan ve bu alanda en popüler olan site özelliğini taşımaktadır. Site, üyelerin fotoğraflarını siteye yükleyebilmelerine ve bu fotoğrafların kimler tarafından görüleceğine karar vermeye imkân tanımaktadır. Flickr'da birçok üye grubu bulunmaktadır. Bu üye grupları ortak ilgi alanlarından oluşan gruplardır. Üye grupları; grafiti sanatçıları, yaşanan yer, spor gibi farklı ilgi alanları olabilmektedir. Birçok marka adına da üye grupları bulunmaktadır. İnsanların özel anlarını, ziyaret ettiği yerleri paylaşma merakı yüzünden yüzlerce uygulama çıkmış, ancak her işte ilk olanların yakaladığı fırsatları diğer uygulamalar pek yakalayamamıştır.

Flickr; 2004 yılında Ludicorp tarafından geliştirilmiş ve hizmete sunulmuş bir fotoğraf paylaşım projesidir. 2005 yılının Mart ayında Yahoo, kullanıcı sayısının hızla arttığını fark ederek Flickr'ı satın almıştır. Flickr, Nisan 2008'de video paylaşımına da izin vermeye başlamıştır. Alexa verilerine göre dünyanın ilk 500 sitesi arasında gösterilmektedir. Flickr'da fotoğraf ya da video paylaşımı için ilk önce üye olunması gerekmektedir. Akıllı telefon ile yüklenilebilen Flickr uygulaması sayesinde akıllı telefon ile çekilen bir fotoğraf anında tüm dünya ile paylaşılabilir (flickr.nedir, 2014).

Picasa; bir fotoğraf programıdır. Kullanıcıların bilgisayarlarındaki fotoğrafları, daha kaliteli ve daha net bir şekilde görüntüleyebilmeleri için Google tarafından yazılmış bir programdır. Bu program sayesinde, fotoğraflara efekt verilebilmektedir. Picasa, siyah-beyaz efekti, resim döndürme, fotoğraf kırpma, küçültme büyültme gibi daha birçok özelliği içinde barındırmaktadır. Aynı anda iki resim yan yana getirilip karşılaştırma yapılabilen, Picasa ile düzenlenebilmektedir. Picasa tam 24 adet efekt özelliği ile kullanıcılarına hizmet vermektedir. Bu programın en büyük avantajı Google tarafından yazılmış olup referansının Google olmasıdır. Program, bilgisayara indirilip kurulduğu zaman tüm fotoğrafları tarayıp bu programın içine atmaktadır. Ayrıca, herhangi bir fotoğraf açıldığında da arka planı siyahlaştırarak fotoğrafın arka planında ne olup bittiği de rahatlıkla görülebilmektedir. Ayrıca, Picasa sayesinde fotoğraflar Google Plus'a kolayca yüklenebilmekte, yeni albümler oluşturulabilmekte ve diğer kullanıcılarla paylaşılabilir (efbes, 2014).

1.2.3. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı

İnternet, birçok iletişim biçimini yapısında topladığı için yeni bir iletişim aracı olarak özellikle halkla ilişkiler alanında farklı iletişim model ve yöntemlerinin kullanılmasına yol açmaktadır. Hedef kitlelere anında ve doğrudan ulaşma olanağı sağlayarak mesaj gönderen ve mesajı alanlara geleneksel iletişimden daha fazla avantaj sunmaktadır. En önemlisi internet teknolojisinin halkla ilişki sağlamak amacıyla kullanımında bir strateji geliştirilmesidir. Çünkü bir web sitesi kurum kuruluşların dış dünyaya açılan koludur. Kurumun kimliğini ve kurum kültürünü yansıtmalıdır (Doğu, 2008:51).

Sosyal medya uygulamaları günümüz yaşam koşullarında büyük önem taşımakta, diyaloga yatkın yapılarıyla, özellikle tanıma işlevi açısından halkla ilişkiler uygulamalarını geliştirici rol oynamaktadırlar. Blogların incelenmesi, araştırma, çevreyi tanıma ve konu yönetimi açısından halkla ilişkiler uzmanlarına yeni olanaklar sunmaktadır. Bu sayede, “örgütün faaliyet, mesaj ve işlemleriyle ilgili olarak kamulardan eş zamanlı olarak tepkilerin alınması mümkün olabilmektedir” (Kent, 2008:35’den aktaran Yağmurlu, 2011:7). Günümüzde kuruluşlar, halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarısını pek çok yöntemin yanında internet mesaj panolarındaki tartışmalara göre değerlendirmektedirler (Wilcox, 2006:77’den aktaran Yağmurlu, 2011:7).

Kurumların web sayfaları, kurumlara büyük olanaklar sağlamakta, hızlı ve etkin iletişim sunmaktadır. Web sayfalarının, hedef kitleye hitap etme, tüketicilerin farklı beklenti ve ihtiyaçlarına göre farklı içerikler sunma, anında etki-tepki sağlayabilme, ilgi çeken konuları raporlayabilme, iletişimi sürekli hale getirebilme ve bir veri tabanı oluşturma gibi birçok avantajı mevcuttur. Türkiye’deki kurumlar da internet teknolojisine hızlı uyum sağlamıştır. Kurum-grup ilişkisini yansıtan, herhangi bir konu ile ilgili herhangi bir grubun eğilimini ortaya koyan uygulamalar kamu yönetimi internet sitelerinde görülebilmektedir.

Gelişen iletişim teknolojilerine bağlı olarak, belediyelerin hizmet sunumları ile vatandaşla iletişim biçimlerinde geleneksel iletişim araçları yanında yeni teknolojilerin kullanımının yaygınlaştığı dikkati çekmektedir (Taşcıoğlu ve Atik, 2009:403).

Teknolojik gelişmelerle birlikte halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar da çeşitlilik kazanmıştır. Günümüzde halkla ilişkiler, cep telefonlarındaki kısa mesajlardan internet sitelerine, sosyal sorumluluk kampanyalarından televizyon programlarına kadar oldukça farklı iletişim yöntem ve araçlarını kullanabilmektedir (Atik ve Taşcıoğlu, 2009:163).

İnternette oluşan ağlar, halkla ilişkilerin kamuoyu oluşturma, güven ve saygınlık elde etme yöntemlerinin etkin ve verimli olarak uygulanabildiği iletişim kanalları haline gelmiştir. Sosyal ağlar genişledikçe halkla ilişkiler uygulamalarında daha çok yer almaktadır. Günümüzde halkla ilişkiler, sosyal medyadan özellikle de Facebook ve Twitter'dan ayrı düşünülememektedir. Hemen her kurum, her türlü faaliyetini ve organizasyonunu sosyal medya üzerinden duyurmaktadır. Sosyal medya sayesinde bütçe açısından küçük ama yaratıcılık açısından büyük iletişim faaliyetleriyle halkla ilişkiler uygulamaları da daha renkli hale gelmiştir. Yaratıcılığı ile hedef kitlenin dikkatini çekme, ihtiyaçlarını karşılayabilme oranlarıyla sosyal medyada kurumlar arasında rekabet meydana gelmekte, bu da halkla ilişkilerin önemini daha da artırmaktadır (Aslan, 2011:71).

Belediyeler halkın belediyesi olma (halkı tanıma) ve belediyeyi destekleyen kent kamuoyunu oluşturma (tanıtma) bağlamında, özellikle büyükşehir belediyelerinin 1990'ların sonuna doğru halkla ilişkiler uygulamalarını içeren hizmet sunumları ile vatandaşla iletişim biçimlerinde, gelişen iletişim teknolojisine bağlı olarak yeni teknolojilerin (özellikle internet) kullanımına ağırlık verdikleri dikkat çekmektedir (Taşcıoğlu ve Atik, 2009.:401-402). Büyükşehir belediyeleri, geçmişte faaliyetlerini yalnızca hizmet verdiği kamu binasında sürdürmekte iken, günümüzde hemen her faaliyetine internet üzerinden erişilebilme imkânı sunmakta, tanıtma faaliyetlerinin çoğunu internet üzerinden yapmakta, sosyal medya araçları sayesinde vatandaşla birebir ilişki kurabilmektedir. Kurumlar ve özellikle belediyeler, ülkemizde de kullanıcı sayısı çok yüksek olan Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal medya araçları vasıtasıyla, 7 gün 24 saat vatandaşla hizmet vermekte, yapılan bir hizmeti, meydana gelen bir durumu saniyeler içerisinde duyurabilmektedir. Belediyelerin halka sunduğu imkânlar, online işlemler menüsü, iyileştirme çalışmaları vb. faaliyetler internet ve sosyal medya üzerinden takip edilebilmektedir. Belediyelerin kurulma amacının da halkın beklentilerini karşılamak olduğu göz önünde tutulursa, halkla

birebir iletişim kurmaları, sorunlarını dinleyebilmeleri, sosyal medyadan takip edilebilmeleri oldukça önemlidir.

Gelişen teknolojiyle birlikte, kişilerin de kurumlardan beklentileri artmaktadır. Vatandaşın beklentilerinin büyük kısmı belediyeler aracılığıyla karşılanmaktadır. Belediyeler, vatandaşın beklentilerini gerçekleştirebilmek, kaliteli hizmet sunabilmek maksadıyla, hizmet ve faaliyetlerinde teknolojiden yararlanmakta, vatandaşa internet üzerinden de hizmet sunabilmektedir. Belediyelerde bulunan tüm departman ve daire başkanlıklarına internet üzerinden erişim ve etkileşim sağlanabilmektedir.

Nüfusu fazla olan şehirlerde, ihtiyaç duyulan hizmet ve yatırımların gerçekleştirilmesi oldukça zorlaşmaktadır. Özellikle büyükşehirlerde, kuruma bizzat giderek hizmet alabilmek çoğu zaman çileye dönüşmekte iken internet sayesinde kurumdan hizmet alabilmek, dilek, öneri ve şikâyetleri iletebilmek oldukça kolaylaşmıştır. Günlük hayatta bir iş yerinde çalışan vatandaş, işlemini gidip sıra beklemekten internet teknolojisi sayesinde saniyeler içerisinde tamamlayabilmektedir. Bu sayede, hizmet önceliğinde ayrıcalık tanındığı dönemler geride kalarak, vatandaş ile belediye arasındaki güven ilişkisi de daha sağlam hale gelmiştir.

Tarhan (2014:71-72), yeni iletişim teknolojilerinin halkla ilişkiler uygulayıcılarına sağladığı fırsatları şöyle sıralamıştır:

- İnternetin halkla ilişkiler uygulamalarında kullanımıyla hedef kitlelerle sürekli, hızlı ve birebir iletişim kurma bakımından büyük avantajlar sağlamaktadır. Özellikle samimi ve karşılıklı güvene dayalı bir iletişim biçiminin kurulması ve sürdürülmesinde bu avantaj kurumlar açısından önem taşımaktadır.
- Elektronik ortamda farklı zaman ve mekânlarda bulunan hedef kitleye aynı anda ulaşmak internet sayfalarıyla oldukça ekonomik bir şekilde mümkün olabilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla ulaştırılan enformasyonda kâğıt, pul, zarf gibi masraflar olmadığından daha düşük maliyetli bir araç olarak dikkat çekmektedir.
- Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, geleneksel medyanın bugüne kadar sürdürdüğü tek yönlü ve pasif izleyiciye dayalı iletişim

yaklaşımını, çift yönlü ve karşılıklı etkileşime dayalı bir iletişim anlayışına dönüştürmüştür.

- Halkla ilişkiler uygulamalarında internetin kullanılmasıyla birlikte hedef kitlenin kuruluşlarla ilgili bilgi ihtiyacını karşılaması da çok kolaylaşmıştır.

Bu avantajların yanında yeni iletişim teknolojilerinin halkla ilişkilerde kullanılması açısından kimi zaman sorunlarla karşılaşmaktadır. Tarhan (2014:72-73) karşılaşılan sorunları şöyle sıralamıştır:

- Kuruluşların web sayfaları kısa sürede yüklenebilir olmalıdır. Aksi halde bilgiyi arayan hedef kitle siteyi faydalı olarak değerlendirmeyecek, dolayısıyla da bir daha web sayfasını bilgi edinmek için ziyaret etmeyeceklerdir. Bunu önleyebilmek için web sayfalarının açılışını zorlaştıracak içeriklerden sakınılmalı, gerekli tedbirler alınmalıdır.
- Kurumsal web sayfalarını güncellemeyen kurumların başarısından söz etmek mümkün değildir. Güncellik, en önemli unsurdur.
- İnternet, kişisel bilgilerin çeşitli yöntemlerle başkaları tarafından ele geçirilmesi gibi bir takım güvenlik sorunlarını bünyesinde barındırmakta ve serverlara kişisel bilgisayar sistemlerine zarar verebilecek virüslerin yayılımına da neden olabilmektedir.
- Karşılaşılan en büyük tehditlerden bir başkası ise, internette çok hızlı ve kolay bir biçimde yayılan krizlerdir. Çoğu kez kimin tarafından gönderildiği belli olmayan ve sanal ortamda çok hızlı bir şekilde yayılabilen bir takım asılsız iddialar, söylentiler, şikâyetler kuruluşlar tarafından zamanında yanıtlanmadığında derin krizlere yol açabilmektedir. Bu nedenle ortaya çıkan olumsuzluklara kısa sürede karşılık verebilmek için yeni iletişim teknolojilerini kullanma becerisine sahip uzman kişilerin halkla ilişkiler birimlerinde istihdam edilmesi gereklidir.

Callison (2003:31), çalışmasında kurumsal web sayfalarının etkin bir halkla ilişkiler aracı olarak kabul gördüğünü; fakat günümüzde kuruluşların medyayla ilişkileri geliştirmede bu araçtan yeterince yararlanamadığını ifade etmektedir. Bu nedenle kurumsal web sayfaları tasarım ve içerikleri bakımından irdelenerek oluşturulmalıdır. Kuruluşlar, web sitelerini değerlendirmek amacıyla zaman zaman

kendi sitelerini ziyaret etmeli ve eleştirel bir gözle sitede yer alan bilgileri kontrol etmeleri web sitesinin etkinliğini değerlendirmede faydalı olacaktır. Böylelikle kurumsal web sayfaları ve uygulamalar sürekli kullanılabilen, kuruluşun en önemli imaj oluşturma ve geliştirme araçlarından birisi olabilecektir (akt. Tarhan, 2014:73).

Bu çerçevede belediyelerin faaliyetleri yeni iletişim teknolojileri üzerinden değerlendirildiğinde, web sitesi, sosyal ağlar ve mobil uygulamalar sayesinde tüm kamuoyu tarafından sürekli ve güncel olarak izlenebilmekte, ulusal ve uluslararası ölçekte düşük maliyetle tanıtım yapılabilmekte, elektronik posta sistemi sayesinde iletişim hızlı gerçekleşmekte, vatandaş ile daha fazla etkileşim sağlanabilmektedir. Vatandaşlar özellikle mobil cihazlarını kullanarak gündelik yaşamlarında çok sık başvurduğu hava durumu, yol, ulaşım olanakları, hastane, nöbetçi eczane vb. bilgilere anında ulaşabilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI VE E-BELEDİyecİLİK

Belediyeler, EK 1’de mevcut olan 5393 Sayılı Belediye Kanunu ve EK 2’deki 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile ilgili mevzuatlar çerçevesinde, vatandaşa hizmet sunmakta olan, vatandaş ile devlet arasındaki iletişimi sağlayan en önemli kuruluşlardır. Vatandaş; imar, su ve kanalizasyon, temizlik, tapu işlemleri, ulaşım, defin işlemleri, sosyal hizmetler, sağlık işlemleri, altyapı, kültür ve spor işlemleri, afet ile ilgili hizmetler gibi alanlarda işlemlerini belediyeler vasıtasıyla gerçekleştirmektedir. Vatandaşa hizmet sunma, vatandaşın sorunlarına çözüm üretme, yetki-sorumluluk ve görevleri çerçevesinde vatandaşın yaşamını kolaylaştıracak uygulamalar planlama ve yönetme ile birlikte yerel kalkınmayı hedefleyen belediyeler, mevcut çalışmalarını ancak verimli ve etkin bir çalışma anlayışıyla gerçekleştirmektedirler.

Belediyelerden hizmet alabilmek maksadıyla, her gün yüzlerce vatandaş belediyelere başvurmaktadır. Belediyeler, hem işlem hacmi nedeniyle hem de çalışan personel ile hizmet almak isteyen vatandaş arasında bulunan ters orantı nedeniyle çoğu zaman yetersiz kalmaktadır. Kentte yaşamayı kolaylaştırmak maksadıyla, belediyeler her türlü iletişim aracını halkın hizmetine sunmak zorundadırlar. Bunların başında da gelişen teknolojinin sonucu olarak e-belediye hizmetleri gelmektedir. Halkla ilişkiler açısından geniş anlamda halk; bir kuruluşun hizmet politikalarından ve uygulamalarından etkilenen ve bu politikalarla uygulamaları etkileyen, ortak çıkarlara ve birliktelik duygusuna sahip gruplardır (Yalçındağ, 1996:17).

Belediyelerde halkla ilişkiler, iki temel amacın gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bunlar; halkın belediyesi ve belediye ile bütünleşmiş belde halkının oluşturulmasıdır. Burada halk ifadesi, bütün belde halkı olabileceği gibi, bir semt halkı, hizmetten yararlananlar, bir ya da birkaç dernek, esnaf kuruluşları, şirketler, bankalar, çıkar grupları, resmi kuruluşlar, yurtdışı kuruluşları, dilekçe verenler, şikayet mektubu gönderenler vb. ifade etmektedir (Yalçındağ, 1996:18-20).

Belediyelerin başarısı, büyük ölçüde halkın yerel yönetimin önemine inanmasına, genel yönetim içinde ağırlıklı bir yer alması gerektiğine ve kendi yönetimi olduğunu kavramasına bağlıdır. Belediyeler, bu nedenle halkın saygı ve desteğini kazanmak zorundadırlar. Başarılı yerel yöneticiler, hizmet sundukları belde halkı ile yakın ve sürekli ilişki içerisinde olmaya özen göstermektedirler (Emrealp ve Yıldırım, 1993:14).

2.1. E-BELEDİyecİLİK UYGULAMALARININ DAYANAĞI OLARAK E-DEVLET ANLAYIŞI

Devlet, ülkedeki en büyük ve en güçlü yapı olduğundan, vatandaşlarına sunduğu hizmetin kalitesi de o denli büyük ve güçlü olmalıdır. Dünya çapında teknolojik olarak yaşanan hızlı değişim ve gelişmelere ayak uydurması, toplumsal taleplere duyarsız kalmaması ve dolayısıyla toplumdaki modernleşme talepleri ve değişim isteğine cevap verebilmesi devleti çağın gereklerine uygun biçimde yeniden yapılanmaya zorlamaktadır. Geleneksel bir devlet anlayışı, toplumun taleplerini yeterince karşılayamamaktadır. Ayrıca, devletin vatandaşlarına sunduğu kamu hizmetlerinin açık ve anlaşılabilir seviyelerde olması da gerekmektedir. Dolayısıyla, devletin çağın getirdiği modern değişimlere kendini entegre etmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte günlük işlemlerde bile bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılmaya başlanmıştır. Bu yapısal değişiklik kurum ile vatandaş arasında olmaktadır. Bu da ilişkilere yeni bir boyut kazandırarak “elektronik devlet” (e-devlet) kavramını ortaya çıkarmaktadır.

Bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler çerçevesinde iletişim ve bilgiyi, hizmet sunumunda ana unsur olarak benimseyen devletler, vatandaşlarıyla olan ilişkileri yeniden gözden geçirme ve geliştirme ihtiyacı hissetmişlerdir. Sunulan hizmetlerde vatandaşlarca dile getirilen bir takım sorunlara çözümler sağlayan; kamu hizmet ve işlemlerinin daha hızlı, kaliteli, ucuz, şeffaf, eşitlikçi ve güvenilir sunulmasını olanaklı hale getiren yeni bir yönetim modelini, elektronik devleti hayata geçirme yönünde adımlar atmıştır. Bu modelde; bireyler, internet üzerinden devlet ile ilgili aradıkları her bilgiyi bulabilmekte; işletmeler, internet üzerinden doldurdıkları formlar ile bürokratik işlemlerin tümünü bu yolla yürütebilmekte ve memurlar tüm

işlemlerini gerçek zamanlı bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirerek kâğıtsız ofisler oluşturabilmektedirler (Tarhan, 2011:25-27).

E-devlet, devletin vatandaşa ve iş dünyasına verdiği hizmetler ile kendi kurumları arasındaki iletişimin elektronik ortamda yürütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Saruhan, 2003:35'den aktaran Fıstıkçioğlu, 2007:17). Kavramın İngilizce (e-government) kullanımındaki karşılığı elektronik hükümet ve yönetim olarak kullanılmaktadır. Elektronik devlet, bilgi ve iletişim teknolojisi temelleri üzerine kurulu bir devlet anlayışıdır. Şeffaf, saygın ve güvenilir bir devlet olmanın ön koşulu, yaşananları ve düzenlemeleri halkla, açık olarak paylaşmaktır. Tüm bu süreçler, ancak bilişim teknolojilerinin devlet işleyişinde etkin ve verimli kullanımı ile mümkündür. Diğer bir tanımla e-devlet, devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan vazifeleri karşılıklı olarak elektronik işlem ve iletişim ortamlarında sürekli ve güvenli olarak yerine getirmesidir. E-devlet daha çok vatandaşların ve kurumların bilgi, servis ve kurumsal uygulamaları konusunda teknolojik aletlerin yardımıyla bilgi alışverişinde bulunmaları anlamına gelmektedir (Aktan, 2003'den aktaran Fıstıkçioğlu, 2007:17).

E-devlet anlayışı ile gerek kamu kuruluşlarının birbirleri ile gerekse işletmelerin ve vatandaşların devlet ile ilişkilerini elektronik ortamda hızlı ve güvenilir bir şekilde yerine getirilmesi sağlanmaktadır. E-devlet; üretken, şeffaf, paylaşan, katılımcı, kaynaklarını etkin ve verimli planlayarak kullanan ve etkin çalışan, vatandaş odaklı, bir devlet anlayışıdır. Elektronik devletin ana amacı, kamu hizmetlerinin daha kaliteli ve daha az maliyetle sunulmasıdır. Bu süreçte en önemli araçlar, elektronik sektörü ve ona bağlı olarak gelişen bilişim teknolojilerinin sunduğu imkânlardır.

Avrupa Birliği'nde, Türkiye'deki e-devlet çalışmalarına temel teşkil eden ve bu çalışmaları hızlandıran gelişmeler meydana gelmiştir. 23 Mart 2000 tarihinde Lizbon'da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında 15 AB üyesi ülke, Avrupa'nın gelecek 10 yılda dünyadaki en dinamik ve rekabetçi bilgi tabanlı ekonomisi haline gelme hedefini ortaya koymuştur. Lizbon Stratejisi çerçevesinde AB, e-Avrupa girişimini başlatmış ve buna ilişkin ilk Eylem Planı'nı hazırlamıştır. Daha sonra söz konusu girişimin aday ülkelere genişletilmesi kararlaştırılmış ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu bir grup ülkeye katılımları için davette bulunulmuştur. Türkiye halen e-Avrupa 2005 Eylem Planı'nın tarafı konumundadır (Polat, 2006:7).

E-devlet konusunda AB ile uyum süreci ile eşgüdümü sağlayacak kurumsal yapılanmaları sağlamak üzere çeşitli projeler uygulamaya konulmuştur. Bunlardan Başbakanlık'ın KAMU-NET (1998-2002) ve e-Türkiye girişimi (2001-2003) ilk önemli adımlar olarak nitelendirilebilir. 2003 yılından itibaren ise e-Dönüşüm Türkiye Projesi başlatılmış ve bu yönde Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı bünyesinde Bilgi Toplumu Dairesi kurulmuştur. Projeyi somutlaştırmak için 73 eylemden oluşan bir Kısa Dönem Eylem Planı Başbakanlık genelgesi ile başlatılmıştır. Projenin üst seviyede yönlendirilmesi ve izlenmesi amacıyla e-Dönüşüm Türkiye İcra Kurulu kurulmuştur. İcra Kurulu, 16 Aralık 2004 tarihli toplantısında e-Dönüşüm Türkiye Projesi 2005 Yılı Eylem Planı'nı kabul etmiştir. Demokrasi anlayışındaki gelişme ve AB ile bütünleşme sürecinin hızlanması ile yerel yönetimlerin kamu yönetimindeki yeri ve önemi artmaktadır. Türkiye'de 1993 yılından beri yürürlükte olan Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı (1985), vatandaşların kamu işlerinin sevk ve idaresine katılma hakkının en iyi şekilde yerel düzeyde kullanılabileceğini savunmaktadır. Yerinden yönetim ilkesinin gereği olarak, gerçek yetkilerle donatılmış yerel makamların varlığının hem etkili hem de vatandaşlara yakın bir yönetim sağlayacağına inanılmaktadır. 2004 yılında kabul edilen yeni Belediye Yasası ile belediyelerin sosyal sorumluluklarına daha fazla önem verilmiş ve belediyelerin kalkınma konusunda yeni sorumluluklar yüklenmesi öngörülmüştür. Hem bu sosyal sorumlulukların hem de kalkınma hedeflerinin yerine getirilmesi için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması bir zorunluluk haline gelmiştir (Polat, 2006:7-9).

Yaşanan gelişmeler, kamu yönetiminde bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanılması; yönetimin işlemlerini gerçekleştirmesinde yapılan yazışmalar, tutulan tutanaklar, sarf edilen kâğıt ve mürekkep ile zaman kaybedildiği değerlendirildiğinde, iletişimde kolaylık ve hız, işlemlerde tasarruf, sunulan hizmetlerde verimlilik, denetimde kolaylık, daha düşük maliyetle vatandaşa daha kaliteli bir hizmet vermeyi sağlamaktadır. Bu gelişmeler vasıtasıyla, özel ve tüzel kişiler internet ve ağ teknolojilerinden faydalanarak kamu hizmetlerinden kesintisiz ve güvenli olarak faydalanabilmekte, uygulamalara doğrudan ulaşabilmekte, daha saydam ve daha hızlı bir yönetim anlayışıyla en iyi hizmetin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, vatandaşlar bu sayede rüşvet, yolsuzluk vb. arzu edilmeyen durumlardan da korunmaktadır.

Bireyler, doğumundan ölümüne kadar nüfus kimlik kartının çıkarılması, pasaport, vergi ödemeleri, elektrik, su, doğal gaz harcamalarının internetten takibi, ehliyet, trafik cezaları, çeşitli izin belgelerinin çıkarılması, resmi kurumlara başvurular ve iş takipleri, evlilik, boşanma, sosyal güvenlik, sigorta, eğitim, sağlık, adalet, askerlik işlemlerinde; maliye, belediye, adliye ve sosyal güvenlik kuruluşları ile olan ilişkilerinde, hava durumu ve meteoroloji bilgileri, döviz kurları, resmi gazete, istatistiksel bilgilere ulaşma, cenaze işlemleri, ölüm ilan ve kayıtları gibi tüm alanlarda, veraset, miras, tapu gibi hukuki süreçlerde sürekli ilişki ve etkileşim halindedir. Vatandaşlar kamu kurumlarındaki işlerinde uzun süren kuyruklarda beklemekte, bürokratik işlemler ile formalitelerin fazla oluşundan şikâyet etmekte ve her şeyden öte kaybedilen vakit, emek ve maliyetlerden yakınmaktadırlar (Erdal, 2004:185). E-devlet uygulamaları ile vatandaş ile devlet, elektronik ortamda karşılıklı iletişimde bulunacağı için günlük işlemler basit ve hızlı bir şekilde gerçekleşmekte, vatandaş işlerini gerçekleştirmek için sıralara girmek zorunda kalmamaktadır. Devlet kurumları ile vatandaşın bilgi alışverişi web üzerinden yapılmakta, gerekli formlar web üzerinden doldurularak iletişim daha kolay hale getirilmektedir.

Vatandaşlar bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla kendilerine hizmet veren kurumların daha aktif, hızlı, açık, doğru ve düşük maliyetle çalışmalarını istemekte ve beklemektedirler (İnce, 2001:12). Bu istek ve beklentiler karşısında Avrupa’da bürokrasinin azaltılması ve refah devletinin maliyet sarmalıyla mücadelede; paranın değerini artırma, kamu kurumlarının etkinliğini artırma ve kaliteli kamu hizmetlerinin en iyi şekilde hedeflerine ulaştırılması zorunlu reformları gündeme getirmiş ve bu reform uygulamalarının başlangıcında da özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelinmiştir (Lodge, 2003:611).

E-devlet uygulamalarını hayata geçiren kamu kurumları, çağın gerektirdiği değişiklikleri yerine getirme ve bürokrasinin eksikliklerini gidermek için (Çukurçayır ve Eşki, 2001:106) vatandaşların kamu hizmetlerine ilişkin bilgileri ‘online’ olarak edinmeleri, başvuru formlarını internet üzerinden alma ve yükleme olanağının sağlanması, e-ödeme sistemleri, bilgiye daha kolay ve daha fazla erişim ve maliyeti asgariye indiren yönetim anlayışı gibi temel esaslar üzerine odaklanmışlardır (Saygılıoğlu ve Arı, 2003:157). Kamu hizmetlerinin vatandaşların istek ve beklentilerine uygun hale gelmesi, devlet-vatandaş ilişkilerinin iyileşmesi,

vatandaşların kamu hizmetlerinden yaygın ve zahmetsiz bir şekilde yararlanması, daha katılımcı ve daha demokratik bir devlet-vatandaş ilişkisi büyük ölçüde e-devlet ile mümkün olmaktadır (Ülker, 2002:954).

E-devlet sayesinde, zaman kayıplarının önüne geçilebilmekte, kamu hizmetleri daha hızlı sunulmakta, gereksiz formaliteler azalmakta, kamu kurumlarında gerçekleştirilen işlemlerin maliyetleri düşmekte, kamu hizmetlerinin mesai saatlerine bağımlılığı kalkmakta ve her saniye hizmetlere ulaşılabilmekte, kaynak israfı önlenmekte, kamu hizmetleri daha etkin ve verimli hale gelmekte, kamu hizmet kalitesi daha da artmakta, daha eşitlikçi bir hizmet anlayışı sağlanmakta, kamu hizmetlerine aracısız erişim sağlanmakta, vatandaşların istek ve beklentileri büyük ölçüde karşılanmakta, adam kayırmanın (torpilin) önüne geçilebilmekte, yolsuzluklar önlenebilmektedir.

2.2. E-BELEDİYE

E-belediye kavramı e-devletin önemli bir parçasıdır. E-belediye temel olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması yoluyla şeffaf, etkin ve verimli, vatandaşa yakın ve onun katılımına açık bir yapılanmayı ifade etmektedir. Ayrıca e-belediye kavramı hizmetlerin bir web sitesi aracılığıyla elektronik ortama taşınmasından öte arka planda gerçekleşmesi gereken değişimi ifade etmektedir. Bu değişim, vatandaş-müşteri odaklı bir hizmet anlayışının yerleşmesi, yeni bir idari yapının oluşması, bu teknolojileri anlayan ve kullanabilen insan kaynağının yetiştirilmesi gibi çok daha derin bir dönüşümü kapsamaktadır (Polat, 2006:10).

E-belediye; zaman ve mekân sınırı olmadan belediyenin internet üzerinden sunduğu hizmetlere erişimdir (Fıstıkçıoğlu, 2007:39). E-belediye, belediyelerin kentliye daha kaliteli, hızlı ve sürekli hizmet sunması, bilgilendirilmesi ve kentlinin belediyelerdeki karar sürecine katılmasını sağlayan internet ortamındaki çağdaş uygulamalar bütününden oluşmaktadır. Bu bağlamda e-belediye sadece birkaç tuştan ibaret, mekanik bir sistem değil, şeffaf ve denetleyici bir yapıdır. Bu aynı zamanda yerel yönetimlerin daha çoğulcu olmasının bir yoludur. Bu sistemlerin getirdiği en önemli avantaj bilgiye erişimin kolay ve açık olmasıdır (Çakır, 2015:5).

E-yerel yönetim için yapılan çalışmalar şunlardır: İçişleri Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon (APK) Kurulu Başkanlığı tarafından yürütülen İl Envanteri Çalışması (İLEMOD), merkezi yönetimin taşra mülki kademeleri ile veri alışverişini gerçekleştirmek amacıyla sürdürülmektedir. Maliye Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı gibi başlıca bakanlıklar, hizmet alanlarına ilişkin olarak merkez-taşra birimleri arasında veri akışını bu ortamda düzenlemeye dönük çalışmalar yürütmektedirler. Öte yandan, tek tek belediyeler kendi bünyelerinde otomasyon temelini atmaya başlamış ve bünyeleri içinde kent bilgi sistemi olarak anılan ağlar kurmaya girişmiş durumdadırlar. Ülke geneline dağılmış, çok sayıda ve özerk yerel yönetim birimlerince sürekli edinilen deneyimin ortak iletişim havuzunda paylaşılması gereksinimi, 2001 yılından bu yana YerelNet ve YerelBilgi projeleri ile karşılanmaya başlanmıştır. YerelNet ve YerelBilgi projeleri, İçişleri Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı ve TODAİE işbirliği ile bir kamu projesi olarak doğmuş ve yürütülmüştür. YERELNET üzerinde bulunan başlıca veri ve bilgiler şu şekilde sıralanmıştır (Türkiye Bilişim Derneği, 2006:8'den aktaran Fıstıkçıoğlu, 2007:54):

- 3214 belediyenin her biri için bir web sayfası
- 1963 yılından bu yana yapılan 8 genel yerel seçimin sonuçları
- Mevzuat bölümünde; belediyelerle ilgili yasalar, genelgeler ve yargı kararları
- Yerel gündem bölümünde, belediyelerle yasa tasarıları, dünya, ülke ve yerel ölçekte belediyelerle ilgili haberler
- Uzmanlık bilgileri bölümünde; belediyelerle ilgili uluslararası gelişmeler, belediyelerin personel yapısı, mali yapısı ve altyapı hizmetlerine (su, çöp) ilişkin araştırma raporları
- Vatandaş için bölümünde, kent halkının belediye hizmetlerine ilişkin bilgiler (evlenme, işyeri açma, işyeri ruhsatı, doğalgaz bağlatma-devretme, çevre temizlik vergisi, emlak vergisi vb.)
- Belediye, il özel idaresi ve yerel yönetim birliklerinin Resmi Gazete'de yayımlanan ihaleleri
- E-Kütüphane ve bibliyografya
- Soru-Yanıt bölümlerinde bilgi ve veriler internet kullanıcılarıyla paylaşılmaktadır.

E-belediyenin belediye açısından işlevleri; hizmetlerin sağlanmasında etkinlik ve verimlilik, vergi adaletinin sağlanması, performans ölçümü, modernleşme ve reform aracı, bilgiye dayalı karar verme mekanizmalarının gelişimi, daha kaliteli hizmet, vatandaş odaklı hizmet, 7 gün 24 saat hizmet, hizmetlerin tasarımında katılım imkânı, daha saydam ve hesap verilebilir yönetimdir. Bunlar dışında, e-belediye'nin ekonomik kalkınmaya katkı, bilgi toplumuna geçiş, vatandaş ve belediye arasındaki ilişkinin gelişmesi suretiyle karşılıklı güven oluşması, 'iyi yönetim' yolunda bir adım olma gibi dolaylı getirileri de vardır. 'Yöneten' geleneksel belediye, elektronik belediye yaklaşımı ile vatandaş taleplerine en iyi şekilde cevap veren ve onların da hizmetleri yönlendirebildiği bir yapıya dönüşmektedir (Polat, 2006:10-11).

Türkiye'de, e-yerel yönetimlere ve dolayısıyla e-devlet yapısına geçmek için yerel yönetimlere, e-yerel yönetim yapılanmasının yanında idari ve mali özerklik sağlandığında, denetim için ise merkezden denetim yerine bölge Sayıştayları kurulup denetimin bu kurumlarca yapılması ile e-belediye yapılanması başarılı olmaktadır. E-devletin önemli bir ayağı olarak düşünülmesi gereken e-belediye, belediyelerin ülke kalkınmasına katkılarını artıracak kapsamlı bir projedir. Bu proje sayesinde, çağın vazgeçilmez teknolojisi olan internet, doğrudan vatandaşın hizmetine sunulmuştur (Fıstıkçıoğlu, 2007:52). Belediyeler, e-belediyecilik ile vatandaşın taleplerini daha hızlı yerine getirebilmek, daha etkin ve verimli hizmet sunmak, maddi ve manevi kayıpları engellemek, kırtasiyeciliği azaltmak, kaynakları daha etkin ve verimli kullanmak, güncel ve doğru bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmayı sağlamaktadır.

E-belediye sayesinde vatandaş, kaliteli hizmetlerden yararlanarak zamandan tasarruf etmekte, belediye ile ilgili işlemlerini belediyeye gelmeden halletmekte, şikâyet, dilek, istek ve önerilerini kolaylıkla iletebilmekte ve takip edebilmekte, vergi, fatura ödemelerini elektronik ortamda yapabilmekte, belediye sınırları içindeki alanların imar durumunu sorgulayabilmekte, her türlü ihtiyacını karşılayabilen tüm servislere erişebilmekte, beyan ve bildirimlerini yapabilmekte, sistemde mevcut anketlere katılarak yönetime katkı sağlayabilmekte, çalışmalar için fikrini iletebilmektedir. Kent Bilgi Sistemi ile altyapı, yapılaşma, trafik yönetimi, tapu ve kadastro gibi bilgiler tek bir havuzda toplanmakta ve ortak kullanıma sunulmaktadır. Bu sayede, vatandaşa sunulan hizmet kalitesi artırılmış ve vatandaşın hizmete daha çabuk ve kaliteli ulaşımı sağlanmıştır. Ayrıca, e-belediye sayesinde bilgiler dijital

ortamda saklandığından, kâğıt israfının da önüne geçilmiş ve maliyet açısından ciddi tasarruf sağlamıştır.

E-belediyeleşme süreci üç aşamada gerçekleşmektedir. Bunlar tek yönlü bilgi akışı, karşılıklı iletişim ve çevrimiçi işlem olanağı tanıyan uygulamalardır. Tek yönlü bilgi verme; belediyeden vatandaşa bilgi ve hizmet sunumunu ifade etmektedir. Örneğin, belediyenin web sitesi aracılığıyla sunduğu basın bültenleri, duyurular, faaliyet raporları vb. Bu aşamada, kullanıcının kişisel bir katkısı yoktur ve bilginin nasıl seçilip sunulacağı önemlidir. Karşılıklı iletişim safhası; belediyenin vatandaşa genel bilgileri tek yönlü sunmasından öte, bilginin kişinin ihtiyaç ve taleplerine göre kişiselleştirilmiş olarak sunulmasıdır. Örneğin, web sitesi üzerinden abone numarası belirterek su faturası borcu öğrenme, belediye otobüsüyle bir yerden bir yere nasıl gidilebileceğini sorgulama, semt adı vererek o semtteki belediyeye ait spor tesislerini öğrenme gibi hizmetler. Burada kullanıcıya bir bakıma kendi işlemlerini yapma imkânı verilmektedir. Ayrıca, belediyenin web sitesi üzerinden yaptığı anketlere katılma, e-posta gönderme gibi uygulamalar da karşılıklı iletişim örnekleridir. Çevrimiçi iletişim; bilginin tek veya çift yönlü aktarımından öte kamu hizmetlerine yönelik işlemlerin web sitesi üzerinden yapılmasıdır. Örneğin, kredi kartı ile çevre temizlik vergisi ödeme, belediye ihalelerine katılma, su ve doğalgaz aboneliği sözleşmesi yapma, belediye spor tesisine kayıt veya rezervasyon yapma. Bu işlemler, sunulmasındaki zorluk bakımından en üst düzeydedir. Belediyelerin kişisel bilgilerin güvenliği ile ilgili tedbirleri almasını ve işlemlerin gerçek zamanda yapılabilmesi için arka ofis süreçlerini gözden geçirmesini gerektirmektedir (Polat, 2006:12).

E-belediye kapsamında, vatandaşların ve tüzel kişilerin, belediyelerle ilgili hizmet türlerine erişimleri, internet gibi teknolojiler vasıtasıyla sağlanmaktadır. Bu sayede, uzun işlem ve bekleme süreleri kısaltmakta, yüksek işlem maliyeti ve insan emeği azalmakta; büyük oranda zaman, emek ve kaynak tasarrufu sağlanmaktadır. E-belediye, hizmetlere farklı erişim seçenekleri ile kullanıcılara kendi işini yapma olanağı sağlamaktadır. Vatandaşın istediği işlemi, elektronik ortamda icra edip sonlandırmasını sağlamakta, anket ve istek/şikâyet formları kullanılarak hizmetler talebe göre şekillendirilmektedir.

E-belediye hizmet başlıkları; harita, imar uygulaması ve kadastro işlemleri, kent/ bölge planlama, teknik altyapı hizmetleri ve koordinasyonu, park bahçe ve yeşil alanların yapım ve yönetim hizmetleri, kriz yönetimi, kentsel yönetim/denetim, teknik ve sosyal altyapı yönetim ve denetimi, ulaşım, trafik, adres numaralandırma bilgi sistemi, abone sistemi, imar durumu/çap işlemleri/yapı ruhsatı/yapı kullanma izin belgesi, fen işleri, vergi ve araçlar, toplu taşımacılık sistemleri, toplum sağlığı, eğitim, savunma ve güvenlik, ticaret ve sanayi, turizm, hizmet masalarıdır (anahtar.sanayi.gov, 2014).

2.2.1. E-Belediye Hizmetleri

Bu bölümde belediyelerin internet aracılığıyla web sitesinde mevcut olan işlemler açıklanmıştır.

a) Harita, İmar Uygulaması ve Kadastro İşlemleri

İmar Kanunu'nun 18'inci maddesi gereği, imar hududu içinde bulunan binalı veya binasız arsa ve arazileri malikleri veya diğer hak sahiplerinin muvafakati aranmaksızın, birbirleri ile, yol fazlaları ile, kamu kurumlarına veya belediyelere ait bulunan yerlerle birleştirmeye, bunları yeniden imar planına uygun ada veya parsellere ayırmaya, müstakil, hisseli veya kat mülkiyeti esaslarına göre hak sahiplerine dağıtmaya ve re'sen tescil işlemlerini yaptırmaya belediyeler yetkilidir. Bu kapsamda;

- İmar Kanunu'nun 18. Maddesi esaslarına göre işlemleri yürütmek
- Alan dengelemeleri, ifraz, tevhit, parselasyon, ölçü krokisi hazırlama
- Dağıtım, şuyulandırma, tapu yazımı
- Dönüşüm, projeksiyon, poligon, dizi hesapları işlemlerini yürütmektedirler.

b) Şehir/Bölge Planlama

Belediyeler, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununun Büyükşehir Belediyesinin Görev, Yetki ve Sorumlulukları'nı düzenleyen 7. maddesinin b, c, g, i, o, u, z fıkralarındaki görevlerini yerine getirmekle birlikte, aynı kanunun 11. maddesi gereği Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde yer alan ilçe ve ilk kademe Belediyelerinin imar ile ilgili olarak gerçekleştirdiği faaliyetleri denetlemekte, 14. maddesi gereği ise ilçe ve ilk kademe Belediyelerince imar ile ilgili alınan meclis

kararlarının incelenmesi ve sonuçlandırılması konusunda çalışmalar sürdürmektedir. Bu kapsamda:

- Kent envanterinin toplanması
- İmar planlarının çizimi, plan revizyonlarının veya değişikliklerinin yapılması
- Sayısal plan üretimine yönelik çalışmaların yapılması
- Nüfus ve alan dağılımı hesaplamaları, otomatik DOP hesabı, planlamaya özel hesaplamalar, arazi modeli üzerinde eğim, yükseklik, yön ve baki analizlerinin yapılabilmesi
- Şehir imar çalışmaları ve buna bağlı yol yapılanmasına elektronik ortamda erişilebilir olmalıdır.

c) Teknik Altyapı Hizmetleri ve Koordinasyonu

- Altyapı yatırımlarının takibi, güncellemesi, yenilenen içme suyu, kanalizasyon, atık su şebekelerinin, doğalgaz, elektrik, Telekom, kablolu TV hatlarının sistem üzerinden görüntülenmesi, arızaların, etkilenme analizlerinin yapılması

d) Park-Bahçe ve Yeşil Alanların Yapım ve Yönetim Hizmetleri

- Peyzaj mimarlığı ile ilgili projelerin hazırlanması ve bunların arazi modelleri üzerinde sunumunun kolaylaştırılması
- Keşfin çıkartılması

e) Kriz Yönetimi

- Doğal afetler öncesi ve sonrası yapılacak hizmetlerin tasarlanması,
- Gerekli malzeme ve teçhizatların sorgulanması,
- Araç, personel vb. destek bilgileri,
- Stok bilgileri,
- Kamu kurum ve kuruluşlarına ait bilgiler,
- Acil durum kontakt telefonları,
- Risk analizleri ve kısa yol analizlerinin yapılması
- İtfaiye, trafik, zabıta ve benzeri araçların gidecekleri yere en kısa ve uygun yoldan ulaşmalarının sağlanması
- Sivil savunma hizmetlerinin planlanması

f) Kentsel Yönetim/Denetim,

- Binaların; kat sayıları, yapı sistemleri, kullanım amaçları, ısıtma sistemleri, asansör durumları gibi bilgilere göre sorgulanması
- Yapı ruhsatı olmayan kaçak binaların sorgulanması
- Belediyeler kendi parsel ve binalarının kullanım, kira, işgal vb. durumlarının denetlenmesi
- Kentin yerleşik ve gelişme alanlarında açılması düşünülen yollar, park alanları, pazar yeri gibi alanların kamulaştırma bedelleri, hangi parsellerden kaç m² kamulaştırma yapılacağı gibi bilgilerin sorgulanması

g) Teknik ve Sosyal Altyapı Yönetim ve Denetimi

- Kentin altyapı sistemine ilişkin faaliyetlerin izlenmesi,
- Altyapıların (örneğin; sokak) son bakım tarihlerinin izlenmesi, bakım onarım programlarının oluşturulması
- Arıza durumunda etkilenen hatların izlenmesi
- Okul, sağlık ocağı, cami yeri vb. için yer seçiminin yapılması
- Muhtemel taşkın alanlarının belirlenmesi

h) Ulaşım

- Ulaşım politikalarının oluşturulması için kurum ve kuruluşlar ile vatandaşların katılımını sağlayacak iletişim ortamının sağlanması
- Ulaşım hizmetlerinden vatandaşın yararlanması
- Ulaşım sistemlerinden yararlanmak için tek tip ödeme sisteminin oluşturulması

i) Trafik

- Şehir içi trafik sistemlerinin politikalarının oluşturulması
- Oluşturulan ulaşım politikaları çerçevesinde geliştirilecek trafik sistemlerinin tüm sosyal tarafların ve vatandaşların katılımıyla gerçekleştirilmesi
- Trafik sistemlerinin işleyişi ve güncel yapısı ile değişimleri, elektronik ortamda yer almalıdır. Bu bilgi sistemi ile günlük trafik yönelimleri hakkında bilgi alınabilmesi

- Şehrin uygun yerlerinde ve elektronik ortamda yol durumu hakkında sürekli bilgi verilmesi

j) Adres Numarataj Bilgi Sistemi

- Büroda yada arazi kontrollerinde ihtiyaç duyulan; adres, imar, parsel, malik, bina, bağımsız bölüm, işyeri ve diğer bilgilere kısa zamanda ulaşım, numarataj paftalarının hazırlanması, yenilenen cadde-sokak isimleri, kapı numaralarının kısa zamanda güncellenip sisteme entegre edilmesi

k) Abone Sistemi

- Su ve doğalgaz gibi abone bilgilerinin takibi, ödeme durumları, kaçak kullanımların tespiti

l) Numarataj

- Büroda ya da arazi kontrollerinde ihtiyaç duyulan; adres, malik, bağımsız bölüm, imar ve diğer bilgilerin diz üstü ve el bilgisayarları ile sorgulanması, bu bilgilerin GPS destekli olarak araziden toplanarak sisteme girilmesi ve belediyelerin tüm Numarataj isteklerinin karşılanması

m) İmar Durumu/Çap İşlemleri/Yapı Ruhsatı/Yapı Kullanma İzin Belgesi

- Çap, imar durumu, istikamet krokisi hazırlanması
- Parsel ile ilgili grafik ve sözel bilgilere ulaşılması
- Yapı ruhsatı ve yapı kullanma izin belgelerinin verilmesi

n) Fen İşleri

- Yapılan işlerin, çalışan işçilerin, harcanan malzemenin, araçların takibinin yapılması, bilgilerin rapor çıktılarının alınması
- Belediyelerin hizmet sırasında harcadıkları asfalt, bordür vb. harcamalarını ve tahakkuk miktarlarını hesaplanması
- Harcamalara katılması gereken maliklere, emlak beyannamelerine göre katılım miktarının hesaplanması

o) Vergi ve Harçlar

- Emlak vergisi, çevre temizlik vergisi, ilan reklam vergisi vb. vergi ve harçların sayısal ortamda takibi ve ödenmesinin sağlanması

ö) Toplu Taşımacılık Sistemleri

- Yer altı ve yerüstü toplu taşıma sistemlerinin oluşturulması
- Durak yerlerinin ve transfer merkezlerinin yer seçimi analizlerinin yapılması
- Ulaşım haritalarının hazırlanması

p) Toplum Sağlığı

- Çevresel etki değerlendirme çalışmalarının yapılması
- Hastane, dispanser vb. birimlerin dağılımı ve kapasitelerinin izlenmesi
- Bölgesel hastalık analizlerinin yapılması
- Sağlık tarama faaliyetlerinin izlenmesi
- Ambulans hizmetlerinin planlanması

r) Eğitim

- Eğitim kurumlarının kapasiteleri ve bölgesel dağılımlarının izlenmesi
- Okuma-yazma oranlarının belirlenmesi
- Öğrenci sayılarının dağılımlarının belirlenmesi

s) Savunma ve Güvenlik

- Yasak bölgelerin belirlenmesi
- Suç analizleri, suç haritalarının çıkarılması

ş) Ticaret ve sanayi

- Sanayi alanlarının
- Organize sanayi bölgelerinin
- Serbest bölgeler, tekno-kentler belirlenmesi

t) Turizm

- Turizm bölgeleri, alanları ve merkezleri
- Turizm tesisleri ve kapasitelerinin belirlenmesi

u) Hizmet Masaları

- Vatandaşların problemlerini sorgulayarak, çözümü için gerekli işlemlerin yerine getirilmesini sağlayan hizmet masalarında belediyeye gelen tüm başvuruların tek merkezden değerlendirilmesi

2.2.2. E-Belediyenin Araçları

Belediyeler hizmetlerini internet vasıtasıyla gerçekleştirebilmek amacıyla birtakım unsurlara ihtiyaç duymaktadır. Bunlar web siteleri ve bilgi sistemleridir.

a) Bilgi Sistemleri

Vatandaşlar belediye ile ilgili tüm işlemlerini kuruma gelmeden, internet üzerinden ve/veya telefonlarını kullanarak gerçekleştirebilmektedirler. Telefon teknolojisi kullanılarak kredi kartı ile borç ödeme, şikâyet takibi, çeşitli konularda bilgi alma, randevu talep etme gibi hizmetler alınabilmektedir. Ayrıca, ülkemizde yaygın olarak kullanılan ve internet kullanımına oranla sayısal uçurum endişelerinin daha az olduğu cep telefonu da belediye hizmetlerine erişimde kullanılabilir. Örneğin, belediyenin sahip olduğu bir SMS numarasına sicil numarası gönderilerek emlak ve çevre temizlik vergisi ödenebilir. Gönderilen mesaj, kurumun veri tabanında sorgulanır ve cevabı anında cep telefonuna SMS mesajı olarak gönderilir. SMS teknolojisi ile yurttaşla belediye arasında kurulan iletişim, borç sorgulama uygulamalarının dışında, belediyenin Hizmet Masasıyla da iletişime geçmeye yardımcı olur. Belediyeye yapılan herhangi bir şikâyet, SMS mesajlarıyla takip edilebilir. Şikâyetin, belediye bünyesinde o an hangi birimde olduğu, sorunun giderilip giderilmediği ve sonuçları SMS yoluyla öğrenilebilir. Belediyeye ilgili herhangi bir konuda bilgi almak istendiğinde, yurttaşlar belediyeye cep telefon numaralarını önceden vererek istedikleri konularda SMS yoluyla bilgilendirilmeyi talep edebilir.

Kent bilgi sistemi, bir kentin her türlü ekonomik, sosyal, kültürel, idari hizmetlerini, insanlarını, sosyo-ekonomik niteliklerini, haritalarını, alt yapısını, gelir ve gider sistemlerini kapsayan sayısal ve sözel bilgilerin ilişkilendirilmesi; mükellefiyet ve aboneliklerin belirlenmesi, gerekli personel, bilgisayar donanımı ve yazılım alt yapılarının oluşturulması, karar ve denetim mekanizmasının daha hızlı ve doğru işlemesi için, veri toplama, bilgi sunma ve hizmet üretmede tam koordinasyonun sağlanmasıdır (beyazyazılım, 2014).

Kent bilgi sistemi, sahadan bilgi toplama, mevcut verilerin düzenlenmesi ve kullanılması, verilerin bilgisayar ortamına aktarılması, uygun yazılım geliştirilmesi, kurulum, teknik destek, bakım ve güncelleştirme aşamalarından oluşmaktadır. Kentteki mülkiyet bilgileri, imar planları, altyapı bilgileri, bina, işyeri, konut

envanterleri, yerel vergi kayıtları gibi yönetimde destek sağlayan tüm bilgileri içinde barındırmaktadır. Belediyelerin işleyişinin bilgisayar ortamında yapılmasını sağlayarak, birimler arasında güçlü bir koordinasyon sağlamakta, belediyelerin gelirlerini arttırmalarında yardımcı olmaktadır. Bu artışı, vergi kaçağını ortadan kaldırarak, hızlı imar planı yaparak, arsa üreterek, kamulaştırma maliyetlerini en aza düşürerek sağlamaktadır. Vatandaş, belediyenin planladığı projelerle ilgili görüşlerini yönetimle paylaşabilir, anketlere katılabilir, öneri ve şikâyetlerini doğrudan ilgili makamlara iletebilir. Kısacası, vatandaşların etkin biçimde yönetime katılması sağlanabilmektedir. Bu olanaklar, vatandaşların yaşam kalitesini yükseltmekte, belediye gelirlerini ve hizmet kalitesini arttırmaktadır. Bilgi sistemi aracılığıyla, kent ile ilgili en güncel haritalara ulaşılabilen, haritalara kadastro ile mülkiyet bilgileri işlenebilmekte, imar planları işlenebilmekte, alt yapı bilgileri sisteme aktarılabilir. Kent bilgi sistemi kullanımı ile önemli kent bilgilerine tek bir ekrandan ulaşılabilir. Kent bilgi sisteminin temel amacı; özellikle planlama ve hizmet amaçlı yatırım çalışmalarında yerel yönetimlerin optimum kararlara ulaşabilmesi için doğru-karar verme kapasitesini arttırmak, bu yatırımlara kentlilerin topyekün katılımını sağlamak ve kentliye çağdaş anlamda etkin hizmetler sunulmasına yardımcı olmaktır. Dolayısıyla, bilhassa kentsel hizmetlerin yerine getirilmesinde yerel yöneticiler için önemli bir karar-destek sistemidir (kentyazılım, 2014).

b) Belediye Ağ Sayfaları (Web)

Teknolojinin ve bilgi sisteminin gelişmesi ile birlikte, belediyelerde vatandaşlarla olan birebir ilişkiler internet ortamında devam etmektedir. Belediyelerin başarısı, halkın ihtiyaçlarının karşılanabilmesi ile doğru orantılıdır. Belediyeler, ağ sayfaları aracılığıyla, vatandaşın görüşlerini daha hızlı ve doğru olarak öğrenebilmekte, sosyal sorumluluklarını uygulayabilmekte, yönetimin karar almasını kolaylaştırmakta, vatandaşın belediyenin yapısı, birimleri, faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Belediye ağ sayfalarında, kent hakkında genel bilgiler, belediyenin kurumsal ve idari yapısı hakkında bilgiler, projeler, hizmetler, haberler, kentsel etkinliklerin, spor ve sosyal faaliyetlerin duyurulması, ulaşım hizmetleri ve çalışma planı, resmi ve özel kuruluşların adresleri yer almaktadır. Belediye ağ sayfalarında, çoğunlukla istatistikî bilgiler sunulmakta, sisteme kullanıcı adı ve parola ile giriş yaparak çevrimiçi işlemler yapılabilen, vatandaş ile iletişim formları,

telefon ve e-posta aracılığıyla iletişim kurulabilmektedir. Vatandaşın hizmet kullanmasını amaç edinen belediyeler, çevrimiçi ihtiyaçları karşılayabilecek düzeyde bilgi ve sistemi içermelidirler. Vatandaşın hizmet kullanmasını amaç edinmeyen belediyelerin ağ sayfalarında, yalnızca kurumsal bilgiler ansiklopedik bilgiler çerçevesinde yer almakta, vatandaşın ihtiyaçlarını karşılamamaktadır (Saraçbaşı, 2010:100).

2.3. BELEDİYELERDE HALKLA İLİŞKİLER: ÖNEMİ, AMAÇLARI VE ARAÇLARI

Belediyeler, kamu hizmeti verdiği için kâr amacı gütmeyen kuruluşlardır. Dolayısıyla, halkın memnuniyeti, hizmetlerin amaçlara hangi oranda katkı sağladığını tespit etmede önem kazanmaktadır. Halkın memnuniyeti veya memnuniyetsizliği de ancak halkla ilişkiler çalışmalarıyla ölçülebilmektedir.

2.3.1. Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi

Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan belediyelerin başarısı halkın yardımını ve katkısını sağlayabildiği alanda ve oranda artacaktır. Bu yardım ve katkının sağlanabilmesi için de bölge halkının bilgi edinme hakkını ve ihtiyaçlarını karşılamada iletişim teknikleri kullanılarak sağlıklı iletişim kurulması, halkın aydınlatılması, çalışmaların benimsetilmesi, yönetime karşı olumlu davranışlar yaratılması, başvuruyu kolaylaştırması, halka gerektiğinde bilgi verilmesi, kararların yerindeliğini ve yararlılığını arttırmak için halktan bilgi alınması, onların istek, ihtiyaç, yakınma ve tepkilerinin öğrenilmesi gerekmektedir. Bu da ancak halkla ilişkiler çalışmaları ile mümkündür (Özüpek, 2013:30).

Halkla ilişkiler tüm kamu kuruluşları için önem taşımaktadır. Özellikle demokratik bir toplumda halkın güveni ve desteği olmadan herhangi bir kuruluşun başarı kazanması mümkün değildir. Hizmet ve politikaları ve uygulamalarını halkın gereksinimleri ve istekleriyle uyumlaştıramayan kamu kuruluşları, toplum için doyurucu hizmet üretmekten uzak düşerler. Ayrıca demokratik toplumlarda “devlet” dâhil kamu yönetiminin varlık nedeni, topluma hizmet üretmektir. Bir başka anlatımla, yönetim-halk ikilisinde temel öge halktır. Yönetim halka hizmet için bir araçtır. Çünkü

temsili demokrasi ilkeleri içinde devlet yapısını oluşturan toplumdur (Yalçındağ, 1996:27).

Belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarının önemi üç başlık altında sıralanabilecektir (Bülbül, 1998:128):

- Belediyeler fiziki alanlarının küçüklüğü bakımından halkla daha yakındırlar. Bunun için de denetime sürekli açıktırlar. Yerine getirdiği hizmetler halkın gözü önünde geçmekte, birçoğu günlük yaşamla ilgili bulunmaktadır. Belediyeler, halkla ilişkiler çalışmalarına ağırlık ve önem vererek, hizmetlerini ve amaçlarını kamuoyuna bildirmek ve onları aydınlatmak zorundadırlar. Bu bağlamda halkla ilişkiler çalışmaları ile yönetim, hedef kitlelerine olumlu bir imaj yansıtma imkânını elde etmiş olacaktır.
- Belediyelerde genel karar organları seçimle göreve gelmekte, yine aynı yöntemle değişmektedir. Bu durum belediyelerin, diğer kamu kuruluşlarına göre halkın dilek ve önerilerine karşın daha duyarlı ve yakın davranmalarını öngörmektedir. Duyarlılığın, süreklilik ve daha çok anlam kazanması da kesintisiz, planlı ve yeterli düzeyde halkla ilişkiler çalışmalarıyla mümkün olmaktadır.
- Belediyeler, demokratik katılımı yönetim anlayışı olarak halkla ilişkiler uygulamaları çerçevesinde ele almak durumundadırlar. Yerel hizmetlerle ilgili, istendiği takdirde karar aşamasında, halkın katılımını sağlamakla, kuşkusuz daha başarılı sonuçlar elde edilecektir. Bu nedenle de katılımı daha çok gerçekleştirmek, ancak başarılı bir halkla ilişkiler çalışması ile mümkün olacaktır. Bu konuda yapılacak çalışmalar için yöntem ve imkânlar çeşitlidir.

Gerçek belediye niteliklerine sahip bir kent yönetiminde, halkla ilişkiler süreci temelde aşağıdaki konular çerçevesinde önem kazanmaktadır (Yalçındağ, 1996:29):

- Kent hizmetlerinin finansmanı için kentliden vergi toplanması ve benzeri yollarla kaynak sağlanması
- Kentte, belediye hizmetleri nedeniyle oluşan rantlardan en az belli bir bölümün belediyeye kazandırılması
- Kent kaynaklarının (insan gücü dâhil) belediye hizmetleri için etkili ve verimli biçimde kullanılması

- Kentin bugünü ve yarını ile ilgili önemli kararların, kamu yararı ve kentlilerin gereksinimleri doğrultusunda alınması

Halkla ilişkiler, demokrasi geleneğinin devam etmesinde veya sağlanmasında da önemli bir role sahiptir. Söz konusu belediyeler olunca bu yönetimlerin uyguladığı halkla ilişkiler metodu ve yöneten-yönetilen ilişkileri, demokratik değerlerle bir bağ kurulmasına olanak sağlar. Varlık nedenleri “halk için” olan belediyelere halkın katılımını sağlamak, halkın belediyesini oluşturmak, şüphesiz demokratik değerlerle ilgilidir. Bir yönetim, halkın katılımına ne kadar özen gösteriyorsa o kadar demokratik olur. Halkla ilişkiler bağlamında bireyin kamu kuruluşları karşısındaki konumunun tebaa ve yönetilen sözcükleri ile belirtilen nitelikten, yurttaş niteliğine ulaşması, ancak toplumlarda demokrasi değerlerinin tüm ilkeleri ve kurumları ile yerleşmesi sonucunda mümkün olmuştur (Yalçındağ, 1996:13).

İnsan ihtiyaçlarının çeşitlendiği ve arttığı günümüzde, asıl amaçları insanlara hizmet sunmak olan yönetimler, bu ihtiyaçlara daha çok yerel yönetimler aracılığıyla cevap vermeye çalışırlar. Yerel yönetimlerin en fonksiyonel ve geniş olanı olan belediyeler, bugün insanlara hizmet sunma noktasındaki en yoğun yerel yönetim birimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurumlar kendi dışında yer alan kişi ve kurumlarla, özellikle sosyal içerikli dış ilişkilere girer ve girişmelidirler (Sabuncuoğlu, 1998:14). Herhangi bir kurum, amaçlarını başarmak için gerek kendi örgütsel yapısı içinde gerekse de örgüt dışındaki çevrede bulunan kişilerle iyi ilişkiler kurmak zorundadır. Halkla ilişkilerin diğer yönetim fonksiyonlarından ayrılan en önemli özelliği, kurumun hem iç hem de dış çevresiyle iletişim kurmasını sağlamasıdır. Halkla ilişkilerde, hem kurum çevre etkileşimi hem de kurum içi etkileşim aynı derecede önemlidir (Arklan, 2009:130). Halkın merkezi yönetim kuruluşlarına karşı, yerel yönetim kuruluşlarına talep ve şikâyetlerini iletmeleri daha kolaydır. Vatandaşların her türlü talep, şikâyet, öneri ve dileklerine yönetim birimlerine duyurmada kullanabileceği en etkin yol halkla ilişkiler birimleridir. Halkla ilişkiler, belediye kurumu içinde bir birim ya da idari görev değil, belediyede en düşük dereceli memurdan üst düzey yöneticiye kadar, tüm görevlilerin devamlı sürdürdükleri bir faaliyet ve bir görevdir (Ertekin, 1995:5).

Belediye; beldenin ve belde sakinlerinin mahalli nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak için kurulan ve karar organları seçmenler tarafından belirlenerek oluşturulan, idari ve mahalli özelliklere sahip, bir kamu tüzel kişiliktir. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi, belediyeler her konuda halk ile doğrudan ilişki içerisindedir. Bu noktada halkın desteğini kazanmak, diğer kamu kurum ve kuruluşlarına göre belediyeler açısından çok büyük önem taşımaktadır.

2.3.2. Belediyelerde Halkla İlişkilerin Amaçları

Yerel yönetimlerde halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde sıralanabilir (zpek, 2013:32-33; TBD, 1992:71-72):

- Bireylerin temel haklarını gerçekleştirmelerine yardımcı olmak
- Kamusal mal ve hizmetlerin üretiminde verimli ve etkili olmak
- Demokrasinin gerçekleşmesine katkıda bulunmak
- Yerel yönetim kuruluşları tarafından kesin kararlar alınmadan önce, önemli yeni projeler hakkında vatandaşlara görüşlerini belirtme fırsatı vermek
- Yerel yönetimin işleyişi, sistemi ile kendi hak ve sorumlulukları hakkında vatandaşları aydınlatmak
- Kent halkının gerçekten ihtiyaı olan hizmetleri üretmek
- Hizmetlerde olası en st kalite düzeyini gerçekleştirmek
- Belde halkı ile belediye arasında anlayış birliğini, iyi niyeti sağlamak, başka bir anlatımla halkın güvenini kazanmak (Belediyeler, yaptıkları işin, aldıkları kararların doğru olduğuna belde halkını inandıramazlarsa, başarılı olamayacaklardır.)
- Belde halkını aydınlatmak ve onlara çalışmaları benimsetmek; belde halkını politikasından haberdar etmek
- Belde halkının belediye yönetimine karşı olumlu davranışlar içinde olmasını sağlamak
- Halkın belediye ile olan ilişkilerinde işleri kolaylaştırmak
- Belediye meclisi, encümen ve belediye başkanının aldığı kararların yerindeliliğini artırmak için belde halkından bilgi almak (Belediye karar organları tarafından kararlar alınmadan önce, yapılacak işler hakkında belde halkına görüşlerini belirtme olanağı vermek)

- Belediye yetkili organlarının almış olduğu kararlara ve mevzuata uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgi vermek
- Belde halkı ile iş birliği, gönül birliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesinde halkın katkısını temin etmek
- Belde halkının dilek, istek, öneri, telkin ve şikâyetlerinden yapılan çalışmalarda, hazırlanan plan, program ve diğer düzenlemelerde yararlanmak, aksaklıkların giderilmesi için yapılacak tüm etkinliklerde bunları değerlendirmek
- Belde halkından olmanın gururunu aşlamak
- Hizmetleri üretirken kent halkının parasını ve belediyenin kaynaklarını israf etmeden, verimli şekilde harcama yani minimum maliyetle maksimum fayda elde etmek
- Kamu yararı ve hukuka saygı ilkelerinden ayrılmadan insanı ön plana alarak insan hak ve özgürlükleri ve değerlerini gözetmek
- Kent halkına karşı duyarlı, sorumlu ve saygılı davranış sergilemek
- Toplumsal, ekonomik, kültürel, çevresel ve fiziksel nitelikleriyle yaşamaya değer birer mekân yaratmak, bu kentin varlığını sürdürmek ve gelecekte torunlarına miras bırakmaktır.

2.3.3. Belediyelerde Halkla İlişkiler Araçları

Vatandaş, bir konudaki istek ve beklentilerini dile getirmek, bilgi ve hizmet alabilmek maksadıyla belediyelere başvurmaktadır. Kimi zaman istediği bilgilere ulaşamamakta, yetkili personel ile ilgili sıkıntılar yaşayabilmektedir. Kimi zaman da belediyeye gitmek yerine e-belediye sayesinde sorunlarına çözüm bulabilmektedir. Belediyelerin, vatandaşın ihtiyaçlarını karşılayabilmek, yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkileri yönetebilmek, günlük yapılan işlemlerin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesini sağlamak maksadıyla, hem halkı/vatandaşı tanımaya, hem de kendi faaliyetlerini tanıtmaya ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır.

a) Belediyelerin Halkı Tanımaya Yönelik Faaliyetleri

Halkın istek, beklenti, yakınma ve eleştirilerinin öğrenilerek yapılacak çalışmaların yeniden planlanarak ele alınması danışan yönetici birimine üstünlük sağlamakta ve aldığı kararların uygulanabilirlik şansını da olabildiğince

fazlaştırmaktadır (Kazancı, 1996:135). Çünkü halka danışılarak elde edilebilen bu saptamalar aracılığıyla belediye karar ve yürütme organları, hizmet politikaları ve uygulamalarındaki doğru ve yanlışları anlama olanağına kavuşacak, daha da önemlisi halkın bunlarla ilgili görüş ve tavırları öğrenilmiş olacaktır (Yalçındağ, 1996:101).

Vatandaşların Kişisel Başvuruları: Halkın isteklerinin yönetime ulaştırılmasında kişisel başvurular büyük önem taşımaktadır. Kişisel başvurular, halkın şikâyet ve isteklerinin belirlenmesinde, yönetime de gerekli bilgilerin ulaşmasında etkili bir araçtır. Kişisel başvurular, yönetime geri bildirim sağlamasıyla önem arz etmektedir. Başvuruda bulunacak kişilerin saygılı bir tutumla karşılanacaklarına inanmaları gerekmektedir. Kişisel başvurular sözlü ve yazılı olabildiği gibi, sözlü kişisel başvuruların vatandaşların etiketlerine, eğilimlerine bakılmaksızın nesnel olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Tortop, 1986:122). Vatandaşlar istek ve şikâyetlerini yazılı olarak da yönetime ulaştırabilmektedir. Dilekçe denilen bu yazılı başvurular, anayasa ile güvence altına alınmıştır. Anayasaya göre, vatandaşların TBMM'ye kadar uzanan dilekçe hakları ve dilekçelere yönetimin cevap verme zorunluluğu vardır.

Kişisel başvuru mekanizması, yönetilenlerden yönetime doğru bilgi akışının sağlanmasının yollarından biridir (Özüpek, 2013:43). Vatandaşların bireysel başvuruları, yönetimin işlevlerini icra etmesinde ve çalışmaların işleyişine de yön vermektedir. Bireysel başvurularda, başvuruların titizlikle ele alınacağı ve gereğinin yapılacağına dair inancın oluşturulması gerekmektedir. Bununla birlikte, aşırı kırtasiyecilik ve çeşitli nedenlerle işlemlerin geciktirilmemesi, dolayısıyla iş sahiplerinin üst yöneticiye ulaşma isteklerinin oluşturulmaması gerekmektedir. Böyle bir durum, üst yöneticinin kendi asli görevinden ziyade, çok sayıdaki küçük ayrıntıyla boğuşmasına neden olmaktadır (Özüpek, 2013:43). Kişisel başvuru yollarından bir diğeri de, gazetelerin okuyucu sütunlarıdır. Buralarda çıkan, vatandaşların birçoğunu ilgilendiren isteklerin, yönetim tarafından dikkatle izlenmesi ve gereğinin yapılması lazımdır. Dilek ve şikâyet kutuları da kullanılacak yollardan birisidir (Ulu, 1994:49).

Belediyelerde hizmet alan halkın istek ve yakınmalarını tespit etmek için genelde kurum binalarının girişlerinde önemli cadde ve sokaklarda dilek-şikâyet kutuları yer almaktadır. Halk dilek ve şikâyetlerini yazılı olarak bu kutular yoluyla

yönetimlere iletebilme şansına sahip olurlar. Bu kutular belirli zaman aralıklarında açılıp dilek ve şikâyetlere ulaşılmaktadır. Bu yöntemin bir özelliği bazı bireylerin çekinerek aktaramadıkları sorun ve önerileri isimsiz dilekçe, yazı vb. ile yönetime iletmeleridir (Bülbul, 2004:153).

Temsilci Niteliğindeki Kişi ve Gruplarla Temas: Halkın yönetim faaliyetleri hakkındaki dilek ve şikâyetlerini öğrenmek açısından kullanılacak yöntemlerden birisi de siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel nitelikli sivil toplum kuruluşlarıyla girişilecek ilişkilerdir. Kamu yararının tespitinde bu ilişkiler büyük önem taşımaktadır. Bu yöntemde yönetim, halkın kendi içinden seçtiği veya atama ile görevlendirdiği kişilerle iletişime geçmektedir.

Halkın temsilcileri, mahalle muhtarı ve ihtiyar heyeti üyeleri, belediye meclis üyeleri, sendika ve dernek temsilcileri haber kaynağı niteliğinde gördüğümüz önemli kişilerdir. Özellikle belediye meclis üyeleri ile mahalle muhtar ve ihtiyar heyeti üyelerinin seçilmiş olmaları ve görevleri ile bağlantılı olarak halkın dilek ve isteklerine tercüman olduklarını varsaymak, doğru ve isabetli bir yaklaşımdır (TBD, 1992:73).

Hemşehri Profili: Belediyelerde kaliteli hizmet üretmeleri yerel yönetimi sorgulayan denetleyen gerektiğinde destekleyen bu amaçlar için sivil toplum örgütlerinden faydalanan iletişim içerisinde olan aktif katılımcı ve sorumlulukların bilincinde olan hemşehrilerin varlığına bağlıdır. Katılım saydamlık ve halkla ilişkiler yönetimlerinin hepsi hemşehrilerin bu konuda bilinçlenmeleri için uygun araçlardır. Hemşehrilerin yerel yönetimlerin herhangi bir kararı, projesi ve programı ile ilgili görüşlerini, isteklerini, yakınmalarını ve şikâyetlerini iletmek için yapılacak girişimler özendirilmeli ve işbirliği yapılmalıdır. Sorumlu ve etkin hemşehricilik halkın yerel yönetim çalışmalarına karşı duyarlılığını artıracak ve halkla ilişkiler programlarının yardımı ile hemşehri bilincinin gelişmesi yerel yönetimleri halk denetimi altında daha etkili ve verimli hizmetler üretmeye zorlayacaktır. Hemşehrilerin soru sormalarına imkân sağlamak için belediye meclislerinde özel toplantılara katılımları sağlanmalıdır (Yalçındağ, 1996:211-213).

Belde sınırları içinde yaşayan insanlar bir bakıma bütün halk, belediyecilik yönünden hedef kitle olarak kabul edilmekte olup hemşehri olarak da

tanımlanmaktadır. Hemşehri kitlesi belde sınırlarında yaşayan insan grupları içerisinde yer almaktadır. Hemşehri denilen bu insan grupları; seçmen olanlar ve seçmen olmayanlar, çocuklar, gençler ve yaşlılar, erkek ve kadınlar, beldede eski oturanlar ve yeni taşınanlardır (Bülbül, 2004:151).

Belediyelerde hemşehri başvuru büroları kurulmaktadır. Bu sistemde başvuru yapanın şikâyeti, adı, soyadı ve adres bilgileri alınmakta, sorunun çözümüne ilişkin olarak ilgili birime bildirilmekte, sorun çözülene kadar takip edilmekte ve sonuç hakkında şikâyetçiye dönüş yapılmaktadır. Sorunun çözümünde gecikme olması halinde ilgili birim uyarılmaktadır. Bu sistemin halkla ilişkiler açısından çok önemli bir yöntem olduğu söylenebilir. Çünkü hangi araç kullanılırsa kullanılsın halk kolaylıkla belediyeye ulaşabilmekte, sorunun çözümü için muhatap aramak zorunda kalmaksızın tek birim üzerinden muhatap bulunabilmekte ve sistem de verimli bir şekilde işletilebildiği takdirde sorun kısa sürede çözülebilmektedir (Özüpek, 2013:44). Günümüzde belediyelerin çoğunda bu tip bürolar bulunmakta, vatandaşların istek ve şikâyetlerinin çözümünde önemli rol oynamaktadır.

Kamuoyu Yoklamaları: Kamuoyu araştırmaları, kamu yönetimine ait il, belediye, kasaba ve köy gibi kurumların hizmetlerini, politikalarını topluma duyurmak; halkın isteklerini, beklentilerini ve sosyal hizmetler ile ilgili görüşlerini almak için yapılan toplumsal araştırmalarımızdandır. Kamuoyu yoklaması, halkın kamunun eğilimini belirlemek için gerçekleştirilen bir araştırma yöntemi ve birçok konuyla (siyasal, sosyal, ulusal, yerel vb.) ilgili olarak, düzenli bir biçimde yapılan ankettir. Kamuoyu yoklamaları, halkı tanımanın yollarından biri olup her açıdan yerel yönetimler ve belediyeler için çok önemlidir. Kamuoyuna kararlar alınmasından önce başvurulmaktadır. Ülkemizde ise daha çok yeni belediye teşkilatı kurulması isteminde ve başka belediyelerle birleşme konularında gerçekleştirilmektedir (Bülbül, 2004:152).

Alınacak kararların isabetli ve uygulanabilir nitelikte ve çoğunluğun isteklerini yansıtır olması, kamuoyu araştırmaları ile tespit edilir. Bu araştırmalar, kamu kuruluşunun halkla ilişkiler birimi aracılığı ile yapılabileceği gibi, başka kurumların yaptığı araştırmalardan yönetsel amaçlarla da yararlanılabilir. Araştırma, anket ve görüşme yöntemleri, tutarlı, yansız ve gerçekçi nitelikte olmalıdır (Yalçındağ, 1986:154).

Kamuoyunun görüşü olarak elde edilen ve sunulan sonuçlar, her zaman çoğunluğun yaklaşımına işaret etmemektedir. Bu yaklaşım, bir anlamda, yerel kamuoyu olarak hangi unsurların dikkate alınacağı konusunu gündeme getirmektedir. Taşıdığı önem açısından bu gibi anket çalışmalarının belirli periyotlarla yapılması yerinde olacaktır. Ancak seçim dönemleri dışında, belediyeler bu yöntemi pek tercih etmemektedir (Özüpek, 2013:46).

Özellikle kamu kesiminde üst yöneticiler kamuoyunun desteğine ve ilgisine büyük ölçüde ihtiyaç duyarlar. Onlar için kamuoyunun desteğini yitirmek siyasal yaşamdan silinmek veya oy kaybının en önemli nedenidir (Tikveş, 2005:157). Kamuoyu yoklamaları çok faydalı olmalarına rağmen en az başvurulana yoldur. Oysa ki tanımak ve tanıtmak bağlamında kamuoyu yoklaması daha sık yapılmalıdır (Tortop, 2009:96). Kamuoyu araştırmaları belli sınırlar taşımalarına rağmen kamu görevlileri için birçok önemli işlev görebilir. Belediyede halkın, değişik yerel grupların belli konulardaki görüş ve yaklaşımların belirlenmesinde, yerel topluluğun değişen hizmet taleplerinin ortaya konulmasında, etkin ve ilgili bir yurttaş topluluğu yaratılmasında ve halkın bilgilenmelerinde bu araştırmaların katkılarından söz edilebilir. Halkla ilişkiler kurumsal itibarı korumak ve hedef kitlelerle ilişki kurmak için vardır (Yayınoğlu, 2005:211).

Öte yandan Yalçındağ (1996:109-110), kamuoyu araştırmalarının sonuçlarından şu amaçlarla yararlanılabileceğini ifade etmektedir:

- Araştırmadan elde edilen bilgiler, belediye yöneticileri için hizmet politikaları açısından yanlışlar varsa bunların düzeltilmesine olanak sağlar.
- Araştırma sonuçları belediye hizmetlerinin örgütlendirilmesi ve çalışma yol ve yöntemlerinin geliştirilmesi konularında belediye yönetimine ışık tutabilir.
- Kent halkı tarafından bir belediye hizmet politikasının ya da uygulamasının genelde onaylandığına ilişkin bilgiler elde edilmesi durumunda bu politikalardan ve uygulamalardan çıkarları zedelenen küçük ama çıkarlarını çok yüksek sesle savunan gruplara karşı belediye yönetimine kendisini, politikalarını ve uygulamalarını savunma olanağı verir.
- Kamuoyu araştırmaları belediyeden ve hizmetlerinden memnun olanların görüşlerinin de yansımaya olanak sağlamaktadır.

- Yakınmalarını ya da istek ve beklentilerini başka yollarla belediyeye aktaramamış olan kesimlerin görüşlerinin kamuoyu araştırması aracılığı ile belediyeye ulaştırılması mümkün olabilmektedir.
- Kamuoyu araştırmaları belediye yöneticilerine kimi sorunların daha başlangıç aşamasında büyümeden saptanması ve çözüm üretilmesi için fırsat yaratabilmektedir.

Anketler: Alan araştırmalarında en çok başvuru alan veri toplama tekniklerinden birisi de anketlerdir. Yapılan araştırmalarda verilerin istatistiksel temellere dayalı olması araştırmaların değerini artırmaktadır (Budak, 2000:138). Bu tür araştırmalar, ciddi finans desteklerine ihtiyaç duymaktadır (Erdoğan, 2006:192). Özellikle halkın istek ve önerilerini görüş ve beklentilerini öğrenmek aşamasında başvuru alan en önemli yöntemlerden birisi ankettir. Belediyeler yapacakları çalışmalara yön vermek başarılarını ölçmek hizmet alan halkın memnuniyeti veya şikâyetini öğrenmek yapılan hizmetlerin hizmet alan halk tarafından kabulünü öğrenmek ve özellikle halkın yönetime katılımını sağlamak için ankete başvurmaktadırlar. Anket ve ankete benzer çalışmalar belediyelerin ilgili birimleri veya bu alanda uzman özel kuruluşlara gerekli ücret ödenerek yapılmaktadır. Anketlerde en önemli kıstas objektifliktir (Bülbül, 2004:151).

Halkı Dinleme: Belediyeler halkı dinleme yöntemine halkın dilek, şikâyet ve düşüncelerini belirlemek için başvurmaktadırlar. Halkı dinleme uygulaması ülkemizde her geçen gün daha da yaygınlaşmakta ve ilgi görmektedir. Sadece belediyeler değil birçok yerel yönetim valilik, kaymakamlıklar ve müdürlükler belirli zamanlarda kapılarını açarak halkı dinleme etkinliği yapmaktadırlar. Halkı dinleme uygulaması ile yüz yüze görüşme sağlanarak birebir duygu, düşünce, fikirler karşılıklı olarak aktarılmaktadır. Bu faaliyet bir nokta da yönetimin halkın ayağına gitmesi olarak da adlandırılabilir. Bu toplantılar halk günü dert dinleme toplantısı halk saati gibi adlarla hayata geçirilmektedir (Bülbül, 2004:153).

Halkla kurulan yüz yüze ilişkiler sonucunda elde edilen bilgilerin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için kurumda etkin bir örgüt içi iletişim ağına ihtiyaç vardır. Kurulan yüz yüze ilişkilerin çoğu, alt kademe birimleri ve çalışanlarıyla gerçekleşmektedir. Bu nedenle elde edilen verilerin değişikliğe uğramadan üst

yönetime kadar ulaşması gecikmektedir. Yüz yüze görüşme yönetime yalnızca önceki eylem ve kararların halk gözünde tepkilerini öğrenme imkânı vermez. Gelecekteki yönetsel davranışının ne olması gerektiği konusunda da ipuçları içermektedir (Özüpek, 2013:44).

Medya Takip: Belediyelerin hemen hepsinde gazete ve dergiler izlenerek haber, röportaj, okuyucu mektubu, köşe yazıları vb. bölümlerdeki belediye ile ilgili yazılar kesilerek sistemli biçimde dosyalanmakta ve bu tür bilgilerin yoğunluğuna bağlı olarak ya doğrudan ya da özetleri başkana iletilmektedir. İnternet odaklı yeni iletişim teknolojileri ile özellikle büyükşehir belediyeleri medya takip merkezlerinden hizmet almaya başlamışlardır (Özüpek, 2013:48-49).

Şikâyet Kutuları: Çeşitli sebeplerle, dilek, istek ve şikâyetlerini yüz yüze iletmekten kaçınan vatandaşlar için şehrin çeşitli yerlerinde bulunan kutular da etkili olarak kullanılmaktadır.

Personelden Elde Edilecek Bilgiler: Halkla iç içe olarak çalışan belediye görevlilerinden elde edilecek bilgiler, halkın belediyeye ilişkin sorunları, beklentileri, istekleri ve varsa olumlu görüşlerinin saptanması açısından önemli bir kaynak niteliğindedir (Özüpek, 2013:49).

b) Belediyelerin Yürüttükleri Faaliyetleri Tanıtmak Amacıyla Başvurdukları Araçlar

Profesyonel halkla ilişkiler faaliyetlerinin başından bu yana, kuruluşlar özellikle kurumlarıyla ilgili haberler konusunda hedef gruplara ulaşabilmek için gazetecilere yönelmektedir. Hedef kitlelerini bilgilendirmek amacıyla basına yönelik çalışmalar yaparak bültenlerini kendileri ileten kuruluşlar, son dönemlerde internetin yaygın bir araç olarak kullanılmasıyla birlikte kendileriyle ilgili gelişmeleri web sayfaları aracılığıyla aktarabilmektedirler (Okay ve Okay, 2003:122). İstenilen bilgi, rahatlıkla internet üzerinden sağlanabilmektedir. Özellikle kamusal alanda hizmet sunan belediyelerde bu durum diğer kuruluşlardan daha farklı bir boyutta önem taşımaktadır. Halk bu süreçte hem alınan kararlardan haberdar olmak istemekte hem de alınacak kararlara görüşleriyle yön vermek istemektedir. İnternet kullanılarak belediyelerin yaptığı tanıtma faaliyetleri şöyledir (Tarhan, 2007:8):

Belediye Yönetimine İlişkin Tanıtım: Belediyede görev yapan kişilerin -başta başkanlık ve alt birimler olmak üzere- genel anlamda fotoğraf, özgeçmiş ve bulundukları birimler hakkında kısa bilgiler sunulmaktadır.

Yapılan Hizmetlerin Duyurulması: Belediye tarafından vatandaşa yönelik gerçekleştirilen hizmetler ile yapılacak faaliyetlerinin halkın katılımını sağlamak amacıyla yer, gün ve saat ayrıntılarıyla aktarılmasını kapsayan tanıtma yöntemidir.

Sosyal ve Kültürel Etkinlikler Hakkında Verilen Bilgiler: Belediyenin ilgili birimlerince gerçekleştirilen ve sosyal belediyecilik kapsamında yürütülen çalışmalar ile kültürel etkinlikler konusunda halkın bilgilendirildiği tanıtma yöntemidir.

Belediye Meclisi Kararları: Belediyenin seçimle belirlenen ve farklı parti temsilcilerinin de yer aldığı üyelerin yapılacak faaliyetler konusunda aldığı kararların aktarılarak halkın haberdar edildiği bir tanıtma yöntemidir.

Belediye Bünyesindeki Müdürlüklerin İşleviyle İlgili Tanıtımlar ve Erişim Olanakları (Teşkilat şeması, telefon, fax, e-mail): Belediyeden herhangi bir sorununun çözümü için başvuran vatandaşın hangi birimden hangi bilgiyi alabileceği ve bu birimlere hangi iletişim araçlarıyla nasıl ulaşabileceğine ilişkin bilgilerin sunulduğu tanıtma yöntemidir.

Belediye İle İlgili Kurumsal Haberler: Belediyenin kendi içindeki özellikle kurumsal yapısı, kimliği ve buna yönelik çalışmalarıyla birlikte çalışanlarıyla ilgili aktivite ile gelişmelerin aktarıldığı tanıtma yöntemidir.

Belediyenin Bulunduğu İl ve Kültürel ya da Turistik Değerleriyle İlgili Temel Bilgiler: Belediyenin hizmet verdiği ilgili ilin ya da yörenin kültürel ve turistik değerleriyle ilgili tanıtımın yapıldığı bir anlamda da genel olarak il ve ülke tanıtımına hizmet eden bir tanıtma yöntemidir.

Başkan: Belediye Başkanının özgeçmişi, iletişim bilgileri, başkanın çeşitli etkinliklerde halkla birlikte çekilen fotoğraflarının yer aldığı tanıtma amacı taşıyan bir yöntem olarak değerlendirilebilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNDE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Hazırlanmış olan bu tez çalışması kapsamında yeni iletişim teknolojilerinden internet ve buna bağlı olarak kurumsal web sayfaları, halkla ilişkiler etkinliklerinin bir uygulama alanı olarak ele alınmış ve büyükşehir belediyelerinin web sayfa tasarımları ve içerik düzenlemeleri bağlamında değerlendirilmiştir. Türkiye’de Ankara, İstanbul ve İzmir başta olmak üzere, Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon ve Van olmak üzere toplamda 30 büyükşehir belediyesi araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

Çalışma kapsamında, Türkiye’deki büyükşehir belediyelerinin vatandaşın isteklerini karşılayabilecek düzeyde çalışmalar yapıp yapmadıkları ayırt edilecek düzeyde, çalışmaların amaca hizmet edip etmediği konusunda bir sonuca varılmaya çalışılmıştır. Büyükşehir belediyelerinin web sayfaları incelenirken, sosyal medya araçlarını kullanıp kullanmama, vatandaşla iletişim derecesi, faaliyetlerinin uygulanabilirlik düzeyi hususlarına yoğunlaşmıştır. Tez çalışmasının temel amacı, büyükşehir belediyelerinin halkla ilişkiler faaliyetlerindeki etkinlik ve verimliliğini çözümlmek, halkın yönetime katılımını sağlamak için kurumsal web sayfalarında halkla ilişkiler uygulamalarından ne ölçüde faydalandığını ortaya koymaktır.

3.2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

“Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışmasında halkla ilişkiler faaliyetleri bağlamında kurumların yeni iletişim teknolojilerini efektif biçimde kullanılıp kullanılmadığı incelenmiştir. Tez çalışmasının amacına uygun biçimde “Büyükşehir Belediyelerinin web sayfalarının halkla ilişkiler faaliyeti olarak tanıtım odaklı hazırlanıp hazırlanmadığı”, “Büyükşehir Belediyelerinin web sayfalarının

kullanım kolaylığı odaklı hazırlanıp hazırlanmadığı”, “Büyükşehir Belediyelerinin web sayfalarının bilgilendirici olup olmadığı”, “Büyükşehir Belediyelerinin web sayfalarının görsel çekiciliğe sahip olup olmadığı” ve “Büyükşehir Belediyelerinin web sayfalarının yeterli düzeyde güncellenip güncellenmediği” araştırma sorularına yanıt aranmıştır. Bu bağlamda 30 Büyükşehir Belediyesi web sayfası, hazırlanan ve EK 3’de yer alan veri formu çerçevesinde içerik çözümlemesi yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular tez çalışmasının Bulgular bölümünde detaylı olarak sunulmuştur.

3.3. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Tez çalışması kapsamında Nisan-Haziran 2015 tarihleri arasında 30 Büyükşehir Belediyesi’nin web sayfası belirlenen kriterler çerçevesinde ele alınmıştır. Yapılan incelemede, büyükşehir belediyelerinin kurumsal web sitelerinin benzerlik ve farklılıkları, halkla ilişkiler faaliyetleri, e-belediye uygulamaları ile web sitesi tasarımlarının ölçütlere uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Alana ilişkin yapılan çalışmaları tespit etmek üzere yapılan literatür taramasında; halkla ilişkiler, yeni iletişim teknolojileri, sosyal medya, belediye, e-devlet, e-belediye vb. konularda yayımlanmış kitap, dergi, tez, mevzuat ve internette bulunan çeşitli makalelerden faydalanılmıştır.



Görsel 3.1. Türkiye’de Bulunan Büyükşehir Belediyeleri.

Kaynak: emlakansiklopedisi, 2014.

Bir kurumsal web sitesi, hem tek yönlü hem iki yönlü bilgi alışverişine imkân tanıyabilmektedir. Kotler ve Lee'nin (2007:12-17) ifade ettiği gibi bir web sitesi hem iletişim kanalı (dolayısıyla en azından enformasyon sağlayan bir kaynak) olabilmekte hem de kamu kuruluşlarının hizmet ve işlemlerinin vatandaşla ulaştırıldığı bir dağıtım kanalı olabilmektedir (Yayınoğlu, Sayımer ve Arda, 2007:143). Bu tez çalışması kapsamında yapılan araştırmada, web sitelerinin, ana sayfalarının karşılaştırılmasıyla iletişim kanalı yönü incelenmiş; e-belediye uygulamalarının incelenmesiyle dağıtım kanalı yönü incelenmiştir. Ana sayfa, kullanıcıya bir web sitesi hakkında ilk izlenimi vermekte ve kullanıcının ilgili web sitesinde istediği bilgiye ulaşım sağlayacağına karar vereceği için önem arz etmektedir. Bu kapsamda, büyükşehir belediyelerinin ana sayfaları kullanım kolaylığı, bilgilendiriciliği, görsel çekiciliği ve güncelliği çerçevesinde incelenmiştir. Ölçütlerin oluşturulmasında, özellikle bir web sitesinde bulunması gerekenler ile halkla ilişkiler açısından bulunması gerekli nitelikler belirlenmiş ve bu nitelikler birbirleriyle olan ilişkileri açısından irdelenerek sınıflandırılmıştır. Sınıflandırılan bu ölçütler şunlardır:

- Kullanım Kolaylığı: Arama motoru bulundurma, site haritası bulundurma, sosyal medya araçları, faydalı linkler bulundurma, hizmet rehberi bulundurma, sorgu işlemleri, dil seçeneği, halkla ilişkiler faaliyetleri.
- Bilgilendirici Olma: Kurumsal bilgi, hizmet rehberi, duyurular, haberler, e-belediye faaliyetleri, mevzuat bulundurma, projeler, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler, arşiv, iletişim, bilgi edinme, anket.
- Görsel Çekicilik: Logo tasarımı, slogan, arka plan tasarımı, görsel kullanımı, font kullanımı, başlıklar ve alt başlıklar, anahtar kavramlar, sanal tur, foto galeri, video galeri, canlı kamera.
- Güncellik: Haberler, duyurular, etkinlikler ve canlı kameraların güncelliği.

3.4. BULGULAR

“Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışması kapsamında 30 Büyükşehir Belediyesi’ne ait web sitesi, yürütmekte oldukları halkla ilişkiler faaliyetleri bağlamında, görsel sunumları ve içerikleri kapsamında ele alınmıştır. İncelenen Büyükşehir Belediyeleri ve web sayfa adreslerine ilişkin detaylı bilgi Tablo 3.1’de sunulmuştur.

Tablo 3.1. Tez Kapsamında Web Sayfaları İncelenen Büyükşehir Belediyeleri

Büyükşehir Belediyesi	Web Adresi	Büyükşehir Belediyesi	Web Adresi
Adana	http://www.adana.bel.tr/	Kayseri	http://www.kayseri.bel.tr/
Ankara	http://www.ankara.bel.tr/	Kocaeli	http://www.kocaeli.bel.tr/
Antalya	http://www.antalya.bel.tr/	Konya	http://www.konya.bel.tr/
Aydın	http://www.aydin.bel.tr/	Malatya	http://www.malatya.bel.tr/
Balıkesir	http://www.balikesir.bel.tr/	Manisa	http://www.manisa.bel.tr/
Bursa	http://www.bursa.bel.tr/	Mardin	http://www.mardin.bel.tr/
Denizli	http://www.denizli.bel.tr/	Mersin (İçel)	http://www2.mersin.bel.tr/
Diyarbakır	http://diyarbakir.bel.tr/	Muğla	http://www.mugla.bel.tr/
Erzurum	http://www.erzurum.bel.tr/	Ordu	http://www.ordu.bel.tr/
Eskişehir	http://www.eskisehir.bel.tr/	Sakarya	http://www.sakarya.bel.tr/
Gaziantep	http://www.gantep.bel.tr/index.html	Samsun	http://www.samsun.bel.tr/
Hatay	http://www.hatay.bel.tr/	Şanlıurfa	http://www.sanlıurfa.bel.tr/
İstanbul	http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/	Tekirdağ	http://www.tekirdag.bel.tr/
İzmir	http://www.izmir.bel.tr/	Trabzon	http://www.trabzon.bel.tr/
Kahramanmaraş	http://www.kahramanmaras.bel.tr/	Van	http://www.van.bel.tr/

Büyükşehir Belediyelerinin web sayfaları, “Kullanım Kolaylığı”, “Bilgilendirici Olma”, “Görsel Çekicilik”, “Güncellik” ve sayfanın genel değerlendirmesi başlıkları çerçevesinde incelenmiş olup; “Kullanım Kolaylığı” başlığı altında web sitesinde, (a) arama motorunun bulunup bulunmaması ve konumu, (b) site haritasına yer verilip verilmediği, konumu ve başlığı, (c) sosyal medya araçlarına başvurulup yaygın olarak kullanılıp kullanılmadığı, (ç) siteyi ziyaret edenler için faydalı linklerin bulunup bulunmadığı, konumu ve başlığı, (d) hizmet rehberi kullanmayı tercih edip etmedikleri, (e) sitede kullanıcılara yönelik dil seçeneğine yer

verip vermedikleri ve (f) halkla ilişkiler konusuyla doğrudan ilişkili link, başlık ya da herhangi bir bilginin bulunup bulunmadığı araştırılmıştır.

İncelenen web sitelerinde arama motoru bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumunun neresi olduğuna bakıldığında 22 web sayfasında yer aldığı, 8 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. 13 arama motoru sağ üstte, 1 arama motoru sağ en altta, 2 arama motoru üstte, 1 arama motoru ortada, 2 arama motoru üst ortada, 1 arama motoru sağda, 2 arama motoru logo konumunda yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.2’de sunulmuştur.

Tablo 3.2. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Arama Motoru ve Konumu

Büyükşehir Belediyesi	Arama Motoru	Konumu	Büyükşehir Belediyesi	Arama Motoru	Konumu
Adana	Var	Sağ üstte	Kayseri	Var	Sağ üstte
Ankara	Var	Sağ üstte	Kocaeli	Var	Sağ üstte
Antalya	Var	Sağ üstte	Konya	Yok	-
Aydın	Var	Sağ en altta	Malatya	Var	Sağda
Balıkesir	Var	Üstte	Manisa	Var	Sağ üstte
Bursa	Var	Sağ üstte	Mardin	Var	Üst ortada
Denizli	Var	Sağ üstte	Mersin (İçel)	Yok	-
Diyarbakır	Var	Ortada	Muğla	Var	Sağ üstte
Erzurum	Var	Üstte	Ordu	Yok	-
Eskişehir	Var	Üst ortada	Sakarya	Yok	-
Gaziantep	Yok	-	Samsun	Var	Sağ üstte
Hatay	Yok	-	Şanlıurfa	Yok	-
İstanbul	Var	Sağ üstte	Tekirdağ	Yok	-
İzmir	Var	Sağ üstte	Trabzon	Var	Logoda
Kahramanmaraş	Var	Sağ üstte	Van	Var	Logoda

İncelenen web sitelerinde site haritası bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumu ve başlığının ne olduğuna bakıldığında 13 web sayfasında yer aldığı, 17 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. 3 site haritası sol üstte, 1 site haritası en altta, 1 site haritası logonun altında, 2 site haritası üstte, 1 site haritası logonun üstünde, 3 site haritası sağ üstte, 1 site haritası sağ alt köşede, 1 site haritası logo konumunda ve 12 site haritası, site haritası başlığında, 1 site haritası sitemap başlığında yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.3’de sunulmuştur.

Tablo 3.3. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Site Haritası, Konumu ve Başlığı

Büyükşehir Belediyesi	Site Haritası	Konumu	Başlığı
Adana	Yok	-	-
Ankara	Var	Sol üstte	Site Haritası
Antalya	Var	En altta	Site Haritası
Aydın	Yok	-	-
Balıkesir	Yok	-	-
Bursa	Var	Logonun altında	Site Haritası
Denizli	Yok	-	-
Diyarbakır	Yok	-	-
Erzurum	Var	Üstte	Site Haritası
Eskişehir	Var	Logonun üstünde	Site Haritası
Gaziantep	Yok	-	-
Hatay	Yok	-	-
İstanbul	Yok	-	-
İzmir	Var	Sağ üstte	Site Haritası
Kahramanmaraş	Var	Sağ üstte	Site Haritası
Kayseri	Yok	-	-
Kocaeli	Var	Sağ üstte	Site Haritası
Konya	Yok	-	-
Malatya	Var	Üstte	Site Haritası
Manisa	Var	Sol üstte	Site Haritası
Mardin	Yok	-	-
Mersin (İçel)	Yok	-	-
Muğla	Var	Sol üstte	Sitemap
Ordu	Yok	-	-
Sakarya	Yok	-	-
Samsun	Yok	-	-
Şanlıurfa	Var	Sağ alt köşede	Site Haritası
Tekirdağ	Yok	-	-
Trabzon	Var	Logoda	Site Haritası
Van	Yok	-	-

Web sitelerinde sosyal medya araçları incelendiğinde, sosyal medya araçlarının 28 web sayfasında yer aldığı, 2 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. Facebook uygulaması, 28 web sitesinde kullanılırken, Twitter uygulaması 26 web sitesinde, Youtube uygulaması 13 web sitesinde, Instagram uygulaması 6 web sitesinde, Pinterest uygulaması 4 web sitesinde, Flickr uygulaması 2 web sitesinde, LinkedIn uygulaması 2 web sitesinde yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.4’de sunulmuştur.

Tablo 3.4. Büyükşehir Belediyelerinin Başvurduğu Sosyal Medya Araçları

Büyükşehir Belediyesi	Sosyal Medya Araçları
Adana	Facebook, Youtube, Twitter
Ankara	Facebook, Twitter, Instagram
Antalya	Facebook, Twitter
Aydın	Facebook, Twitter
Balıkesir	Facebook, Twitter, Pinterest
Bursa	Facebook, Twitter, Youtube
Denizli	Facebook
Diyarbakır	Facebook, Twitter
Erzurum	Facebook, Twitter, Youtube
Eskişehir	Facebook, Twitter
Gaziantep	Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest
Hatay	Facebook, Twitter, Youtube
İstanbul	Facebook, Twitter, Youtube, Flickr
İzmir	Facebook, Instagram
Kahramanmaraş	Facebook, Twitter
Kayseri	Facebook, Twitter
Kocaeli	Facebook, Twitter, Youtube, Flickr
Konya	Facebook, Twitter
Malatya	Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn
Manisa	Facebook, Twitter, Instagram
Mardin	-
Mersin (İçel)	-
Muğla	Facebook, Twitter, Youtube
Ordu	Facebook, Twitter
Sakarya	Facebook, Twitter
Samsun	Facebook, Twitter, Youtube
Şanlıurfa	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest
Tekirdağ	Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn
Trabzon	Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest
Van	Facebook, Twitter

İncelenen web sitelerinde faydalı linkler bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumu ve başlığının ne olduğuna bakıldığında 22 web sayfasında yer aldığı, 8 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. 12 web sitesinde altta, 1 web sitesinde sağ ortada, 4 web sitesinde sağ altta, 1 web sitesinde üstte, 4 web sitesinde iki farklı konumda bulunmaktadır. Faydalı linklere; 5 web sitesinde bağlantılar başlığında, diğer web sitelerinde kent linkleri, yararlı bilgiler ve linkler, reklam/hizmet duyurusu, linkler, diğer linkler, portallar, bağlı kuruluşlar, kurumsal linkler, yararlı linkler, faydalı linkler, bağlantı rehberi, önemli bağlantılar

başlıklarında, 2 web sitesinde de başlıksız olarak yer verilmektedir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.5’de sunulmuştur.

Tablo 3.5. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Faydalı Linkler, Konumu ve Başlığı

Büyükşehir Belediyesi	Faydalı Linkler	Konumu	Başlığı
Adana	Yok	-	-
Ankara	Var	En altta	Bağlantılar
Antalya	Yok	-	-
Aydın	Yok	-	-
Balıkesir	Yok	-	-
Bursa	Var	Sağ ortada	Bağlantılar
Denizli	Var	En altta	Kent linkleri
Diyarbakır	Var	En altta	Bağlantılar
Erzurum	Yok	-	-
Eskişehir	Var	Alt ortada ve altta	Yararlı bilgiler ve linkler
Gaziantep	Yok	-	-
Hatay	Yok	-	-
İstanbul	Var	Sağ altta	Reklam/ Hizmet duyurusu
İzmir	Var	Sağ üstte ve altta	Linkler
Kahramanmaraş	Var	Altta	Bağlantılar
Kayseri	Var	Sağ altta	Bağlantılar
Kocaeli	Var	Sağ altta	İştirakler, sivil toplum kuruluşları, hastaneler, resmi kurumlar, yayın kuruluşları başlıklarıyla yer alıyor.
Konya	Var	Altta	Diğer linkler
Malatya	Var	Üstte	Portallar
Manisa	Var	Altta ve sağda	Bağlı kuruluşlar
Mardin	Yok	-	-
Mersin (İçel)	Var	Altta ve üstte	Kurumsal linkler
Muğla	Var	Altta	Yararlı linkler
Ordu	Var	Altta	Kamu Denetçiliği Kurumu, Oski, Bimer, Orbel A.Ş. başlıklarıyla yer alıyor.
Sakarya	Var	Altta	Linkler
Samsun	Var	Sağ alt köşede	Faydalı linkler
Şanlıurfa	Var	Atta	Bağlantı rehberi
Tekirdağ	Var	Altta	-
Trabzon	Var	Altta	-
Van	Var	Altta	Önemli bağlantılar

İncelenen web sitelerinde hizmet rehberi bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumunun neresi olduğuna bakıldığında 16 web sayfasında yer aldığı, 14 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. 3 hizmet rehberi üstte hizmetler başlığı altında, 8 hizmet rehberi altta, 1 hizmet rehberi logonun altında, 4 hizmet rehberi sağda, ortada ve üstte yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.6’da sunulmuştur.

Tablo 3.6. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Hizmet Rehberi ve Konumu

Büyükşehir Belediyesi	Hizmet Rehberi	Konumu
Adana	Var	Üst ortada, hizmetler başlığı altında yer alıyor
Ankara	Var	En altta
Antalya	Var	Logonun altında
Aydın	Var	Ortada
Balıkesir	Var	Altta
Bursa	Yok	Üstte, Hizmetler başlığı altında yer alıyor
Denizli	Yok	-
Diyarbakır	Var	Altta
Erzurum	Var	En altta
Eskişehir	Yok	-
Gaziantep	Yok	-
Hatay	Yok	-
İstanbul	Var	Sol attta
İzmir	Yok	Üstte, Hizmetler başlığı altında yer alıyor
Kahramanmaraş	Yok	-
Kayseri	Yok	-
Kocaeli	Yok	-
Konya	Yok	-
Malatya	Var	Altta ve ortada
Manisa	Var	Sağda
Mardin	Yok	-
Mersin (İçel)	Yok	-
Muğla	Yok	-
Ordu	Yok	-
Sakarya	Var	Sol üstte
Samsun	Yok	-
Şanlıurfa	Var	Ortada
Tekirdağ	Yok	-
Trabzon	Var	Altta
Van	Var	Altta

Web sitelerinde dil seçeneği incelendiğinde, dil seçeneğinin 16 web sayfasında bulunduğu, 14 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. İngilizce 15 web sitesinde mevcutken, Fransızca 2 web sitesinde, Arapça 3 web sitesinde, Rusça 3 web sitesinde, Almanca 3 web sitesinde, Kürtçe 3 web sitesinde, Japonca, Korece, Fransızca, İspanyolca, İsveççe, İtalyanca, Süryanice dil seçenekleri 1 web sitesinde yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.7’de sunulmuştur.

Tablo 3.7. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Dil Seçeneği

Büyükşehir Belediyesi	Dil Seçeneği
Adana	Yok
Ankara	İngilizce, Fransızca, Arapça, Rusça
Antalya	İngilizce, Almanca, Rusça
Aydın	Yok
Balıkesir	Yok
Bursa	İngilizce
Denizli	İngilizce
Diyarbakır	İngilizce, Kürtçe
Erzurum	Yok
Eskişehir	Yok
Gaziantep	Yok
Hatay	Yok
İstanbul	İngilizce
İzmir	İngilizce
Kahramanmaraş	Yok
Kayseri	İngilizce
Kocaeli	İngilizce
Konya	İngilizce, Almanca, Japonca, Korece, Fransızca, Arapça
Malatya	Yok
Manisa	Yok
Mardin	Kürtçe, Süryanice, Arapça
Mersin (İçel)	Yok
Muğla	İngilizce
Ordu	Yok
Sakarya	İngilizce
Samsun	İngilizce, Almanca, Rusça, İspanyolca, İsveççe, İtalyanca
Şanlıurfa	İngilizce
Tekirdağ	Yok
Trabzon	Yok
Van	Kürtçe, İngilizce

Web sitelerinde halkla ilişkiler incelendiğinde, bütün web sitelerinde halkla ilişkiler anlamında faaliyetler olduğu gözlemlenmiştir. Çözüm masası 15 web sitesinde mevcut iken, bilgi edinme 15 web sitesinde yer almaktadır. Web sitelerinde yer alan halkla ilişkiler çalışmaları ile ilgili ayrıntılı bilgi Tablo 3.8’de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Halkla İlişkiler

Büyükşehir Belediyesi	Halkla İlişkiler
Adana	153 dilek şikâyet birimi, bilgi edinme
Ankara	Büyükşehir bugün ne yapıyor? Başlığı altında faaliyetler mevcut. 153 mavi masa, bilgi edinme menüsü mevcut
Antalya	Sosyal belediye sosyal medyada, vatandaşla iletişim halindeyiz, tanıtım günleri, dilek öneri şikâyet, bilgi edinme
Aydın	Hızlı çözüm merkezi numarası, alo zabıta, iletişim bilgileri, birim ve merkezler, istek-şikâyet bildirim formu
Balıkesir	Çağrı merkezi, büyükşehir karşılama servisi, bilgi edinme, öneri-şikâyet formu
Bursa	Hızlı erişimde şikâyet-öneri katkı, etkinlikler, bilgi edinme, sosyal hizmetler, toplantılar
Denizli	İstek, şikâyet ve öneri, bilgi edinme
Diyarbakır	Telefon numaraları ve e-postalar mevcut
Erzurum	Bilgi edinme, beyaz masa, kurumsal mail, çağrı merkezi
Eskişehir	Sıkça sorulan sorular, etkinlikler, sosyal medya sayfaları, telefon, gsm, fax, e-posta ile iletişim, dilek ve şikâyetler
Gaziantep	Canlı destek kısmı mevcut, şikâyet masası, istek/şikâyet bildirim formu
Hatay	Alo 153, dilekçe
İstanbul	Bilgi hizmetleri (bilgi edinme, hizmet rehberleri), beyaz masa (alo 153)
İzmir	Bilgi edinme, hemşehri iletişim merkezi (him)
Kahramanmaraş	Çözüm masası, istek şikâyet
Kayseri	Tel no, beyaz masa, dilek, şikâyet, öneri, belediye birimleri telefon ve e-posta
Kocaeli	E-posta, telefon, çözüm masası, sorgulama işlemleri, etkinlikler, duyurular, birim fiyat, annelere süt market listesi
Konya	Harita, adres, banka bilgileri, telefon rehberi, e-posta adresleri, sık sorulan sorular
Malatya	Bilgi edinme, tıkla konuş, çağrı merkezi, e-posta, istek şikâyet işlemleri, ödeme işlemleri
Manisa	Çözüm merkezi
Mardin	Seçenek var ama içerik yok
Mersin (İçel)	Bilgi edinme servisi, çağrı merkezi, sosyal kültürel etkinlikler, dilek ve şikâyetler, öneri- yorum (web siteden beklentileriniz neler)
Muğla	Dilek şikâyet bildirimi, bilgi edinme, kültür sanat, etkinlikler
Ordu	Çağrı merkezi, etkinlikler, bilgi edinme
Sakarya	Kurumsal mail servisi, çözüm masası, çağrı merkezi
Samsun	Bimer Alo 150, bilgi edinme hakkı, Saski, İşgem
Şanlıurfa	Adres ve telefonlar, fax, harita, beyaz masa, web mail
Tekirdağ	153 Tekim Alo Büyükşehir, istek ve şikâyetler
Trabzon	Büyükşehir bugün ne yapıyor?, iletişim hattı
Van	Büyükşehir bugün ne yapıyor?, bilgi edinme, randevu sistemi, alo şiddet hattı, Alo 153

“Bilgilendirici Olma” başlığı altında web sitesinde, (a) kurumsal bilginin içeriği, (b) hizmet rehberinin içeriği, (c) duyuruların bulunup bulunmadığı ve konumu, (ç) haberlerin bulunup bulunmadığı ve konumu, (d) e-belediye seçeneğinin konumu ve içeriği, (e) sitede kullanıcılara yönelik mevzuata yer verip vermedikleri, (f) projelerin bulunup bulunmadığı, (g) kullanıcılar tarafından sıkça sorulan soruların bulunup bulunmadığı ve konumu, (ğ) şehir rehberinin bulunup bulunmadığı, (h) ilçe belediyelerin bulunup bulunmadığı, (ı) arşive yer verip vermedikleri, (i) iletişim bilgileri ve çeşitlerinin neler olduğu, (j) bilgi edinme seçeneğine yer verip vermedikleri ve (k) kullanıcıların katılabileceği bir anketin olup olmadığı araştırılmıştır.

İncelenen web sitelerinde kurumsal bilginin içeriği incelendiğinde başkanın bilgileri, belediyelerin idari yapısı, misyon ve vizyonu, görev ve yetkileri, belediye meclisi ve kararları gibi kurumsal bilgilerin verildiği gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3.9. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Kurumsal Bilgi

Büyükşehir Belediyesi	Kurumsal Bilgi
Adana	Başkanın bilgileri, kurumsal bilgi, tarihçe, misyon, vizyon, başkanlar tarihi, mevzuat, birimler, görev ve yetkiler, belediye meclisi ve encümen, mahalle ve muhtarlıklar
Ankara	Başkanın bilgileri, belediye başkanının yetkileri, ödüller, foto albümü, kurumsal bilgi, büyükşehir belediye encümeni, büyükşehir belediye meclisi, belediye şirketleri, tarihçe, teşkilat şeması, yetki alanı, yönetim şeması
Antalya	Başkanın bilgileri, belediyenin yetki ve görevleri, yetki alanı, meclis toplantıları, encümen, ASAT, birimler, belediye şirketleri, belediyenin tarihçesi, etik komisyonu
Aydın	Başkanın bilgileri, hizmetler rehberi, telefonlar, yönetmelikler, geçmişimiz, hizmet standartları, logo ve görseller
Balıkesir	Başkanın bilgileri, günlük programı, foto video galeri, ofisi, basın açıklamaları, toplantılar, kurumsalda kuruluş, misyon, vizyon, yetki alanı, organizasyon şeması, insan kaynakları, basın bültenleri, etik komisyonu, belediye meclisi, encümen, şirketler, baskı, tarihçe, kardeş şehirler, belediye birlikleri, basın materyalleri, başkanımız
Bursa	İletişim, vizyon, misyon, yetki ve sorumluluklar, tarihçe, belediye meclisi, kuruluşlar, şirketler, kardeş şehirler, başkan, dokümanlar, idari yapılanma, etik komisyonu, kalite çalışmaları, uluslararası ilişkiler, web sitesi gizlilik politikası

Denizli	Başkanın mesajı, özgeçmişi, foto galeri, genel sekreter, genel sekreter yardımcıları, daire başkanlıkları, belediye meclisi, encümeni, organizasyon şeması, misyon, vizyon ve temel değerler, yönetim sistemleri politikamız, ödülllerimiz, eski başkanlar, tarihçe, kardeş şehirlerimiz
Diyarbakır	Birimler, eş başkanlar, belediye tarihçesi, misyon, vizyon ve ilkeler, yetki alanı, yönetim şeması, etik komisyonu, performans programları, faaliyet raporları, bütçe ve mali gerçekleştirme tabloları
Erzurum	Başkanın bilgileri, birimler, vizyon, misyon, eski başkanlar, mevzuat, kuruluşlar, şirketler, ilgili kuruluşlar, ilçe belediyeler, kardeş kentler, kurumsal kimlik, danışmanlar, stratejik planlar, faaliyet raporları, iletişim
Eskişehir	Başkanın bilgileri ile kurumsal başlığı altında eski başkanlar, meclis üyeleri, komisyonlar, idari personel, idari şema, vizyon, misyon, stratejik plan, mevzuat, yetki ve sorumluluklar, şirketler, logolar
Gaziantep	Başkan, belediye meclisi, encümeni, eski başkanlar, mevzuat, teşkilat şeması, bilgi edinme
Hatay	Kurumsal yapı (meclis üyeleri, encümen üyeleri, teşkilat şeması, yönetim teşkilatı, basın materyalleri, stratejik plan), başkan (özgeçmişi, görevleri, mesaj gönder, web sayfası, fotoğraf albümü)
İstanbul	Başkanın bilgileri, fotoğraf galerisi, başkanın görselleri, iletişim, kurumsalda misyon, vizyon, yetki alanı, yönetim şeması, encümen, etik komisyonu, insan kaynakları, tarihçe, basın materyalleri
İzmir	İzmir Belediyesi Tarihçesi, belediye başkanlarımız, etik komisyonu üyeleri, İBB encümeni, İBB meclisi, stratejik plan, birimler, şirketler, muhtarlıklar, görevler, logo, afiş, broşür, kardeş kentler, UKOME kararları, AB ve proje çalışmaları, başkanın özgeçmişi, etkinlikler, görseller, sosyal medya
Kahramanmaraş	Misyon, vizyon, belediye meclisi, encümeni, teşkilat şeması, mevzuat, görev ve sorumluluklar, belediye sözlüğü, gelir bütçe tarifesi, sıkça sorulan sorular, belediyenin tarihi, başkanlar, stratejik plan, performans programları, faaliyet raporları
Kayseri	Başkanın özgeçmişi, kişisel web sitesi, başkanla fotolar, kurumsalda misyon, vizyon, yönetim, etik komisyonu, meclis, encümen, belediye tarihi, iştirakler, bilgi edinme, yönetmelikler, teşkilat şeması, kurumsal kimlik (ilçe nüfusları, yüzölçümleri, büyükşehir belediye sınırları)
Kocaeli	Başkanın web sayfası, mesaj gönder, başkan foto albüm, başkanın programı, özgeçmiş, birimler, kurum hakkında, mevzuat, meclis bilgi sistemi
Konya	Başkanın özgeçmişi, önceki başkanlar, fotoğraflar, kurumsalda; kurumsal yapı, meclis başkanı ve vekiller, meclis üyeleri, komisyonlar, encümen, meclis gündemi, genel sekreter, etik kurul
Malatya	Belediye teşkilat şeması, belediye meclisi, genel sekreter ve yardımcısı, daire başkanlıkları, eski belediye başkanları, yönetmelikler, kurumsal mail, başkanın bilgileri

Manisa	Başkanın özgeçmişi, bilgileri, misyon, vizyon, bağlı kuruluşlar, meclis üyeleri, ilkeler, stratejik plan, meclis kararları, çözüm merkezi, tarihçe, etik komisyonu
Mardin	Belediye meclis üyeleri, belediye encümeni, teşkilat şeması, yetki alanı, belediye tarihçesi, misyon ve vizyon, etik komisyonu, mevzuat, meclis bilgi sistemi, ilçe belediyeler
Mersin (İçel)	Başkan, eski başkanlar, görevleri, başkana mesaj, başkanın mesajı, foto arşivi, kurumsalda; belediye bilgileri, gündemdeki projeler, spor kompleksi tanıtımı, tesis hakkında, sanat gündemi, opera bale vb., spor gündemi, spor kulübü, linkler, spor
Muğla	Başkanın özgeçmişi, mesajı, foto galerisi, kurumsal birimler, teşkilat şeması, temel değerler, muhtarlar, stratejik plan, tarifeler, performans programı, telefon numaraları, encümen, meclis, binalar
Ordu	Başkanın özgeçmişi, başkana mesaj, kurumsalda; belediye meclisi, encümeni, teşkilat şeması, birimler, mevzuat, dokümanlar, kurumsal kimlik, plan, program, raporlar
Sakarya	Başkanlık, meclis, encümen, genel sekreterlik, daire başkanlıkları, müdürlükler, görev ve yetkiler, vizyon, misyon
Samsun	İl haritası, ilçe yüzölçümleri, belediye meclisi, hizmet birimleri, yönetim şeması, başkan, projeler, haberler, etkinlikler, ihale ilanları, bilgi edinme, çözüm merkezi, hal fiyatları, otobüs-samulaş hareket saatleri, telefon rehberi, kaybettiklerimiz, anket arşivi, faydalı linkler, sosyal hizmetler, taş kırma tesisleri
Şanlıurfa	Başkan, genel sekreter, organizasyon şeması, kalite politikası, eski başkanlar
Tekirdağ	Başkanımız hakkında, başkana mesaj, başkanla iletişim kurun, ilçe belediyeler, idari yapı, kurum felsefesi, misyon, vizyon, belediye meclisi, meclis kararları, encümen üyeleri, eski başkanlarımız, mevzuat, stratejik plan, performans raporu, faaliyet raporu
Trabzon	Başkanın bilgileri, başkana mesaj, fotoğraflar, yönetim bilgileri, meclis bilgileri, encümen bilgileri
Van	Daire başkanlıkları, müdürlükler, teşkilat şeması, vizyon, misyon, encümen, meclis, muhtarlıklar, etik komisyonu

İncelenen web sitelerinde hizmet rehberinin içeriği incelendiğinde; web sitelerinde genel olarak e-belediye hizmetlerine yer verildiği, 13 web sitesinde de hizmet rehberi bulunmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.10'da sunulmuştur.

Tablo 3.10. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Hizmet Rehberi

Büyükşehir Belediyesi	Hizmet Rehberi
Adana	Metro, otobüs saatleri, hal fiyatları, nikah işlemleri, sinek ve haşere mücadele çalışmaları, ulaşım hizmetleri, işyeri ruhsat başvurusu, iş talepleri, cep mesaj hizmeti, mezarlık hizmetleri, AYKOME hizmetleri, ilan reklam başvurusu, tekerlekli sandalye başvurusu, halk ekmek ve unlu mamul hizmetleri, 75. Yıl sanat galerisi programı, sanatsal hizmetler
Ankara	Hizmet birimleri, meclis kararları, UKOME kararları, değişen cadde ve sokaklar, askı sürecindeki imar planı, etik komisyonu, BELMEK, BELTEK, tiyatrolar, çocuk meclisi, kent orkestrası, konserler, sanal tur, Ankara'nın dünü bugünü, aile yaşam merkezi, engelliler merkezi, yaşlılara hizmet, gençlik merkezi, çocuk hizmetleri, Çanakkale 2015, güncel duyurular, e-bordro, e-devlet kapısı, kurumsal e-posta, amblem, logolar, ASKİ, EGO, belediye şirketleri, bağlantılar
Antalya	Belediyedeki başkanlıklar ve şubelere ait bilgiler mevcut. Daire başkanlıklarının istediği belgeler vs. mevcut
Aydın	Mevcut, ancak güncellenmektedir
Balıkesir	Çevre koruma ve atık yönetimi, ekonomik hizmetler, su ve atık su yönetimi, denetim, kontrol ve izinler, sosyal destek ve etkinlikler, ulaşım ve imar yönetimi Evlendirme işlemleri, iskân raporu, mezarlık, emlak vergisi, su kanalizasyon, inşaat ruhsatı işlemleri, hayvan bakımevi, bilgi edinme, servis müracaat formları, toplu taşıma
Bursa	Ulaşım, itfaiye, festival ve organizasyonlar, parklar ve bahçeler, zabıta, mezarlık hizmetleri, afet koordinasyon merkezi, imar uygulama hizmetleri, kent hali, bilgi hizmetleri, sosyal, kültürel hizmetler, çevre koruma ve kontrol hizmetleri, altyapı, sağlık veteriner hizmetleri, başvuru müracaat formları
Denizli	-
Diyarbakır	Ulaşım, sağlık hizmetleri, işletme iştirakler, kararlar, çevre koruma hizmetleri, imar yapım ve planlama işlemleri, rehber, itfaiye hizmetleri, bağlantılar
Erzurum	Belediye: Başkanın mesajı, kurumsal yapı, yönetim şeması, belediye meclisi, Erzurum: Foto galeri, iletişim bilgileri, şehir rehberi Kolay erişim: Bilgi edinme, beyaz masa, nikâh işlemleri, kültür sanat portalı, kurumsal mail, etkinlikler. Önemli telefon numaraları
Eskişehir	-
Gaziantep	-
Hatay	-
İstanbul	Acil durum ve afet, sosyal hizmetler ve eğitim, kütüphaneler, müzeler, gıda, tarım, hayvancılık, proje, yatırım, hizmetler, yeni ilçe haritası, imar ve şehircilik, şehir, ulaşım, bilgi hizmetleri, kurumsal, canlı kamera görüntüleri, kültür, sanat, yayınlar, linkler

İzmir	Hizmetler başlığı altında; altyapı, ulaşım hizmetleri, acil durum ve sağlık hizmetleri, atıklar ve bertaraf işlemleri, çevre-imar hizmetleri, engelli destek hizmetleri, yaşlılara yönelik destek hizmetleri, bilgilendirme ve sorgulama, spor tesisleri, alanlar, eğitim destek hizmetleri, kültür sanat mekânları, kadınlara destek hizmetleri, staj başvuru formu
Kahramanmaraş	Hizmetler başlığı altında, fen işleri hizmetleri, sağlık ve sosyal hizmetler, mali, zabıta, emlak ve istimlak, çevre koruma, itfaiye, AKMOD, bilgi işlem, kültür ve sosyal işler hizmetleri
Kayseri	-
Kocaeli	-
Konya	-
Malatya	Başvuru rehberi, meclis kararları, ihale ilanları, doğrudan temin ilanları, günlük nikâh listesi, stratejik plan, raporlar, hal fiyatları, vefat edenler
Manisa	Vergi takvimi, beyanname formları, hangi hizmeti nasıl alırım
Mardin	-
Mersin (İçel)	-
Muğla	-
Ordu	-
Sakarya	Sayfada arama çubuğu mevcut
Samsun	-
Şanlıurfa	Kurslarımız, vezneler, alo cenaze hattı, mikrokredi, taziye evleri, çorba evleri, giyim bankası, gıda bankası, beyaz masa
Tekirdağ	-
Trabzon	2015 gelir tarifesi, acil hizmetler, arsa m2 birim değerleri, bilgi edinme merkezi, belediyeler, e-devlet, engelli hizmetleri, e-posta sistemi, gazeteler, hal fiyatları, hava durumu, ilçe belediyeler, imar plan değişiklikleri, itfaiye hizmetleri, kırsal kalkınma programı, logolar, meclis denetleme raporları, mezarlık hizmetleri, online işlemler, online su ödeme, ölçü tartı muayeneler, resmi gazete
Van	Ulaşım hizmetleri, imar, yapım ve planlama hizmetleri, çevre ve sağlık hizmetleri, işletme hizmetleri, hizmetler, itfaiye hizmetleri, sosyal hizmetler, önemli bağlantılar

İncelenen web sitelerinde duyuruların bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumunun nerde olduğu incelendiğinde; tüm web sitelerinde yer aldığı gözlemlenmiştir. 1 web sitesinde altta, 6 web sitesinde üstte, 4 web sitesinde ortada, 6 web sitesinde logonun altında, 8 web sitesinde sağda veya solda, 5 web sitesinde de iki farklı konumda yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.11’de sunulmuştur.

Tablo 3.11. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Duyurular ve Konumu

Büyükşehir Belediyesi	Duyurular	Konumu
Adana	Var	Altta
Ankara	Var	Altta ve ortada
Antalya	Var	Ortada
Aydın	Var	Logonun altında
Balıkesir	Var	Sağ alt köşede ve ortada
Bursa	Var	Sağda
Denizli	Var	Üstte
Diyarbakır	Var	Ortada
Erzurum	Var	Ortada
Eskişehir	Var	Üstte
Gaziantep	Var	Altta ve ortada
Hatay	Var	Üstte
İstanbul	Var	Sağda
İzmir	Var	Sağda
Kahramanmaraş	Var	Üstte
Kayseri	Var	Logonun altında
Kocaeli	Var	Logonun altında
Konya	Var	Solda
Malatya	Var	Ortada
Manisa	Var	Logonun altında
Mardin	Var	Logonun altında
Mersin (İçel)	Var	Logonun altında
Muğla	Var	Sağda
Ordu	Var	Üstte ve altta
Sakarya	Var	Üstte
Samsun	Var	Solda
Şanlıurfa	Var	Sağda
Tekirdağ	Var	Üstte
Trabzon	Var	Sağda
Van	Var	Üstte ve ortada

İncelenen web sitelerinde haberlerin bulunup bulunmadığı ve eğer bulunuyorsa konumunun nerde olduğu incelendiğinde; tüm web sitelerinde yer aldığı gözlemlenmiştir. 1 web sitesinde altta, 6 web sitesinde üstte, 6 web sitesinde ortada, 12 web sitesinde logonun altında, 3 web sitesinde solda, 2 web sitesinde de iki farklı konumda yer almaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.12’de sunulmuştur.

Tablo 3.12. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Haberler ve Konumu

Büyükşehir Belediyesi	Haberler	Konumu
Adana	Var	Ortada
Ankara	Var	Ortada ve üstte
Antalya	Var	Üstte
Aydın	Var	Ortada
Balıkesir	Var	Altta ve ortada
Bursa	Var	Logonun altında
Denizli	Var	Üstte
Diyarbakır	Var	Üstte
Erzurum	Var	Ortada
Eskişehir	Var	Üstte
Gaziantep	Var	Logonun altında
Hatay	Var	Logonun altında
İstanbul	Var	Logonun altında
İzmir	Var	Ortada
Kahramanmaraş	Var	Altta
Kayseri	Var	Solda
Kocaeli	Var	Ortada
Konya	Var	Logonun altında
Malatya	Var	Ortada
Manisa	Var	Solda
Mardin	Var	Solda
Mersin (İçel)	Var	Logonun altında
Muğla	Var	Logonun altında
Ordu	Var	Logonun altında
Sakarya	Var	Üstte
Samsun	Var	Logonun altında
Şanlıurfa	Var	Logonun altında
Tekirdağ	Var	Üstte
Trabzon	Var	Logonun altında
Van	Var	Logonun altında

İncelenen web sitelerinde e-belediye seçeneğinin konumu ve içeriği incelendiğinde; 27 web sayfasında yer aldığı, 2 web sayfasında farklı başlıklar adı altında yer aldığı ve 1 web sayfasında da bulunmadığı gözlemlenmiştir. 3 web sitesinde altta, 7 web sitesinde solda veya sağda, 6 web sitesinde üstte, 7 web sitesinde logonun altında, 1 web sitesinde logonun üstünde, 3 web sitesinde iki farklı konumda bulunmaktadır. 3 web sitesinde güncelleme vb çalışma olduğundan incelenememiştir. E-belediye çalışmalarına yer veren web sitelerinde genel olarak ödemeler, borç

sorgulama, tahsilâtlar, istek-şikâyet bildirimi, sorgu işlemleri, nöbetçi eczane, toplu taşıma bilgileri gibi işlemler mevcuttur. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.13’de sunulmuştur.

Tablo 3.13. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan E-Belediye, Konumu ve İçeriği

Büyükşehir Belediyesi	E-Belediye	
	Konumu	İçeriği
Adana	Solda	Ödemeler, borç sorgulama, bordro, sicil arama, evrak takip, meclis/ encümen kararları, bilgi edinme, istek-şikâyet bildirimi, istek-şikâyet arama, mezarlık
Ankara	Sağda	E-tahsilat, e-devlet kapısı, büyükşehir bugün ne yapıyor, sanal tur, bilgi edinme, ihale ilanları, imar planları, nöbetçi eczaneler, mezarlık bilgi sistemi, 153 mavi masa, hal, balık fiyatları, UKOME kararları, AYKOME kazı ihbar, kent bilgi sistemi EGO: ulaşım bilgi sistemi, paso işlemleri, otobüs nerede, trafik kameraları ASKİ: online işlem, e-fatura, arıza bildirim, günlük faaliyet su analizi, e-devlet, baraj doluluk oranı
Antalya	Logonun altında	SMS ile borç bildirim, SMS bilgilendirme hattı, bildirimler, nikâh başvuru, mevcut borç, mevcut tahakkuklar, mevcut ödemeler, satın alma teklif, e-MKOS giriş, e-ödeme, e-makbuz, başvuru rehberi, meclis kararları, nikâh rezervasyon, evrak takip, ABİM başvuruları, bilgi edinme, bugün evlenenler, bugün vefat edenler, e-market, tiyatro, e-bilet
Aydın	Logonun altında	AYKOS nedir?, coğrafi bilgi sistemi (kent rehberi, mezarlık bilgi sistemi, e-imar, adres beyan sistemi), etkileşimli hizmetler (istek bildirimi, talep, borç sorgulama, tahakkuk, tahsilat, beyan sorgu, evrak takip), sorgu işlemleri, ödeme kolaylıkları, online tahsilat, su borcu ödeme, mobil borç ödeme
Balıkesir	Üstte	Genel (sicil sorgu, yeni üyelik, sicil belgeleri, üyelik belgeleri), online vezne (borç ödeme, Baski su ödeme, tahsilatlar, sicil seç ilişkilendir), e-beyanname (ruhsat başvuru sorgulama, ruhsatlarım), bilgi edinme (vefat edenler, şikâyet-öneri, dilekçe evrak sorgulama)
Bursa	Logonun üstünde	E-ödeme, yönetici ekranı, günlük hal fiyatları, e-teklif, ihale ilanları, Buski e-ödeme, evrak takip, hafriyat izinli firmalar, kent içi ulaşım ağı, Busmek online kayıt, Bumep online kayıt, kent rehberi, kütüphane kitap sorgu, mezarlık bilgi sistemi, nöbetçi eczaneler, mühendis kayıtları, mobil uygulamalar, e-beyanname, e-devlet, itfaiye raporu, sanal tur, seyahat kart sorgulama, şikayet takibi, bordro takibi
Denizli	Logonun altında	Ödeme işlemleri, adres bilgi sistemi, evrak takip, meclis kararları, imar planı ilanları, bilgi hizmetleri, başvuru evrakları, nöbetçi eczaneler, kameralar, mezarlık bilgi sistemi, bugün defnedilenler

Diyarbakır	-	E-sorgulama başlığı altında sicil no ile vergi borcu sorgulama, bilgi edinme başvuru takibi, mezarlık defin bilgisi sorgu
Erzurum	-	Kent rehberinde eczaneler, servis saatleri, şehir planı, il haritası, telefon rehberi vb. Sorgu işlemlerinde de iskân raporu, evlenme bilgileri, ESKİ, asker ailelerine yardım, inşaat işlemleri, kamu hizmet standardı, işyeri açma, cenaze ve defin işlemleri
Eskişehir	Üstte	E-beyanname, e-ödeme, e-dilekçe sorgulama, mezarlık bilgi sistemi
Gaziantep	Logonun altında	Sicil arama, istek/şikâyet bildirim ve takip formu, beyan bilgileri, ruhsat sorgu, kira sözleşme sorgu, borç bilgileri, tahakkuk bilgileri, tahsilat bilgileri, online tahsilat
Hatay	Sağda	Web site yapım aşamasında olduğundan görüntülenemedi
İstanbul	Logonun altında	Beyaz masa, bilgi edinme, evde sağlık başvurusu, imar planı, ihale ilanı, gelirler müdürlüğü, evrak takibi, İGDAŞ online şube, itfaiye görüş sorgu, itfaiye gönüllüleri başvuru formu
İzmir	Üstte	Beyan ve ödeme işlemleri, itfaiye başvuru işlemleri, sorgulama (Eşrefpaşa Hastanesi tahlil sonuçları, evrak takibi, mezarlık bilgi sistemi, cenaze işlemleri, kitap sorgulama), bilgilendirme
Kahramanmaraş	Üstte	Çözüm masası, istek, şikâyet, e-ödeme, cenaze ilanları, askıya çıkarılan imar projeleri, ihale ilanları, nöbetçi eczaneler, 2015 yılı bütçe tarifesı, ulaşım ve toplu taşıma, sebze-meyve fiyatları, BİMER, bilgi edinme, kitap katalog sorgu, mahalle, muhtarlar, kasap et sorgu, toplu ulaşım hizmetleri, kayıp eşya bürosu, e-rehber
Kayseri	Sağda	Beyaz masa, bilgi edinme, sicil arama, e-ödeme, e-makbuz, mevcut borçlar, tahakkuklar, ödemeler, doküman yönetimi, bugün vefat edenler
Kocaeli	Üstte	Online vezne (borç sorgu, mevcut borçlar, ilan reklam hesapla), çözüm masası (yeni başvuru-takip), bilgi edinme (yeni başvuru-takip), evrak takip
Konya	Logonun altında	Evrak takip, bilgi edinme, açık kapı, e-ödeme, e-makbuz, mevcut borçlar, tahakkuklar, ödemeler, hafta tatili çalışma ruhsatı, LPG otogaz, ikmal ve akaryakıt istasyonları, Elkart e-randevu, Elkart başvurusu, Elkart başvuru durum sorgulama, Koski online hizmetler
Malatya	Üstte	E-imar, e-belediye, bilgi edinme, mezarlık işlemleri, kent rehberi, e-kütüphane, halkla ilişkiler, nikâh işlemleri, imar durumu, videolar, sorgu işlemleri (sicil arama, arsa rayiç değeri, inşaat maliyet bedeli, bina aşınma oranı, çevre temizlik tarife, kültür faaliyetleri, çöp toplama saatleri, evrak takip formu, nöbetçi eczaneler), interaktif işlemler (istek/şikâyet bildirim-takip formu, beyan bilgileri, ruhsat sorgu, kira sözleşme sorgu, borç bilgileri, tahakkuk tahsilat bilgileri, online tahsilat, randevu takip/talep, sicil kodu ile online tahsilat, su abone no ile ödeme, TC kimlik no ile tahsilat), e-nikah
Manisa	Sağda	Rayiç değerler, nikâh saatleri, bina birim değerleri, encümen meclis, dilek ve şikâyet, bilgi edinme, mezarlık sorgulama, nöbetçi eczaneler, trafik bilgi sistemi, hızlı ödeme

Mardin	-	-
Mersin (İçel)	Logonun altında ve sağda	Ödemeler, borç sorgulama, bordro, sicil arama
Muğla	Logonun altında ve sağda	Online vezne (normal borçlar, tahsilatlar),müdürlükler, encümen karar, sicil sorgu, iş sorgulama, imza doğrulama
Ordu	Sağda	Sicil arama, evrak takip formu, nöbetçi eczane, şikâyet bildirim/takip formu, bilgi edinme, borç-tahakkuk-tahsilât bilgileri, sicil kodu ile veya TC kimlik no ile tahsilât
Sakarya	Altta	Duyurular, web tv, nöbetçi eczaneler, bilgi edinme, istek-şikâyet, borç ödeme, tahlil sonuçları, hizmet rehberi, bugün vefat edenler
Samsun	Altta	Sosyal tesisler, sosyal hizmetler, bandırma gemi/müze, sosyal ve kültürel etkinlik, Eurodesk Türkiye, doğal taş üretim fabrikası, otobüs hareket saatleri, Samulaş hareket saatleri, yolcu taşıma ücretleri, hal fiyatları
Şanlıurfa	Logonun altında	Şikayet bildirim/takip formları, işyeri ruhsat başvurusu, borç bilgileri, tahsilat bilgileri, online ödeme, sicil kodu ile online tahsilat, beyan bilgileri, kent rehberi, inşaat maliyet bedelleri
Tekirdağ	Logonun altında ve sağda	Kayıt (sicil arama, arsa rayiç değerleri, inşaat maliyet bedelleri, bina aşınma oranları, çevre temizlik tarifeleri, kültür faaliyetleri, belediye aktiviteleri, evrak takip formu, meclis kararları, meclis gündemi, encümen kararları ve gündemi, ihale takip), interaktif işlemler (şikâyet bildirim-takip formları, beyan bilgileri, kira sözleşme sorgu, borç- tahakkuk-tahsilat bilgileri, online tahsilat, sicil kodu ile tahsilat)
Trabzon	Altta	Üyelik istiyor, girilemiyor.
Van	Sağda	Çalışma devam ettiğinden incelenememiştir.

İncelenen web sitelerinde belediye mevzuatının olup olmadığı incelendiğinde 26 web sitesinde yer verildiği, 4 web sitesinde ise bulunmadığı; projelerin olup olmadığı incelendiğinde 28 web sitesinde yer verildiği, 2 web sitesinde ise bulunmadığı; sıkça sorulan soruların olup olmadığı incelendiğinde 7 web sitesinde bulunduğu, 23 web sitesinde ise bulunmadığı; şehir rehberinin mevcut olup olmadığı incelendiğinde 24 web sitesinde yer verildiği, 6 web sitesinde de şehir rehberi bulunmadığı; ilçe belediyelerin mevcut olup olmadığı incelendiğinde 18 web sitesinde yer verildiği, 12 web sitesinde de ilçe belediyelere ulaşılamadığı ve arşiv mevcut olup olmadığı incelendiğinde; tüm web sitelerinde haber arşivi bulunduğu gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.14’de sunulmuştur.

Tablo 3.14. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde Mevzuat, Proje, Sıkça Sorulan Sorular, Şehir Rehberi, İlçe Belediyeler ve Arşiv Bilgisi

Büyükşehir Belediyesi	Mevzuat	Projeler	Sıkça Sorulan Sorular	Şehir Rehberi	İlçe Belediyeler	Arşiv
Adana	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Ankara	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Var
Antalya	Var	Var	Var	Var	Yok	Var
Aydın	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Var
Balıkesir	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
Bursa	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
Denizli	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Diyarbakır	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
Erzurum	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Eskişehir	Var	Var	Var	Yok	Yok	Var
Gaziantep	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Var
Hatay	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Var
İstanbul	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
İzmir	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Kahramanmaraş	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Kayseri	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Kocaeli	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Konya	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Malatya	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Manisa	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var
Mardin	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Mersin (İçel)	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Muğla	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Ordu	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Sakarya	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Samsun	Var	Var	Yok	Yok	Var	Var
Şanlıurfa	Yok	Var	Var	Var	Yok	Var
Tekirdağ	Var	Var	Yok	Var	Var	Var
Trabzon	Yok	Var	Yok	Var	Var	Var
Van	Var	Var	Yok	Var	Var	Var

İncelenen web sitelerinde iletişim araçlarının neler olduğu incelendiğinde web sitelerinde genel olarak telefon, fax, adres bilgilerinin, krokilerin, bilgi edinme formlarının bulunduğu; vatandaş için bilgi edinme faaliyeti olup olmadığı incelendiğinde; 3 web sitesi hariç diğer web sitelerinde mevcut olduğu, genellikle de büyükşehir belediyelerinin bilgi edinme başvuru formu kullandıkları ve belediyelerin faaliyetlerinde vatandaşın da değerlendirmesini almak üzere anket olup olmadığı incelendiğinde; 12 web sitesinde bulunduğu, 18 web sitesinde bulunmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.15’de sunulmuştur.

Tablo 3.15. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinde İletişim, Bilgi Edinme ve Anket

Büyükşehir Belediyesi	İletişim	Bilgi Edinme	Anket
Adana	Adres, telefon, faks bilgileri, harita	Var	Yok
Ankara	Adres, telefon, faks bilgileri, harita, online bilgi edinme formu	Var	Var
Antalya	Adres, telefon, e-posta, özel servis numaraları, belediye birimleri, iletişim bilgileri	Var	Var
Aydın	Telefon, adres bilgileri, bilgi edinme başvurusu, BİMER, sosyal medya araçları	Var	Var
Balıkesir	Telefon, e-posta, posta adresleri ve harita mevcut	Var	Var
Bursa	Telefon, fax, e-posta, posta bilgileri, muhtarlar, önemli telefonlar mevcut	Var	Yok
Denizli	Telefon, SMS, fax, mail, adres, harita bilgileri mevcut	Var	Var
Diyarbakır	Telefon numaraları, e-posta mevcut	Yok	Yok
Erzurum	Telefon, çağrı merkezi, fax, web, e-posta, adres, harita	Var	Yok
Eskişehir	Adres, telefon, fax, gsm, e-posta yoluyla iletişim	Var	Yok
Gaziantep	Adres, telefon, şikâyet masası, fax, e-mail	Var	Var
Hatay	E-posta, telefon, fax, adres bilgileri, harita	Var	Var
İstanbul	Adres, telefon, beyaz masa başvuru formu, bilgi edinme formu	Var	Var
İzmir	Adres, telefon, hemşehri iletişim merkezi (him)	Var	Yok
Kahramanmaraş	Adres, telefon, fax, çözüm masası, harita	Var	Yok
Kayseri	Telefon, e-posta, harita, kurumsal telefon	Var	Yok
Kocaeli	Telefon, e-posta, çağrı merkezi, kroki, birim telefonları	Yok	Var
Konya	Harita, adres bilgileri, banka bilgileri, telefon rehberi, e-posta adresleri, sık sorulan sorular	Var	Yok
Malatya	İletişim formu, önemli numaralar, kroki, telefon, e-posta	Var	Yok
Manisa	Adres, telefon, sosyal medya aracılığıyla harita (kroki), çözüm merkezi	Var	Yok
Mardin	İletişim formu, telefon, fax, e-mail, adres	Yok	Yok
Mersin (İçel)	Adresler, telefonlar, belediye mail, iletişim formu, şikâyetim var, ziyaretçi defteri, öneri yorum, kurumsal linkler, kaymakamlıklar	Var	Yok
Muğla	İletişim bilgileri (adres, telefon, e-posta), bize yazın, insan kaynakları (CV)	Var	Yok
Ordu	Adres, telefon, fax, e-posta, elektronik ağ, çağrı merkezi	Var	Yok
Sakarya	Santral, çözüm masası, adres, daire şube müdürlük adresleri	Var	Yok
Samsun	Telefon, fax, e-mail, adres, iletişim formu, kroki	Var	Var
Şanlıurfa	Adres, telefonlar, fax, harita, bilgi edinme, bize ulaşın, beyaz masa, web mail	Var	Var
Tekirdağ	Banka bilgileri, PTT bilgisi, muhtarlık iletişim bilgileri, ilçe banka hesap numaraları, adres, kroki, personel iletişim bilgileri, e-posta, telefon, fax	Var	Yok
Trabzon	İletişim formu, kroki, telefon, adres, e-posta, sosyal medya (Facebook, Twitter, Digg, Pinterest, LinkedIn)	Var	Yok
Van	Telefon, dâhili numaralar, muhtarlıklar, fax, şiddet hattı, daire başkanlıkları ile belediyeler	Var	Var

“Görsel Çekicilik” başlığı altında web sitesinde, (a) logo, logonun konumu, tasarımı ve slogan olup olmadığı, (b) arka plan tasarımı, (c) görsel kullanımı, (ç) font kullanımı, (d) başlıkların dil kullanımı, dikkat çekiciliği, fontu, (e) alt başlıkların dil kullanımı, dikkat çekiciliği, fontu, (f) sanal tur bulunup bulunmadığı, (g) foto galeri bulunup bulunmadığı, (ğ) video galeri bulunup bulunmadığı ve (h) canlı kameraların bulunup bulunmadığı araştırılmıştır.

İncelenen web sitelerinde logonun konumu, tasarımı ve slogan olup olmadığı incelendiğinde; web sayfasında tamamında yer aldığı gözlemlenmiştir. 28 web sitesinde üstte, 1 web sitesinde solda, 1 web sitesinde üstte ve altta bulunmaktadır. Slogan 13 web sitesinde bulunmakta, 17 web sitesinde bulunmamaktadır. Logo tasarımı ve logo ile ilgili ayrıntılı bilgi Tablo 3.16’da sunulmuştur.

Tablo 3.16. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Yer Alan Logo, Konumu, Tasarımı ve Slogan

Büyükşehir Belediyesi	Logo		
	Konumu	Tasarımı	Slogan
Adana	Üstte	Mavi tonlarda, Atatürk resmi ve sözü	Yok. "Belediyemiz bugün ... noktada hizmet vermektedir." bilgisi mevcut
Ankara	Üstte	Ankara'dan manzaralar	Yok
Antalya	Üstte	Belediye binası, başkanın resmi, Atatürk resmi	Yok
Aydın	Üstte	Belediye binası, başkanın resmi, Atatürk resmi	Hedefimiz, Daha Çağdaş Daha Yaşanır Bir Aydın
Balıkesir	Üstte	Sade, tek renk	Yok
Bursa	Üstte	Hareketli manzara	Yok
Denizli	Üstte	Ünlü mekânlar ve horoz resmi	Yok
Diyarbakır	Üstte	Köprü ve eş başkan fotoğrafları	Ortadoğunun Kültür ve Sanat Başkenti
Erzurum	Üstte	Sade, tek renk	Yok
Eskişehir	Üstte	Sade, tek renk	Yok
Gaziantep	Üstte	Başkanın resmi ile tarihi çarşı resmi	Büyükşehir Gaziantep
Hatay	Üstte	Atatürk portresi, imzası, Hatay manzarası	Yok
İstanbul	Üstte	Şehirden manzara	Yok
İzmir	Üstte	Saat kulesi, altta da fuar resmi	Yok
Kahramanmaraş	Üstte	Kale duvarı ve madalya	Yok
Kayseri	Üstte	Amblem ve tarihi yerler	Yok
Kocaeli	Üstte	Amblem ve tarihi yerler	Yok
Konya	Üstte	Mevlana, tarihi yerler, amblem	Kalkınmada Öncü Şehir
Malatya	Üstte	Bulutlu, Malatya manzarası	Yok
Manisa	Üstte	Amblem ve tarihi yerler	Emin Adımlarla Geleceğe
Mardin	Üstte	Amblem	Kürtçe bir söz
Mersin (İçel)	Üstte	Hareketli, sanatsal görüntüler, manzara	Mersinliler, Mersine sahip çıkınız. M.K.Atatürk

Muğla	Üstte	Bulut, Atatürk resmi, belediye amblemi	Hedefimiz Bir Muğla Bir. Sevgi, Hoşgörü, Güler yüzle Hizmet
Ordu	Üstte	Fotoğraf yarışması duyurusu	Ordu Dört Mevsim
Sakarya	Solda	Amblem ve başkanın resmi	Yok
Samsun	Üstte ve altta	Tarihi yer manzarası	Büyükşehir Sizin İçin. Altta da "Bu Şehir Bizim Sevdamız"
Şanlıurfa	Üstte	Tarihi, ünlü yerler	Tarihin Sıfır Noktası, Peygamberler Şehri
Tekirdağ	Üstte	Gece manzarası	Yok
Trabzon	Üstte	Manzara	Yok
Van	Üstte	Tarihi yerler	Tarih ve Güneşin Başkenti

İncelenen web sitelerinde arka plan tasarımı, rengi ve deseni incelendiğinde; web sayfasında tamamında yer aldığı gözlemlenmiştir. 19 web sitesinin arka planı tek renk, 1 web sitesinin 3 renk, 10 web sitesinin arka planında 2 renk bulunmaktadır. Arka planda 14 web sitesinde desen bulunmaktadır; bunlardan 3 web sitesinde tarihi mekânlar, 4 web sitesinde bulut, gökyüzü bulunmaktadır, diğer web sitelerinde de çeşitli desenler bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.17’de sunulmuştur.

Tablo 3.17. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarının Arka Plan Tasarımı, Rengi ve Deseni

Büyükşehir Belediyesi	Arka Plan Tasarımı	
	Renk	Desen
Adana	Mavi, Beyaz	Bulut, Gökyüzü
Ankara	Beyaz, Gri	Tarihi mekânlar
Antalya	Beyaz	-
Aydın	Mavi	Tarihi mekânlar
Balıkesir	Mavi, beyaz	-
Bursa	Gri	-
Denizli	Gri	-
Diyarbakır	Mavi	-
Erzurum	Beyaz, gri	Tarihi mekânlar
Eskişehir	Beyaz	-
Gaziantep	Beyaz	-
Hatay	Beyaz	-
İstanbul	Gri	-
İzmir	Gri	-
Kahramanmaraş	Siyah, gri, mavi	Ağaç
Kayseri	Mavi, beyaz	Bulut
Kocaeli	Mavi	Düz
Konya	Mavi	-
Malatya	Mavi, beyaz	Bulut
Manisa	Gri	İlçe isimleri

Mardin	Gri, Sarı	Logo
Mersin (İçel)	Gri	-
Muğla	Gri	Manzara
Ordu	Beyaz	-
Sakarya	Yeşil, beyaz	-
Samsun	Mavi	Bulut, düz
Şanlıurfa	Gri	Motif
Tekirdağ	Gri, mavi	-
Trabzon	Beyaz, gri	-
Van	Gri	Lekeli

İncelenen web sitelerinde görsel kullanımı incelendiğinde; 26 web sayfasında fotoğraf kullanımının orta, iyi ve çok iyi seviyede olduğu, 4 web sitesinde fotoğraf kullanılmadığı gözlemlenmiştir. 2 web sitesinde grafikler kullanıldığı, 2 web sitesinde de istatistiksel bilgiler mevcut olduğu görülmüştür. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.18’de sunulmuştur.

Tablo 3.18. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarının Görsel Kullanımı

Büyükşehir Belediyesi	Görsel Kullanımı		
	Fotoğraf	Grafik	Diğer
Adana	Var	-	Görsellik az
Ankara	Var	-	-
Antalya	-	-	-
Aydın	-	-	-
Balıkesir	Orta seviyede	-	-
Bursa	Orta seviyede	-	-
Denizli	İyi seviyede	Var	-
Diyarbakır	-	-	-
Erzurum	İyi seviyede	-	-
Eskişehir	İyi seviyede	Var	-
Gaziantep	İyi seviyede	-	İstatistikler mevcut
Hatay	İyi seviyede	-	İstatistikler mevcut
İstanbul	Orta seviyede	-	-
İzmir	Orta seviyede	-	-
Kahramanmaraş	İyi seviyede	-	-
Kayseri	İyi seviyede	-	-
Kocaeli	İyi seviyede	-	-
Konya	İyi seviyede	-	-
Malatya	Çok iyi seviyede	-	-
Manisa	İyi seviyede	-	-
Mardin	-	-	-

Mersin (İçel)	İyi seviyede	-	-
Muğla	İyi seviyede	-	-
Ordu	İyi seviyede	-	-
Sakarya	İyi seviyede	-	-
Samsun	İyi seviyede	-	-
Şanlıurfa	İyi seviyede	-	-
Tekirdağ	İyi seviyede	-	-
Trabzon	İyi seviyede	-	-
Van	İyi seviyede	-	-

Web sitelerinde font kullanımı incelendiğinde, 20 web sayfasında farklı yazı tipleri kullanıldığı, 10 web sayfasında ise aynı yazı tipleri kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.19’da sunulmuştur.

Tablo 3.19. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Font Kullanımı

Büyükşehir Belediyesi	Font Kullanımı	Büyükşehir Belediyesi	Font Kullanımı
Adana	Aynı yazı tipinde	Kayseri	Farklı yazı tipinde
Ankara	Aynı yazı tipinde	Kocaeli	Farklı yazı tipinde
Antalya	Farklı yazı tipinde	Konya	Farklı yazı tipinde
Aydın	Farklı yazı tipinde	Malatya	Farklı yazı tipinde
Balıkesir	Aynı yazı tipinde	Manisa	Farklı yazı tipinde
Bursa	Farklı yazı tipinde	Mardin	Aynı yazı tipinde
Denizli	Farklı yazı tipinde	Mersin (İçel)	Aynı yazı tipinde
Diyarbakır	Aynı yazı tipinde	Muğla	Farklı yazı tipinde
Erzurum	Farklı yazı tipinde	Ordu	Farklı yazı tipinde
Eskişehir	Aynı yazı tipinde	Sakarya	Farklı yazı tipinde
Gaziantep	Farklı yazı tipinde	Samsun	Aynı yazı tipinde
Hatay	Aynı yazı tipinde	Şanlıurfa	Farklı yazı tipinde
İstanbul	Farklı yazı tipinde	Tekirdağ	Farklı yazı tipinde
İzmir	Farklı yazı tipinde	Trabzon	Farklı yazı tipinde
Kahramanmaraş	Aynı yazı tipinde	Van	Farklı yazı tipinde

İncelenen web sitelerinde başlıklar ve alt başlıklar incelendiğinde; web sayfalarının dil kullanımının sade olduğu; dikkat çekiciliğin 20 web sayfasında iyi seviyede, 8 web sayfasında orta düzeyde, 2 web sayfasında kötü olduğu; fontlarının 10 web sayfasında aynı yazı tipinde, 20 web sayfasında farklı yazı tiplerinin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.20’de sunulmuştur.

Tablo 3.20. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Başlıklar ve Alt Başlıklar

Büyükşehir Belediyesi	Başlıklar ve Alt Başlıklar		
	Dil Kullanımı	Dikkat Çekicilik	Font
Adana	Sade	Orta düzeyde	Aynı yazı tipinde
Ankara	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
Antalya	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Aydın	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Balıkesir	Sade	Orta düzeyde	Aynı yazı tipinde
Bursa	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Denizli	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Diyarbakır	Sade	Kötü seviyede	Aynı yazı tipinde
Erzurum	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Eskişehir	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
Gaziantep	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Hatay	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
İstanbul	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
İzmir	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Kahramanmaraş	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
Kayseri	Sade	Orta düzeyde	Farklı yazı tipinde
Kocaeli	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Konya	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Malatya	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Manisa	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Mardin	Sade	Kötü seviyede	Aynı yazı tipinde
Mersin (İçel)	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
Muğla	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Ordu	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Sakarya	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Samsun	Sade	İyi seviyede	Aynı yazı tipinde
Şanlıurfa	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Tekirdağ	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Trabzon	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde
Van	Sade	İyi seviyede	Farklı yazı tipinde

Web sitelerinde sanal tur mevcudiyeti incelendiğinde 14 web sayfasında bulunduğu, 16 web sayfasında bulunmadığı; foto galeri bulunup bulunmadığı incelendiğinde, 26 web sayfasında bulunduğu, 4 web sayfasında ise bulunmadığı; video galeri bulunup bulunmadığı incelendiğinde, 14 web sayfasında bulunduğu, 16 web sayfasında ise bulunmadığı ve canlı kamera bulunup bulunmadığı incelendiğinde,

10 web sayfasında bulunduğu, 20 web sayfasında ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.21’de sunulmuştur.

Tablo 3.21. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Sanal Tur, Foto Galeri, Video Galeri ve Canlı Kamera

Büyükşehir Belediyesi	Sanal Tur	Foto Galeri	Video Galeri	Canlı Kamera
Adana	Yok	Var	Var	Yok
Ankara	Var	Var	Var	Var
Antalya	Yok	Var	Var	Yok
Aydın	Yok	Var	Yok	Yok
Balıkesir	Var	Var	Var	Yok
Bursa	Var	Yok	Yok	Var
Denizli	Var	Var	Var	Var
Diyarbakır	Var	Yok	Yok	Yok
Erzurum	Yok	Var	Yok	Yok
Eskişehir	Yok	Var	Var	Yok
Gaziantep	Var	Var	Var	Yok
Hatay	Var	Var	Var	Yok
İstanbul	Yok	Var	Yok	Var
İzmir	Var	Var	Yok	Var
Kahramanmaraş	Var	Var	Yok	Var
Kayseri	Yok	Var	Yok	Yok
Kocaeli	Var	Var	Yok	Var
Konya	Var	Var	Yok	Var
Malatya	Yok	Var	Var	Yok
Manisa	Yok	Var	Var	Yok
Mardin	Yok	Var	Yok	Yok
Mersin (İçel)	Yok	Var	Var	Yok
Muğla	Var	Var	Yok	Yok
Ordu	Yok	Yok	Yok	Yok
Sakarya	Var	Var	Yok	Yok
Samsun	Yok	Var	Yok	Yok
Şanlıurfa	Yok	Var	Var	Var
Tekirdağ	Var	Yok	Yok	Yok
Trabzon	Yok	Var	Var	Var
Van	Yok	Var	Var	Yok

“Güncellik” başlığı altında web sitesinde, (a) haberler, (b) duyurular, (c) etkinlikler ve (ç) canlı kameraların güncel olup olmadığı araştırılmıştır.

Web sitelerinde haberler, duyurular, etkinlikler ve canlı kameraların güncel olup olmadığı incelendiğinde, tüm web sayfalarında haberler, duyurular ve

etkinliklerin güncel olduğu; canlı kameraların 9 web sitesinde bulunduğu ve güncel olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.22’de sunulmuştur.

Tablo 3.22. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfalarında Güncellik

Büyükşehir Belediyesi	Haberler	Duyurular	Etkinlikler	Canlı Kamera
Adana	Güncel	Güncel	Güncel	-
Ankara	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Antalya	Güncel	Güncel	Güncel	-
Aydın	Güncel	Güncel	Güncel	-
Balıkesir	Güncel	Güncel	Güncel	-
Bursa	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Denizli	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Diyarbakır	Güncel	Güncel	Güncel	-
Erzurum	Güncel	Güncel	Güncel	-
Eskişehir	Güncel	Güncel	Güncel	-
Gaziantep	Güncel	Güncel	Güncel	-
Hatay	Güncel	Güncel	Güncel	-
İstanbul	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
İzmir	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Kahramanmaraş	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Kayseri	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Kocaeli	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Konya	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Malatya	Güncel	Güncel	Güncel	-
Manisa	Güncel	Güncel	Güncel	-
Mardin	Güncel	Güncel	Güncel	-
Mersin (İçel)	Güncel	Güncel	Güncel	-
Muğla	Güncel	Güncel	Güncel	-
Ordu	Güncel	Güncel	Güncel	-
Sakarya	Güncel	Güncel	Güncel	-
Samsun	Güncel	Güncel	Güncel	-
Şanlıurfa	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Tekirdağ	Güncel	Güncel	Güncel	-
Trabzon	Güncel	Güncel	Güncel	Güncel
Van	Güncel	Güncel	Güncel	-

“Diğer” başlığı altında web sitesinin uygulamalarıyla ve yukarıda açıklanan hususlarla, halkın beklentilerini karşılayabilecek seviyede olup olmadığının değerlendirmesi yapılmıştır. Ayrıntılı bilgi Tablo 3.23’de sunulmuştur.

Tablo 3.23. Büyükşehir Belediyelerinin Web Sayfaları Hakkında Değerlendirme

Büyükşehir Belediyesi	Değerlendirme
Adana	Web sitesi genel olarak sade bir yapıya sahip. E-belediye uygulamalarının tamamını içermiyor. Halkın beklentilerine orta düzeyde cevap verebilir. Hızlı erişim seçeneği altında otobüs-metro saatleri, hal fiyatları, etkinlik takvimi yararlı olabileceği değerlendirilmektedir.
Ankara	Web sitesi genel olarak halkın ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde.
Antalya	Web site, hemen her özelliği bünyesinde bulundurmakta, ancak bilgi biraz karmaşık bir yapıda sunulmuştur. Sayfanın en altında da sunulan hizmetlere ulaşılabilir.
Aydın	Bilgiler güncel, e-belediye hizmetlerine ulaşılabilir.
Balıkesir	Web sitesi genel olarak halkın ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde.
Bursa	Logonun üstünde Bursa seçeneği mevcut, üzerine basıldığında yeni bir sayfa açılmakta ve gezilecek-görülecek yerler gibi tanıtım sitesi ve Almanca, Arapça, Bulgarca, Çince, Farsça, Fransızca, İtalyanca, Rusça dil seçeneği mevcut
Denizli	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Diyarbakır	E-belediye çalışması mevcut değil ve vatandaşların ihtiyacını karşılayabilecek seviyede değildir.
Erzurum	E-belediye hizmet başlığı yok, ancak bazı işlemler yine de başka başlıklarla yapılabilmektedir. Vatandaşların beklentilerini tam olarak karşılamamaktadır.
Eskişehir	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Gaziantep	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde, görselliği ile dikkati çekmekte
Hatay	Uygulamalar aylarca yapım aşamasında olduğundan incelenememiştir.
İstanbul	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde, ancak daha da zenginleştirilebilir
İzmir	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Kahramanmaraş	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Kayseri	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Kocaeli	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Konya	Görme engelliler web sayfası mevcut. Diğer belediyelere nazaran en donanımlı web siteye sahiptir. Halkın isteklerini fazlasıyla karşılamaktadır
Malatya	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Manisa	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Mardin	Vatandaşların beklentilerini karşılayacak düzeyde değildir.
Mersin (İçel)	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Muğla	Orta seviyede ihtiyaçları karşılamaktadır
Ordu	Orta seviyede ihtiyaçları karşılamaktadır
Sakarya	Orta seviyede ihtiyaçları karşılamaktadır
Samsun	E-belediye seçeneği yok, ama ana sayfada bazı uygulamalara ulaşılabilir.
Şanlıurfa	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Tekirdağ	Halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde
Trabzon	Online su ödeme, otobüs saatleri, vefat edenler, hal fiyatları, nöbetçi eczaneler, acil telefonlar dışındaki bilgiye erişim üyelik istemektedir. Üyelik olmadan erişilememektedir.
Van	E-belediye çalışmaları devam ettiğinden incelenememiştir.

SONUÇ

Enformasyonun ön planda olduğu günümüzde yeni iletişim teknolojileri yaşamı sosyal, ekonomik ve kültürel yönden etkilemektedir. Bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojilerinin yöndeşmesiyle farklı bir boyut kazanan yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı yüksek hız, düşük maliyet, etkin iletişim, küresel sınırların ortadan kaldırılması, zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırarak ticaret ve iletişimin hem bireysel hem de kurumsal anlamda kolaylaşması, kolay ölçülebilir olması, veri tabanlarının oluşturulmasına, bilgilerin arşivlenmesine imkân vermesi gibi avantajları günümüzün toplumsal yaşantısını etkilemiş, ekonominin ve sosyal yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Abacıoğlu, 2014:251).

Yeni iletişim teknolojileri, birikimsel bilginin hızla artması ve yaygınlaşmasını sağlayıcı bir etki açığa çıkarmıştır. İnsan yaşamında ve iş süreçlerinde köklü dönüşümler açığa çıkan yeni iletişim teknolojileri, bu teknolojileri yaygın olarak kullanan kitlelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İş yaşamında otomasyon, birimler arası online etkileşim ve veri akışının bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi, bilginin bir rekabet unsuruna dönüşmesini sağlamanın yanı sıra bilişim teknolojilerini kullanabilme becerilerine sahip bireylere gereksinim açığa çıkarmıştır. İster kamu sektöründe olsun isterse özel sektörde olsun iş yapış biçimleri ciddi anlamda dönüşüme uğramıştır. Halkla ilişkiler faaliyetleri de bu dönüşüm çerçevesinde yeni etkinlik alanları geliştirmiştir. Sosyal medya bu araçların başında gelmektedir.

Hedef kitlelerin bilmek isteyeceği her türlü bilgiyle donanmış kurumsal web siteleri ile duyuru, haber vb. yayınlar ileten RSS, podcast yayınları, güncel bilgiler ile birlikte karşılıklı iletişim ortamı sunan bloglar, sosyal ağ siteleri gibi sosyal medya ortamları hedef kitle açısından kısa sürede sıradan bir hal alabilmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler uygulayıcılarının yeni teknolojileri kullanma bilgi ve becerilerini geliştirmelerinin yanında yaratıcı içerik ve uygulamalar üretmesi de bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Abacıoğlu, 2014:252).

Günümüzde internetin giderek yaygınlaşmasıyla, kamu kurum ve kuruluşlarının paydaşlarıyla etkileşimde büyük ölçüde web sayfalarına başvurduğu görülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de kamu kurum ve kuruluşları internet teknolojisine hızla uyum sağlamıştır. Ağırlıklı olarak internet siteleri

üzerinden gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri, kurumu tanıtmaya amacına hizmet etmektedir. Yasal zorunlulukların ortaya çıkardığı bilgi edinme başvuruları dışında tanıma amacına yönelik uygulamalar oldukça sınırlıdır. Tanıma faaliyetleri; münferit başvuru, talep, şikâyet vs. ile sınırlı kalmaktadır. Kurum-grup ilişkisini yansıtan ve herhangi bir konu ile ilgili herhangi bir grubun eğilimini ortaya koyan uygulamalar çok nadir olarak kamu internet sitelerinde görülmektedir (Yağmurlu, 2011:8).

“Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışmasında yeni iletişim teknolojileri kavramı ve tarihi, sosyal medya araçları ile halkla ilişkiler faaliyetleri incelenmiş; e-devlet ve e-belediye hizmetleri ile belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri araştırılarak yeni iletişim teknolojilerini kullanımları üzerine bir araştırma yürütülmüştür. Bu kapsamda; Türkiye’de bulunan 30 büyükşehir belediyesinin resmi web sayfası kullanım kolaylığı, bilgilendirici olma, görsel çekicilik ve güncelliği bakımından incelenmiş; yapılan araştırma sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Analizler, Nisan-Haziran 2015 tarihleri içerisinde gerçekleştirilmiştir. İlerleyen tarihlerde web sitelerinin değişmiş olması mümkündür.

Bu çalışma sonucunda elde edilen veriler, büyükşehir belediyelerinin web sayfalarının halkla ilişkiler araçlarını ne kadar barındırdığını ortaya koymakta; büyükşehir belediyelerinin web sayfalarını halkla ilişkiler açısından ne kadar etkin kullandıklarını göstermektedir. Alana ilişkin literatürden faydalanılarak ortaya konulan ve konu sınırlaması çerçevesinde seçilen ölçütler şu başlıklar altında sıralanabilecektir:

- **Kullanım Kolaylığı Ölçütü:** Büyükşehir belediyelerinin web sayfaları kullanım kolaylığı açısından incelendiğinde; genellikle arama motoru, site haritası bulunduran web sayfalarında istenilen bilgiye, faydalı linkler bulunduran web sayfalarında belediye ile ilişkili bir kuruma ya da şirkete kolayca ulaşılabilirdi; sosyal medya araçları sayesinde günümüzde bireylerin en çok kullandığı Facebook ve Twitter ile hem bilgisayarlar üzerinden hem de cep telefonlarından siteye erişim sağlanabildiği görülmektedir. Web sayfasına erişen bir kullanıcı hizmet rehberi seçeneği ile belediyenin sunduğu hizmetlerin tamamını görmekte ve kullanabilmektedir. Farklı dil seçeneği ile hedef kitlenin kurumu tanımasına olanak sağlamaktadır. Belediyeler, halkla ilişkiler faaliyetlerini ve etkileşimlerini

geliştirmek amacıyla, web sayfalarında iletişim formu bulundurmakta, telefon, faks, e-posta, kroki bilgilerini paylaşmakta, şikâyet masası, istek/şikâyet bildirim formu ile geri bildirim sağlama imkânı tanımaktadır.

- **Bilgilendirici Olma Ölçütü:** Büyükşehir belediyeleri bilgilendirici olma boyutuyla incelendiğinde, tamamının kurum kimliğini yansıtacak öğeleri bulundurduğu tespit edilmiştir. Web sayfalarında duyurular ve haberlere yer verilmesi, kurumların faaliyetlerini hedef kitleye ulaştırma çabasında olduğu sonucunu doğurmaktadır. E-belediye hizmetlerine yer vermesi, değişime açık olduğunun bir göstergesi olarak hizmetlerini online olarak kullanıma sunmaktadır. Mevzuat, projeler, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler ve arşive yer verilmesi hedef kitleyi bilgilendirme amacı taşımaktadır. Büyükşehir belediyelerinin iletişim araçları ve bilgi edinme formu aracılığıyla web sayfalarını iletişim aracı olarak etkin bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Anket seçeneği mevcut olan belediyelerin ise faaliyetlerine ilişkin kullanıcıların görüşünü almak istedikleri görülmektedir.
- **Görsel Çekicilik Ölçütü:** Büyükşehir belediyelerinin web sayfalarının görsel çekicilik açısından incelenmesi sonucunda kurumsal kimlik, kentin tarihi ve günümüzdeki dokusu gibi unsurlarla tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir. Web sayfası tasarımında arka plan olarak mavi, beyaz ve gri renklere, desen veya doku olarak da manzara ve tarihi mekânlara ağırlık verildiği görülmektedir. Dil kullanımı, font kullanımı, sanal tur, foto ve video galerinin mevcudiyeti kullanıcının farkındalığını artırmaktadır.
- **Güncellik Ölçütü:** Web sayfalarının güncelliği incelendiğinde, Büyükşehir belediyelerinin hemen hemen tamamının güncelliğe önem verdiği görülmektedir. Güncelleme çalışmaları yapılan belediyelerdeki çalışmaların uzun süre devam ettiği tespit edilen bir bulgudur.

İncelenen kriterler sonucunda, nüfus olarak da kalabalık olan gelişmiş Büyükşehir Belediyelerinin halkla ilişkiler faaliyetlerinde sosyal medyayı aktif olarak kullandığı görülmüştür. Bununla beraber belediyelerin web sayfalarının, hedef kitleye

tam anlamıyla hizmet sağlayabilmesi için uygulamalara daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. E-belediye uygulaması tam anlamıyla aktif olarak kullanıma açılmalı, kullanıcının üye kaydı olmadan da işlemleri yapabilmesine olanak sağlanmalıdır.

Yapılan inceleme kapsamında tespit edilen sonuçları değerlendirmek açısından her bir ölçüt ayrıntılı olarak ele alınacak olursa; kullanıcı için web sitesinin kullanım kolaylığı her şeyden önce gelmektedir. Web sitesinde var olan site haritası, arama motoru, faydalı linkler, dil seçeneği gibi nitelikler kullanıcıyı sitede rahat ettirmektedir. Bu maksatla, web sitelerinde kullanıcı profili ve ihtiyaçları göz önünde bulundurularak pek çok uygulamaya yer verilmektedir. Web siteleri, kullanım kolaylığı ölçütü kapsamında; arama motoru bulundurma, site haritası bulundurma, sosyal medya araçları, faydalı linkler bulundurma, hizmet rehberi bulundurma, sorgu işlemleri, dil seçeneği, halkla ilişkiler faaliyetleri esas alınarak incelenmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Gaziantep, Hatay, Konya, Mersin, Ordu, Sakarya, Şanlıurfa, Tekirdağ Büyükşehir belediyeleri dışındaki belediyelerde arama motoruna yer verilmiştir.
- Adana, Aydın, Balıkesir, Denizli, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, İstanbul, Kayseri, Konya, Mardin, Mersin, Ordu, Sakarya, Samsun, Tekirdağ, Van Büyükşehir belediyeleri dışındaki belediyelerde site haritası bulunmaktadır.
- Büyükşehir belediyelerinin önemli bir çoğunluğunda faydalı linkler mevcut olup; Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir, Erzurum, Gaziantep, Hatay, Mardin Büyükşehir belediyelerinde bulunmamaktadır.
- Sosyal medya araçlarından Facebook ve Twitter hemen hemen her belediye tarafından kullanılmakta; Youtube, Instagram, Pinterest, Flickr, Myspace, LinkedIn gibi sosyal medya araçları birkaç Büyükşehir belediyesinde kullanılmakta; Denizli'de yalnızca Facebook kullanılmakta; Mardin, Mersin ve Samsun Büyükşehir belediyelerinde ise sosyal medya araçları kullanılmamaktadır.
- Kullanıcının belediye hizmetlerine ilişkin olarak aradığını rahatça bulabilmesini sağlayan sorgulamaları içeren hizmet rehberi seçeneği; Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Diyarbakır, Erzurum, İstanbul, Malatya,

Manisa, Sakarya, Şanlıurfa, Trabzon ve Van Büyükşehir belediyelerinde mevcuttur.

- Kullanıcıların farklı dil seçenekleriyle de internet sitesinden yararlanmasını sağlamak amacıyla web sayfalarında dil seçeneğinin mevcut olup olmadığı incelenmiş; Adana, Aydın, Balıkesir, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya, Manisa, Mersin, Ordu, Tekirdağ ve Trabzon'da Türkçe haricinde dil seçeneği olmadığı; Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Muğla, Sakarya, Şanlıurfa'da yalnızca Türkçe ve İngilizce dil seçeneği olduğu; Diyarbakır'da Türkçe, İngilizce, Kürtçe; Mardin'de Türkçe, Kürtçe, Süryanice ve Arapça; Van'da da Türkçe, Kürtçe ve İngilizce dil seçeneği olduğu tespit edilmiştir. Fransızca, Arapça, Rusça gibi dillere de Ankara, Antalya, Konya, Samsun Büyükşehir Belediyelerinde rastlanılmaktadır.

Birçok kamu kurum ve kuruluşunda olduğu gibi Büyükşehir Belediyelerinde de web sitesi etkin bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Web sitesinin zengin içerik sunması, kullanıcıyı bilgilendirmesi açısından önem taşımaktadır. Vatandaşın bilgi edinme hakkı göz önünde bulundurulduğunda, belediyenin yaptığı ve yapmakta olduğu işler konusunda gerekli ve yeterli düzeyde vatandaş bilgilendirmek maksadıyla kullanılan web sitesi önemli bir araç haline gelmiştir. Tez çalışması kapsamında Büyükşehir Belediyelerinin web siteleri, bilgilendirici olma ölçütü kapsamında; kurumsal bilgi, hizmet rehberi, duyurular, haberler, e-belediye faaliyetleri, mevzuat bulundurma, projeler, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler, arşiv, iletişim, bilgi edinme, anket bulundurma açısından incelenmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Türkiye'deki Büyükşehir belediyelerinin tamamı, web sitesinde Başkan ve kurum hakkındaki tanıtım bilgilerini içermektedir.
- Hizmet rehberi bulunan Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Diyarbakır, Erzurum, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Malatya, Manisa, Sakarya, Şanlıurfa, Trabzon ve Van Büyükşehir belediyelerinde de, ulaşım hizmetleri (metro/otobüs/tren/vapur saatleri), hal fiyatları, nikah işlemleri, sosyal ve kültürel hizmetler, mezarlık hizmetleri, hizmet birimleri, faydalı

linkler, inşaat ruhsat işlemleri, imar uygulama hizmetleri, bilgi hizmetleri, iletişim, itfaiye hizmetleri, etkinlikler, kurumsal yapı hakkında bilgi, atıklar ve bertaraf işlemleri, yaşlılara yönelik destek hizmetleri gibi hizmetler mevcuttur.

- Duyurular, haberler, haber arşivi ve projeler incelenen tüm Büyükşehir belediyelerinde mevcuttur.
- Belediye mevzuatı, Ankara, Aydın, Şanlıurfa ve Trabzon hariç diğer Büyükşehir belediyelerinde mevcuttur.
- Sıkça sorulan sorular Antalya, Eskişehir, Kahramanmaraş, Kocaeli, Konya, Malatya, Şanlıurfa'da mevcuttur.
- Şehir rehberi Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Ordu, Sakarya, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon, Van Büyükşehir belediyelerinde mevcuttur.
- İlçe belediyeler hakkında bilgi, Adana, Denizli, Erzurum, İzmir, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Tekirdağ, Trabzon, Van'da mevcuttur.
- Ankara, Antalya, Balıkesir, Denizli, Gaziantep, Hatay, İstanbul, Kocaeli, Samsun, Şanlıurfa ve Van Büyükşehir belediyelerinde hizmet ve memnuniyet anketi yer almakta, diğerlerinde bulunmamaktadır.

Web sitelerinin kullanıcı açısından yeterince enformasyon sağlaması, işlem yapabilme açısından kolay ve kullanışlı olması gibi faktörlerin yanı sıra görsel çekiciliği de kuruma yönelik algıyı olumlu yönde etkileyebilmektedir. Büyükşehir belediyelerinin web siteleri, görsel çekicilik ölçütü kapsamında; logo tasarımı, slogan, arka plan tasarımı, görsel kullanımı, font kullanımı, başlıklar ve alt başlıklar, anahtar kavramlar, sanal tur, foto galeri, video galeri, canlı kamera bulundurması açısından incelenmiş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Büyükşehir web siteleri incelendiğinde, logonun konumu, tasarımı ve sloganın tamamında yer aldığı gözlemlenmektedir. Logo 28 web sitesinde üstte bulunurken, Sakarya Büyükşehir Belediyesinde solda, Samsun Büyükşehir Belediyesinde de üstte ve altta yer almaktadır. Slogan ise Adana,

Aydın, Diyarbakır, Gaziantep, Konya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Ordu, Samsun, Şanlıurfa ve Van Büyükşehir belediyelerinde mevcuttur.

- Web sitelerinin arka plan tasarımı, rengi ve dokusu incelendiğinde, Antalya, Aydın, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Konya, Manisa, Mersin, Muğla, Ordu, Samsun, Şanlıurfa ve Van büyükşehir belediyelerinde arka planda tek renk kullanılırken; Kahramanmaraş'ta üç renk; diğer belediyelerde ise iki renk bulunmaktadır. Arka planda 14 web sitesinde doku bulunmaktadır. Ankara, Aydın ve Erzurum'da tarihi mekânlara; Adana, Kayseri, Malatya, Samsun'da bulut ve gökyüzüne; Kahramanmaraş, Kocaeli, Manisa, Mardin, Muğla, Şanlıurfa ve Van'da ise çeşitli dokulara rastlanılmaktadır.
- Web sitelerinin görsel kullanımı incelendiğinde; Antalya, Aydın, Diyarbakır, Mardin Büyükşehir belediyeleri hariç diğerlerinde fotoğraf kullanımının yaygın olduğu; grafiğin Denizli ve Eskişehir'de kullanıldığı; Gaziantep ve Hatay'da istatistiklere yer verildiği görülmektedir.
- Web sitelerinin font kullanımı incelendiğinde; Adana, Ankara, Balıkesir, Diyarbakır, Eskişehir, Hatay, Kahramanmaraş, Mardin, Mersin ve Samsun büyükşehir belediyelerinde aynı tip yazı tiplerinin kullanıldığı; diğerlerinde farklı yazı tipleri kullanıldığı görülmektedir.
- Web sayfalarında başlıklar incelendiğinde; web sayfalarının dil kullanımının sade olduğu; dikkat çekiciliğin Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Erzurum, İzmir ve Kayseri büyükşehir belediyelerinde orta seviyede, Diyarbakır ve Mardin'de kötü seviyede, diğer büyükşehir belediyelerinde iyi seviyede olduğu; Adana, Ankara, Balıkesir, Diyarbakır, Eskişehir, Hatay, Kahramanmaraş, Mardin, Mersin ve Samsun'da aynı tip yazı tiplerinin kullanıldığı, diğerlerinde farklı yazı tipleri kullanıldığı görülmektedir.
- Web sayfalarında sanal tur olup olmadığı incelendiğinde Ankara, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, İzmir, Kahramanmaraş, Kocaeli, Konya, Muğla, Sakarya ve Tekirdağ Büyükşehir belediyelerinde bulunduğu, diğerlerinde bulunmadığı; foto galeri durumu incelendiğinde Bursa, Diyarbakır, Ordu ve Tekirdağ Büyükşehir belediyeleri hariç diğerlerinde bulunduğu görülmüştür.

- Web sayfalarında video galeri olup olmadığı incelendiğinde Adana, Ankara, Antalya, Balıkesir, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Malatya, Manisa, Mersin, Şanlıurfa, Trabzon ve Van Büyükşehir belediyelerinde bulunduğu, diğerlerinde bulunmadığı; canlı kamera durumu incelendiğinde Ankara, Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Kocaeli, Konya, Şanlıurfa ve Trabzon Büyükşehir Belediyelerinde bulunduğu görülmüştür.

Teknolojik, ekonomik ve toplumsal gelişmeler kamu hizmetlerinin sunulmasında yerel yönetimlerin önemini artırırken, bu gelişmelere paralel olarak değişen ve dönüşen yönetim anlayışı, yönetim-halk ilişkisini ve bu bağlamda, halkla ilişkiler uygulamalarını daha da önemli kılmaktadır. Bu süreçte dikkat çeken bir husus ise, teknolojik gelişmelerin halkla ilişkiler uygulamalarına yeni bir yön verdiği ve son yıllarda belediyelerin halkla ilişkiler uygulamalarını yeni teknolojilere hızla adapte ettikleridir (Taşcıoğlu ve Atik, 2009:408). Bu bağlamda büyükşehir belediyelerinde halkla ilişkiler uygulamalarında yeni teknolojilerin kullanımına bakıldığında, her birinin bir web sitesine sahip olduğu görülmektedir. Web sitelerini kullanmaları noktasında ulaşılan sonuçlar ışığında büyükşehir belediyeleri hakkında yapılan değerlendirmeler şu şekildedir:

- i. Adana ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
 - Web sitesinde faydalı linkler ve farklı dil seçeneği mevcut değildir.
 - Halkla ilişkiler faaliyetleri yeterli düzeyde değildir.
 - Sıkça sorulan sorular siteye entegre edilerek kullanıcıya fayda sağlayabilecektir.
 - Web sitesinin görselliğini artırabilmek için fotoğraf, grafik ve istatistiklerle desteklenmelidir.
 - Canlı kamera görüntüleri yoktur, eklenerek vatandaşın bilgi sahibi olması sağlanabilir.
 - Anket oluşturularak halkın da belediyenin faaliyetlerinde söz hakkı elde etmesi hususunda etkili olabileceği değerlendirilmektedir.

ii. Ankara ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Ankara hem Türkiye'nin başkenti olması, hem de köklü bir şehir olması yönüyle dünyaca tanınmaktadır. Dolayısıyla şehir olarak dünyanın ilgisini çeken bir şehri büyükşehir belediyesinin web sitesinin farklı ülkeler tarafından incelenebilmesi için, mevcutta bulunan İngilizce, Fransızca, Arapça, Rusça dillerine yenilerinin eklenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- Kullanıcı olan halk için bilgilendirme sağlayacak olan mevzuat, projeler, ilçe belediyeler ve sıkça sorulan sorulara da yer verilmelidir.
- Etkili bir slogan belirlenmesinin olumlu etki yaratacağı düşünülmektedir.
- Arka plan tasarımı ve görsel kullanımı incelendiğinde, beklentilerin biraz altında kalmaktadır.
- Grafik ve istatistiklere de yer verilerek içeriğin doldurulması sağlanmalıdır.

iii. Antalya ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Faydalı linkler, ilçe belediyeler, canlı kameralar ve sanal tur özelliği eklenerek web sitesinin içeriği zenginleştirilebilir.
- Antalya, tatil yöresi olduğundan fazlaca turist çekmektedir, bu maksatla İngilizce, Almanca ve Rusça dillerine yenilerinin eklenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- Sosyal medya araçlarıyla desteklenmelidir.
- Arka plan tasarımı ve görsel kullanımı incelendiğinde yeterli düzeyde olmadığı görölmüştür.
- Doğal güzellikleri kullanılarak web sitesinin görselliğinin artırılabilceği, grafik ve istatistiklerle desteklenmesinin olumlu etki sağlayacağı değerlendirilmektedir.
- Canlı kameralar ve sanal tur seçeneği de eklenerek kullanıcının farkındalığında etki bırakılabilecektir.

- iv. Aydın ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Site haritası, faydalı linkler, mevzuat, projeler, sıkça sorulan sorular ve ilçe belediyeler web sitesine entegre edilerek kullanıcının web sitesini kullanmasına fayda sağlanabilecektir.
 - Dil seçeneğinin olmaması, farklı dile sahip kullanıcıların web sitesinden faydalanmasını olumsuz etkileyecektir.
 - Hizmet rehberi mevcut, ancak güncellenmekteydi. Güncellemenin uzun sürmesi kullanıcıda olumsuz etki bırakmaktadır.
 - Web sitesinin görselliği artırılmalı, kullanıcıya hitap etmelidir.
- v. Balıkesir ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Site haritası, faydalı linkler, sıkça sorulan sorular ve ilçe belediyeler gibi kullanıcıya fayda sağlayacak seçenekler web sitesine eklenmelidir.
 - Dil seçeneğinin olmaması, farklı dile sahip kullanıcıların web sitesinden faydalanmasını olumsuz etkileyecektir.
 - Sosyal medya araçlarıyla desteklenmelidir.
 - Canlı kamera seçeneğİ eklenebilir, görsel kullanımı da artırılabilir. Bu sayede kullanıcıyı web sitesine çekmek daha kolay hale gelecektir.
- vi. Bursa ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Web sitesinde hizmet rehberi yok, ancak içeriğe hizmetler başlığı altında ulaşılabilir.
 - Dil seçeneğİ olarak yalnızca İngilizce mevcuttur, artırılması kullanıcıların erişimi açısından fayda sağlayacaktır.
 - Logonun üstünde yer alan Bursa seçeneğİ ile gezilecek-görülecek yerler gibi tanıtım sitesine erişilmekte ve bu sayfada Almanca, Arapça, Bulgarca, Çince, Farsça, Fransızca, İtalyanca, Rusça dil seçeneğİ mevcuttur, aynı dil seçenekleri ana sayfaya da eklenebilir.
 - Sıkça sorulan sorular, ilçe belediyeler, foto ve video galeri web sitesine eklenebilir.
 - Arka planda gri yerine daha canlı renkler kullanılarak görsel kullanımın artırılabilceğİ değerlendirilmektedir.

vii. Denizli ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Site haritası, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular gibi kullanıcıya fayda sağlayacak seçenekler web sitesine entegre edilebilir.
- Sosyal medya araçlarından yalnızca Facebook kullanılmakta, diğer medya araçlarıyla desteklenmelidir.
- İngilizce dışında dil seçenekleri de eklenmelidir.
- Web sitesi görselliği iyi ama istatistikler de desteklenebilir.
- Yeni büyükşehir belediyesi olmasına karşın iyi seviyede olduğu değerlendirilmektedir.

viii. Diyarbakır ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Site haritası, sıkça sorulan sorular, ilçe belediyeler, bilgi edinme, anket gibi kullanıcının web sitesini kullanmasında fayda sağlayacak uygulamalar eklenebilir.
- Başvurulan sosyal medya araçları artırılabilir.
- Dil seçeneği İngilizce ve Kürtçedir.
- Görsel kullanımı yeterli seviyede değildir; fotoğraf, istatistiklerle desteklenmelidir.
- Foto ve video galeri, canlı kamera kullanılarak web sitesine olumlu imaj sağlanmalıdır.
- Kullanılan başlıkların dikkat çekiciliği ve web sitesi genel olarak kötü seviyededir.
- E-belediye uygulaması yeterli seviyede değildir, zenginleştirilmelidir.

ix. Erzurum ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Faydalı linkler, dil seçeneği, sıkça sorulan sorular ve anket gibi kullanıcının web sitesini kullanımını kolaylaştıracı uygulamalar mevcut değildir.
- Ülkemizdeki sayılı kayak tesislerine sahip olması nedeniyle çok sayıda turist çekmektedir.
- Web sitesini kullanmak isteyen turistlere de fayda sağlamak için dil seçeneği sunulmalıdır.
- Doğal güzelliklerle görsel olarak desteklenmelidir.

- Sosyal medya araçlarının kullanımı da geliştirilmelidir.
 - E-belediye hizmet başlığı olmasa da bazı işlemlere ulaşılabilmektedir, ancak yeterli seviyede olmadığı değerlendirilmektedir.
- x. Eskişehir ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Hizmet rehberi, şehir rehberi, ilçe belediyeler, anket, sanal tur, canlı kameralar ve dil seçeneği mevcut değildir.
 - Şehrin ortasından geçen Porsuk Çayı görülmeye değerdir. Turistlerin de web sitesinden yararlanması için dil seçeneği mutlaka olmalıdır.
 - Görsel olarak fotoğraf ve grafikler mevcuttur, ancak istatistikler de desteklenebilir.
 - Sosyal medya araçlarıyla da desteklenmelidir.
- xi. Gaziantep ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Arama motoru, site haritası, faydalı linkler, hizmet rehberi, dil seçeneği, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler, canlı kamera gibi kullanıcıya fayda sağlayacak uygulamalar mevcut değildir.
 - E-belediye çalışmalarıyla halkın beklentilerini karşılayabilecek düzeyde ve görselliği ile dikkatleri üzerine çekmektedir.
- xii. Hatay ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Arama motoru, site haritası, faydalı linkler, hizmet rehberi, dil seçeneği, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, ilçe belediyeler ve canlı kameralar mevcut değildir.
 - E-belediye uygulaması, aylarca yapım aşamasında olduğundan incelenememiştir.
 - Halkla ilişkiler faaliyetleri geliştirilmelidir.
 - Halkın web sitesini kullanımını kolaylaştırmak için belirtilen uygulamalara mutlaka yer verilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.
- xiii. İstanbul ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Site haritası, sıkça sorulan sorular, ilçe belediyeler sanal tur ve video galeri bulunmamaktadır.

- Türkiye'nin en yoğun nüfuslu ili olduğu dikkate alındığında, e-belediye hizmetlerine en çok ihtiyaç duyulan ildir. Dolayısıyla e-belediye hizmetleri zenginleştirilmelidir.
- Tarihi ve doğal güzellikleriyle turistlerin de ilgisini çeken bir yer olduğundan, web sitesinde farklı dil seçenekleri sunmalıdır.
- Web sitesi görsel olarak da zenginleştirilmeli ve diğer belediyelere göre ön plana çıkmalıdır.

xiv. İzmir ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Web sitesinde, çalışmamız kapsamında incelenen özelliklerden sıkça sorulan sorular, anket ve video galeriye yer verilmemiştir.
- Ankara ve İstanbul'dan sonra gelen İzmir'de sosyal medya araçları desteklenmelidir.
- Doğal güzellikleriyle ön plana çıktığından, bunu web sitesine de yansıtmalıdır.
- Görselliği diğer web sitelerine göre iyi olsa da beklentilerin altında kalmaktadır.

xv. Kahramanmaraş ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Web sitesinde hizmet rehberi, dil seçeneği, anket, video galeri bulunmamaktadır.
- Görsel olarak fotoğraflar olsa da grafik ve istatistiklerle de desteklenmelidir.
- Başvurulan sosyal medya araçları artırılmalıdır.
- E-belediye hizmetleri iyi seviyededir.

xvi. Kayseri ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Site haritası, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, anket, sanal tur, video galeri, canlı kamera bulunmamaktadır.
- Sosyal medya araçları geliştirilmelidir.
- Bölgede bulunan kayak tesislerinden de yararlanarak web sitesinin görselliğinin artırılması gerektiği değerlendirilmektedir.

- xvii. Kocaeli ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Sosyal medya araçlarını kullanımı açısından iyi seviyededir.
 - Farklı dil seçeneği olarak İngilizce dışında dillere de yer vermelidir.
 - Hizmet rehberi, bilgi edinme ve video galeriye yer verilmemiştir.
 - Web sitesinin görselliği iyi ancak grafik ve istatistiklerle de desteklenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- xviii. Konya ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Arama motoru, site haritası, hizmet rehberi, anket ve video galerisi bulunmamasına rağmen açıklamalı e-belediye uygulamalarıyla büyükşehir belediyeleri arasında en donanımlı web sitesine sahiptir.
 - Sitede kullanıcıyı rahatlatarak, kullanımını kolaylaştıracak bilgilere yer verilmiştir.
 - Görme engelliler web sayfası mevcuttur.
 - Görselliği ve farklı dil kullanımıyla dikkatleri üzerine çekmektedir.
 - Konya’da bulunan Mevlana Müzesi, turist çeken en önemli mekândır, dil seçeneğinin fazla olmasının bunun etkisi olduğu düşünülmekte ve kullanıcıda olumlu etkiler bıraktığı değerlendirilmektedir.
- xix. Malatya ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Sosyal medya araçlarını kullanması bakımından iyi seviyededir.
 - Dil seçeneği yoktur ve önemli bir kayıptır.
 - Anket ve canlı kameralara yer verilmemiştir.
 - Görselliği iyi seviyededir, ancak grafik ve istatistiklerle desteklenebilir.
 - Halkla ilişkiler faaliyetleri iyi seviyededir.
- xx. Manisa ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:
- Halkla ilişkiler faaliyetleri geliştirilmelidir.
 - Farklı dil seçeneği yoktur.
 - Sıkça sorulan sorular, ilçe belediyeler, anket, sanal tur ve canlı kameralara yer verilmemiştir.
 - Web sitesi görsel olarak da geliştirilmeye ihtiyaç duymaktadır.

xxi. Mardin ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Site haritası, sosyal medya araçları, faydalı linkler, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, bilgi edinme, anket, sanal tur, video galeri, canlı kamera gibi araçların hiç biri mevcut değildir.
- E-belediye uygulamaları bulunmamaktadır.
- Halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında bir çalışma mevcut değildir.
- Görsel olarak kullanıcıya hitap eden fotoğraf, grafik vb. mevcut değildir.
- Başlıkların dikkat çekiciliği iyi seviyede değildir.
- Büyükşehir belediyesine ait bir web sitesi mevcut, ancak web sitesinin tamamen güncellenerek içeriğinin doldurulması gerektiği değerlendirilmektedir. Bu haliyle vatandaşların beklentilerini karşılayacak düzeyde değildir.
- İçerik olarak da büyükşehir belediyeleri arasında en başarısız olan web sitesine sahip olduğu değerlendirilmektedir.

xxii. Mersin ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Arama motoru, site haritası, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, anket, sanal tur ve canlı kamera bulunmamaktadır.
- Sosyal medya araçlarına yer verilmemiştir.
- Farklı dil seçeneği bulunmamaktadır.
- E-belediye uygulaması geliştirilmelidir.

xxiii. Muğla ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, anket, video galeri, canlı kamera bulunmamaktadır.
- Farklı dil seçeneği olarak yalnızca İngilizce mevcuttur, artırılmalıdır.
- E-belediye uygulaması geliştirilmelidir.
- Arka plan tasarımı ve görsel kullanımı iyi seviyededir.

xxiv. Ordu ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Arama motoru, site haritası, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, anket, sanal tur, foto galeri, video galeri, canlı kamera bulunmamaktadır.
- Dil seçeneği sunulmalıdır ve başvuru sosyal medya araçları artırılmalıdır.

- E-belediye uygulamalarının, orta seviyede ihtiyaçları karşılayabilecek düzeyde olduğu değerlendirilmektedir.

xxv. Sakarya ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Arama motoru, site haritası, sıkça sorulan sorular, anket, video galeri, canlı kameralara yer verilmemiştir.
- Farklı dil seçeneği olarak İngilizceden farklı dil de sunulmalıdır.
- Başvurulan sosyal medya araçları artırılmalıdır.
- Görselliği iyi, fakat grafik ve istatistiklerle de desteklenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

xxvi. Samsun ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Site haritası, hizmet rehberi, sıkça sorulan sorular, şehir rehberi, sanal tur, video galeri, canlı kameralara yer verilmemiştir.
- E-belediye seçeneği bulunmamakta, ancak ana sayfada bazı uygulamalara erişilebilmektedir.
- E-belediye uygulamaları geliştirilmelidir. Sosyal medya araçları ve halkla ilişkiler faaliyetleri geliştirilmelidir.
- Tarihsel geçmişi nedeniyle farklı dile sahip kullanıcılara da ev sahipliği yapmakta, bu maksatla geliştirilen farklı dil seçeneklerinin de iyi seviyede olduğu değerlendirilmektedir.

xxvii. Şanlıurfa ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Arama motoru, mevzuat, ilçe belediyeler, sanal tur mevcut değildir.
- İngilizce dışında farklı dil seçeneği yoktur.
- Sosyal medya araçlarını kullanımı açısından iyi seviyededir.
- Görsel kullanımı iyi seviyededir, ancak grafik ve istatistiklerle desteklenebilir.
- E-belediye uygulamalarının orta seviyede kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayabileceği değerlendirilmektedir.

xxviii. Tekirdağ ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- Arama motoru, site haritası, hizmet rehberi, anket, sıkça sorulan sorular, foto ve video galeri, canlı kamera bulunmamaktadır.

- Farklı dil seçeneği yoktur.
- Sosyal medya kullanımı iyi seviyededir.
- Halkla ilişkiler faaliyetlerinin de iyi seviyede olduğu değerlendirilmektedir.

xxix. Trabzon ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- E-belediye hizmetlerinde bilgiye erişim üyelik istemektedir. Bu nedenle uygulamalara erişilememiştir.
- Dil seçeneği, mevzuat, sıkça sorulan sorular, anket, sanal tur bulunmamaktadır.
- Görsel kullanımı iyi seviyededir, ancak doğal güzellikleriyle zenginleştirilmeli, grafik ve istatistiklerle de desteklenmelidir.

xxx. Van ili kapsamında şu değerlendirmelerde bulunmak mümkündür:

- E-belediye çalışmaları devam ettiğinden uygulamalar incelenememiştir.
- Site haritası, sıkça sorulan sorular, sanal tur, canlı kameralara yer verilmemiştir.
- Farklı dil seçeneği olarak İngilizce ve Kürtçeye yer verilmiştir. Özellikle doğuda bulunan illerde dikkati çeken noktalardan biri dildir.
- Sosyal medya araçlarıyla da desteklenmelidir.

Levine’in ifade ettiği gibi (2000:180), iyi bir web sitesinin temel özelliklerinden birisi de sık sık değişmesi ve daima güncel olmasıdır” (aktaran Yayınoğlu, Sayımer ve Arda, 2007:153). Büyükşehir belediyelerinin web sayfalarının bilgilendirici olması, kullanıcıya kullanım kolaylığı sağlaması ve görsel çekiciliğinin yanı sıra güncelliği de önemlidir. Bu bağlamda Büyükşehir belediyelerinin web sayfaları incelendiğinde haberler, duyurular, etkinlikler ve canlı kameraların güncel olduğu gözlemlenmiştir.

Büyükşehir belediyeleri, geniş bir kitleye hitap etmektedir. Belediyelerin incelenen ölçütler kapsamında, hitap ettiği kitleye yeterli olabilmesi için web sitelerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda;

- Web siteleri karmaşık yapıda olanlar, sadeleştirmeli ve zenginleştirmelidirler. Çünkü kullanıcı, aradığı bilgiye en kısa sürede ulaşmak istemektedir. Karmaşık bir yapı, kullanıcıyı uzaklaştırmaktadır. Arama motoru, site haritası, faydalı

linkler gibi seçeneklerin olması, kullanıcıyı belediyelerin faaliyetlerine ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

- Web siteleri, halkın istek ve beklentileri göz önünde bulundurularak oluşturulmalıdır. Aksi takdirde, halkın memnuniyet derecesi düşecektir. Bu bağlamda, öncelikle halkın memnuniyet düzeyini artıracak veriler oluşturulmalı ve web sitelerine entegre edilmelidir.
- Günümüzde yaygınlaşan ve gelişen teknoloji, hemen her alanda yaygınlaşmıştır. Kullanıcılar, sosyal medya araçlarını (özellikle Facebook ve Twitter) aktif şekilde kullandığından, belediyeler de web sitelerinde söz konusu araçları aktif kullanmalı, kullanıcıların hemen her ortamda sosyal medya araçlarını kullanarak uygulamalara erişmelerine olanak sağlanmalıdır.
- Bazı Büyükşehir belediyelerinin web sitelerinde uygulamalara erişim için üyelik istemektedir. Bu, üyelik oluşturmak için bilgilerini paylaşmak istemeyen kullanıcıların e-belediye uygulamalarından uzaklaşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, üye olmadan da erişim sağlanabilmesi için 'misafir kullanıcı' eklenebilir ya da şifreli üyelik erişimi kaldırılabilir.
- Web sitelerinde duyurular, haberler, etkinliklere yer verilmesi ve bunların güncelliği, belediyelerin hizmetlerini hedef kitleye ulaştırmasında önemli rol oynamaktadır. Çünkü kullanıcı olan halk, en doğru ve güncel bilgiye zamanında doğru yerden ulaşmak isteyecektir.
- E-belediye uygulamalarının kullanılması sırasında kullanıcıda oluşabilecek soru işaretlerine yardımcı olunabilmesi açısından sıkça sorulan sorular tüm web sitelerine entegre edilebilir veya online yardım hizmeti sunulabilir. Böylece, web sitesinden yararlanmak isteyip problem yaşayanların uzaklaşması da engellenmiş olacaktır.
- Bilgilendirme seçeneğinin olması ve sosyal medya araçlarının bulunması sayesinde, kullanıcılar belediyelerin faaliyetlerinden anında bilgi sahibi olabilmektedir.
- Web sitelerinin görsel olarak fotoğraf, grafik ve istatistikî bilgilerle desteklenmesi gereklidir. Kullanıcı, her ne kadar bilgiye, bilginin güncelliği ve doğruluğuna önem verse de web sitesinin görselliği kullanıcının farkındalığını artırmaktadır.

- Büyükşehir belediyelerinin web sitelerinde Konya Büyükşehir Belediyesi hariç, görme engelliler için yardımcı bir web sitesi mevcut değildir. Engelli vatandaşların da e-belediye hizmetlerinden yararlanabilmesi için katkı sağlamak gereklidir.
- Web sitelerinin iyileştirilmesi maksadıyla, zaman zaman g ncelle tirmeler yapılmalı, ancak bu kısa süreli olmalıdır. Uzun süre güncelleme yapılan web siteleri çalışmamız kapsamında incelenememi tir.

Sonuç olarak belirtmek gerekirse, enformasyon çağına geçen toplumlarda, halkına ve paydaşlarına nitelikli hizmet vermek isteyen belediyelerin kurumsal web sitesi tasarımında aldıkları yolun ötesine geçerek e-dönüşümü etkili biçimde sağlamaları bir gerekliliktir. Katılımcı,  effaf, bilgi açığını giderebilen, vatandaş odaklı, hizmette kalite prensibi olan ve sürekli gelişmeyi ilke edinmiş belediyeçilik anlayışı, aynı zamanda kurumsal web sitesine yansıtılmalıdır (Yayınoğlu vd., 2007:155).

Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın kurum ve kuruluşlarca kullanımına ilişkin bu tez çalışması benzeri çalışmalar, mevcut durumun ortaya konulması ve ileriye dönük öneriler geliştirilmesi açısından değerli olup; teorik düzeydeki çalışmalar, uygulamaya dönük gelişim açığa çıkaracaktır.

KAYNAKÇA

- Abacıoğlu, Ö. (2014). “Yeni Bilgi İletişim Teknolojileri ve Halkla İlişkiler”. Z.Beril Akıncı Vural (Ed.). *Dijital Panorama, Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem* (219-256). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Acılar, A. (2012). “Küçük Şehir Belediyelerinde Web Sitesi ve E-Belediye Kullanımı: Bilecik Belediyesi Örneği”. *DPUJSS*. No. 32. Vol. 1. p.125-142.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akar, H. (2004). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Bu Teknolojilerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Kullanılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Akarsu, S. (2014). *Sosyal Belediyecilik (Zeytinburnu Belediyesi Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Aydın Üniversitesi.
- Akbaş, H. (2013). *Grup Alışveriş Sitelerinin Sosyal Medyadaki Uygulamalarının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdağ, M. ve Işık, M. (Ed.) (2009). *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler*. Konya: Eğitim Akademi Yayınları.
- Arklan, Ü. (2009). *Halkla İlişkiler ve Bilgi Edinme Hakkı*. İstanbul: Literatürk.
- Askeroğlu, O. (2010). *Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medyanın Rolü*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, P. (2011). *Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Asna, A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Atık, A. ve Taşçıoğlu, R. (2009). “Radyo ve Televizyonun Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İletişim Yöntem ve Aracı Olarak Kullanımı: Erzurum Belediyeleri Örneği”. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 10, 159-170.
- Avcı, D. (2013). *Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Çankaya Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Atılım Üniversitesi İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Balta Peltekoğlu, F. (2004). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Bat, M. (2012). *Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi*. (Doktora Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bat, M. ve Akıncı Vural Z.B. (2014). “Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Medyanın Genel Çerçevesi”. Z.Beril Akıncı Vural (Ed.). *Dijital Panorama* (s.100-126). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Bensghir, T. K. ve Akay, A. (2006), “Bir Kamu Politika Aracı Olarak Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS): Türkiye’de Belediyelerin CBS Uygulamalarının Değerlendirilmesi”. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 15 (1), 31-46.
- Bond, D.M. ve Ellison, N.B. (2007). “Social Network Sites: Defination, History and Scholarship”. *Journal of Computer- Mediated Communication*, Vol.13, No.1.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boyd, D.M. (2008). *American Teen Sociality in Networked Publics*. (Doktora Tezi). California: Berkeley Üniversitesi.
- Bozkurt, İ. (2006). *İletişim Odaklı Pazarlama: Tüketiciden Müşteri Yaratmak*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Brown, G. (2008). *Social Media 100 Success Secrets*. Lulu.
- Budak, G. ve G. (2000). *Halkla İlişkiler*. İzmir: Barış Yayınları.
- Budak, G. ve G. (2004). *Halkla İlişkiler Davranışsal Bir Yaklaşım*. İzmir: Barış Yayınları.
- Bulut, E. (2012). *Pazarlama İletişiminde Yeni Yaklaşımlar Kapsamında Sosyal Medya Uygulamaları ve Etkili Kampanya Örnekleri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bülbül, A.R. (2004). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Cebecioğlu, G. (2013). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Biriminin Örgütlenme Biçimi Uygulama Örneği Üsküdar Belediyesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ciritoğlu, M. (2013). “Sosyal Medyanın Gelişimi ve Sosyal Medya Yönetimi”. [Erişim Tarihi: 13.01.2015, <http://kiraguru.com/blog/sosyal-medyanin-gelisimi-ve-sosyal-medya-yonetimi/>].

- Çakır, C. (2015). “E-Belediye: Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(1-2). [Erişim Tarihi: 21.12.2015, http://www.sobiad.org/ejournals/dergi_SBD/arsiv/sbd_2015/Canan_cak%C4%B1r.pdf].
- Çarıkçı, O. (2010). “Türkiye’de E-Devlet Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (12), 95-122.
- Çavuş, S. (2011). *Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet ve Halkla İlişkilerdeki Yerinin İncelenmesi: Talas Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Çiçek, M. (2012). *Social Media Marketing: Exploring The User Typology in Turkey*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çukurçayır, M.A. ve Eşki, H. (2001). “Kamu Hizmeti Sunumunda Yeni Yöntemler”. *S.Ü.İİBF Sosyal Bilimler ve Araştırmalar Dergisi*, Yıl 1, Sayı 1-2.
- Dean, M., Laftuska, A. ve Dean, M.W. (2008). *YouTube: an Insider’s Guide to Climbing the Charts*. New Jersey: O’Reilly Media.
- Demirel, S. (2013). *Sosyal Medya ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Facebook Uygulaması*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirtaş, M. (2012). “Yerel Yönetimlerde Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımı: Üsküdar Belediyesi Örneği”. Vol. 7, No. 4, 291-314.
- Doğu, İ. (2008). *Halkla İlişkilerde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanılması: Kadıköy ve Beyoğlu İlçe Belediyelerinin Kurumsal Web Sitesi Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Emrealp, S. ve Yıldırım, S. (1993). *Yerel Yönetimde Başarının Yolları*. İstanbul: T.C. Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Yerel Yönetimin Geliştirilmesi Programı El Kitapları Dizisi.
- Erdal, M. (2004). *Elektronik Devlet, E-Türkiye ve Kurumsal Dönüşüm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Ertekin, Y. (1995). *Halkla İlişkiler*. Ankara: TODAİE.

- Fıstıkçıoğlu, R. (2007). *E-Devlet Uygulamaları ve E-Belediye: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı.
- Geçikli, F. (2008). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Gonzales, L. ve Vodicka, D. (2010). *Top Ten Internet Resources for Educators*. Leadership. s. 32-37.
- Gönenli, G. ve Hürmeriç, P. (2012). “Sosyal Medya/ Ağ Toplumu”. Tolga Kara (Ed.) ve Ebru Özgen (Ed). *Sosyal Medya/ Akademi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Göztaş, A. ve Topsümer, F. (2012). *Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Güllüpnar, H. (2009). *Halkın Yakınma Yöntemleri: Belediyelerde Halkla İlişkiler*.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal.
- Harris, T.L. ve Whalen, P.T. (2009). *21. Yüzyılda Pazarlama Profesyonellerinin Halkla İlişkiler El Kitabı*. İstanbul: Rota Yayın.
- Henden, H. B. ve R. (2005). “Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 14, 48-66.
- Irak, D., Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Işık, M. ve Akdağ, M. (2009). *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler*. Ankara: Eğitim Akademi Yayınları.
- İnce, N.M. (2001). *Elektronik Devlet, Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında Yeni İmkanlar*. Ankara: Başbakanlık DPT.
- İşlek, M.S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kadıbeşgil, S. (2004). *Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Kalafat Çat, A. (2013). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler: Bir Uygulama (Gümüşhane Belediyesi Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kalyon, N.Y. (2012). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kamçılı, E. (2009). *Yeni İletişim Teknolojilerinin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Alanında İşlevselliği Üzerine Bir Çalışma: İstanbul Restaurants Web Sitesi İncelemesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kara, T. ve Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya Akademisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karabulut, N. (2009). *Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beykoz Lojistik MYO Yayınları.
- Karadeniz, M. (2010). *Küreselleşen Dünya'da Daralan Pazar Paylarını Artırmada Tutundurma Elemanı Olarak Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Rolü ve Önemi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karlı, İ. (2010). *Medya Kuruluşları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanır*. International Conference of New Media and Interactivity Bildiri Kitabı. International Conference of New Media and Interactivity.
- Kazancı, M. (1996). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kazancı, M. (2004). *Kamu ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kırçova, İ. (2003). *E-Devlet Uygulamaları ve Ekonomiye Etkileri*. İstanbul: Acar Matbaacılık.
- Kırık, A.M. (2013). *Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kocaman, Ö. F. (2006). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kotler, P. ve Lee, N.R. (2007). *Marketing in The Public Sector: The Final Frontier*. Public Manager.
- Köseoğlu, İ. H. (2011). *The New Social Media and The Public Sphere in Turkey*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köseoğlu, Ö. (2006). "Bilgi İletişim Teknolojilerinin Pazarlamaya Etkisi". Beril Akıncı Vural (Ed.). *Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları*. Ankara: Nobel Yay.Dağ.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık Facebook Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Kuyucu, M. (2013). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya*. İstanbul: Zinde Yayıncılık.
- Lerman, K. (2007). *Social Information Processing in News Aggregation*. IEEE Internet Computing.
- Lodge, J. (2003). *Toward An E-Commonwealth? A Tool Fore Peace And Democracy?*. The Round Table- The Commonwealth Journal of International Affairs.
- Merter, S. (2012). *E-Municipality in Terms of Local Public Services: Beyoğlu Municipality Case*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Odabaş, H. (2009). *E-devlet, E-Devlet Sürecinde Elektronik Belge Yönetimi*. İstanbul: Nesil Matbaacılık.
- Okay, A. ve A. (2005). *Halkla İlişkiler: Kavram, Stratejisi ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Okay, A. ve A. (2005). *Halkla İlişkiler ve Medya*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Okay, A. ve A. (2013). *Halkla İlişkiler ve Medya*. İstanbul: Der Yayıncılık.
- Okay, A. ve A. (2013). *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayıncılık.
- Onat, F. ve Alikılıç, Ö. (2008). “Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi”. *Journal of Yasar University*, 3(9), 1111-1143.
- Onat, F. (2009). “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı: 7/2.
- Özdemir, C. (2011). *Belediyelerde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, M.A. (2012). *Halkla İlişkiler Dersleri*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Özgen, E. (2010). *Halkla İlişkiler ve Yeni Medyanın İşaret Ettiği Sorunlar Üzerine Bir Tartışma*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal.
- Öztürk, M. C. ve Ayman, M. (2007). “Web Sayfalarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(4), 57-66.

- Özüpek, M.N. (2013). *Belediyelerde Halkla İlişkiler*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Peltekoğlu, F.B. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Peltekoğlu, F.B. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pira, A. ve Kocabaş, F. (2005). “Halkla İlişkileri Sorgulamak”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3(4).
- Polat, R. (2006). *E-Belediyecilik Kılavuzu Yerel Yönetim Vatandaş Etkileşimi*. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Poynter, R. (2012). *İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı: Pazar Araştırmaları İçin Araçlar ve Teknikler*. (Çev. Ümit Şensoy).
- Poyraz, E. ve Yöndemli, K. (2015). “Yerel Yönetimlerde Yükselen Halkla İlişkiler İhtiyacı”. *E-Journal of Intermedia*, 2 (2), 319-329.
- Sabuncuoğlu, Z. (2001). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Saraçbaşı, Y. (2010). *Türkiye’de E-Belediyecilik Uygulamalarında Belediye Vatandaş İlişkisi: Malatya Belediyesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saran, M. (2005). *İnternet ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Yeni Düşünceler.
- Saygılıoğlu, N. ve Arı, S. (2003). *Etkin Devlet-Kuramsal Bir Tasarı ve Politika Önerisi*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Seferoğlu, S. S., Çelen, F.K. ve Çelik, A. (t.y.). “Türkiye’de E-Devlet Uygulamaları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri Üstüne Bir Analiz”. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Sobacı, M.Z. ve Yıldız, M. (2012). *E-Devlet, Kamu Yönetimi ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Subaşı, H. N. (2008). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Pendik Belediyesi Örneği (2006-2007)*. (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şen, A.F. (2014). “Türkiye Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Uygulamaları: Demokrasi ve Yurttaş Katılımı Üzerine Bir İnceleme”. Barış Çoban (Haz.). *Sosyal Medya Devrimi* (139-153). İstanbul: Su.
- Şimşek, R. (1993). *Trabzon Belediye Tarihi I Osmanlı Dönemi*. Trabzon: Trabzon Belediyesi Kültür Yayınları.

- Tarhan, A. (2007). *Halkla İlişkilerde Tanıtma ve Tanıtma Amacı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz*. Konya: Selçuk İletişim.
- Tarhan, A. (2014). *Medyayla İlişkilerde Kurumsal Web Sayfalarının Kullanımı: Halkla İlişkiler Odaklı Bir Değerlendirme*. Konya: Selçuk İletişim.
- Taşcıoğlu, R. (2008). “Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Erzurum Örneğinde Genel Bir Değerlendirme”. *Ekev Akademi Dergisi*, Yıl:13, Sayı:38, 353-364.
- Taşcıoğlu, R. ve Atik, A. (2009). “Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında Yeni Teknolojilerin Kullanımı: Erzurum Örneğinde Genel Bir Değerlendirme”. *Uluslararası Halkla İlişkiler Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (15-17 Nisan 2009). Lefkoşa.
- TBD. (1992). *Belediyelerimize Rehber*. Ankara: Türk Belediyecilik Derneği, Konrad Adenauer Vakfı Ortak Eğitim Projesi Yayını.
- Temür, N. (2011). *E-Devlet: Kamu Hizmetlerinde Vatandaş Memnuniyeti*. Ankara: Desen Ofset.
- Theaker, A. (2008). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Tikveş, Ö. (2005). *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık*. İstanbul: Beta Basım.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Tortop, N. (2009). *Halkla İlişkilere Giriş*. Ankara: Nobel.
- Tortop, N. (1986). *Halkla İlişkiler*. Ankara.
- Tortop, N. (1986). *Mahalli İdareler*. Ankara: TODAİE.
- Tutar, H. ve Altınöz, M. (2002). *Büro Uygulamaları ve İletişim Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Uçkan, Ö. (2003). *E-Devlet, E-Demokrasi ve Türkiye*. İstanbul: Mart Matbaacılık.
- Ulu, E. A. (1994). *Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin 1990-1993 Yılları Arasındaki Halkla İlişkiler Çalışmaları Örnek Olayı*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.
- Ülker, H.İ. (2002). “Bilgi Toplumu ve Devlet”. *I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*. 10-11 Mayıs. Kocaeli.

- Vural, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Yağmurlu, A. (2013). “Diyalojik İletişim Çerçevesinden Ankara Büyükşehir Belediyesi Sosyal Medya Uygulamaları”. *Selçuk İletişim*, 8 (1), 95-115.
- Yağmurlu, A. (2011). “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya”. *Selçuk İletişim*, 7 (1), 4-15.
- Yalçındağ, S. (1996). *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri*. Ankara: TODAİE.
- Yayınoğlu, P. E. (2005). *Halkla İlişkilerde Araştırma*. İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Yayınoğlu, P.E. (2007). *Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler*. İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Yayınoğlu, P.E., Sayımer, V. ve Arda, Z. (2007). “Belediyelerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 7, 129-157.
- Yeşiltuna, D.Ç. ve Tükel, İ. (2015). “Yeni Medyanın Yeni Dünya Düzeni”. Doç.Dr.Dilek Çiftçi Yeşiltuna (Der.). *İletişim ve Medya* .209-236). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yıldırım, H., Volkan, K., Çakmak, T. ve Üstün, C. C. (2003). *Herşeyi E-Leştirdik*. Ankara: Başkent Klişe Matbaacılık.
- Yiğit, H. B. (2011). *Sosyal Medyada Marka Farkındalığı Oluşturma*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zafarmand, N. (2010). *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve Pr2.0*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

- <http://emlakansiklopedisi.com/wiki/buyuksehir-belediyesi>. [Erişim Tarihi: 18.03.2014]
- http://www.celtik.net/Genel_Egitim/bilgisayar/Usenet.htm [Erişim Tarihi: 18.03.2014]
- <http://sosyaliletisim.blogspot.com.tr/2013/05/mikroblog-nedir.html>. [Erişim Tarihi: 18.03.2014]
- <http://www.sosyarak.com/posterous-nedir> [Erişim Tarihi: 18.03.2014]
- <http://mechgag.com/sosyal-medyanin-tanimi-ve-onemi/> [Erişim Tarihi: 04.03.2014]

- <http://www.trendweek.com/sosyal-medya-nedir/> [Erişim Tarihi: 04.03.2014]
- <http://www.teknolojimiz.com/internette-ilk-e-posta-ne-zaman-gonderildi.html> [Erişim Tarihi: 04.03.2014]
- <http://notoku.com/halkla-iliskiler-nedir/> [Erişim Tarihi: 04.03.2014]
- <http://www.bodemay.com/sosyal-medya-tarihi-inografik> [Erişim Tarihi: 04.03.2014]
- <http://facebook.nedir.com/#ixzz2x6UZLWMC> [Erişim Tarihi: 26.03.2014]
- <http://foursquare.nedir.com/#ixzz2x6frtFaGv> [Erişim Tarihi: 26.03.2014]
- <http://instagram.nedir.com/#ixzz2x6gifC00> [Erişim Tarihi: 26.03.2014]
- <http://www.typepad.com> [Erişim Tarihi: 26.03.2014]
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Wiki> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Podcast> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Myspace> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <http://instagram.nedir.com/> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <http://flickr.nedir.com/#ixzz2zbFqT1Si> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <http://www.efbes.com/google-picasa-nedir-nasil-kullanilir/> [Erişim Tarihi: 22.04.2014]
- <http://www.beyazyazilim.com.tr/sw/kbs.htm> [Erişim Tarihi: 25.08.2014]
- <http://www.kentyazilim.com.tr/kent-bilgi-sistemi-sayfa.html> [Erişim Tarihi: 25.08.2014]
- <https://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/-e-donusumun-kent-yasamina-etkileri-e-belediye-ve-yeni-beklentiler/414> [Erişim Tarihi: 12.11.2014]
- <https://www.facebook.com/notes/promoqube/g%C3%BCncel-facebookt%C3%BCrkiye-istatistikleri/230108337030128> [Erişim Tarihi: 13.01.2015].
- <http://sosyaling.com/sosyal-medyanin-gelisimi/> [Erişim Tarihi: 13.01.2015].
- <http://www.usasabah.com/Guncel/2014/04/15/turkiyede-twitter-ve-rakamlar> [Erişim Tarihi: 13.01.2015].
- <http://www.poetikhars.com/wikihars/doku.php/kavramlar/iletisim> [Erişim Tarihi: 07.12.2015].
- <http://www.leonistanbul.com/halkla-iliskiler/halkla-iliskiler-pr-nedir/> [Erişim Tarihi: 07.12.2015].

EKLER**EK 1****BELEDİYE KANUNU****Kanun Numarası : 5393****Kabul Tarihi : 3/7/2005****Yayımlandığı R.Gazete : Tarih: 13/7/2005 Sayı 25874****Yayımlandığı Düstur : Tertip : 5 Cilt : 44 Sayfa:****BİRİNCİ KISIM***Genel Hükümler***BİRİNCİ BÖLÜM***Amaç, Kapsam ve Tanımlar**Amaç*

Madde 1- Bu Kanunun amacı, belediyenin kuruluşunu, organlarını, yönetimini, görev, yetki ve sorumlulukları ile çalışma usûl ve esaslarını düzenlemektir.

Kapsam

Madde 2- Bu Kanun belediyeleri kapsar.

Tanımlar

Madde 3- Bu Kanunun uygulanmasında;

a. Belediye: Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisini,

b. Belediyenin organları: Belediye meclisini, belediye encümenini ve belediye başkanını,

c. Belde: Belediyesi bulunan yerleşim yerini,

d. Mahalle: Belediye sınırları içinde, ihtiyaç ve öncelikleri benzer özellikler gösteren ve sakinleri arasında komşuluk ilişkisi bulunan idarî birimi ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM*Belediyenin Kuruluşu ve Sınırları**Kuruluş*

Madde 4- Nüfusu 5.000 ve üzerinde olan yerleşim birimlerinde belediye kurulabilir. İl ve ilçe merkezlerinde belediye kurulması zorunludur.

İçme ve kullanma suyu havzaları ile sit ve diğer koruma alanlarında ve meskûn sahası kurulu bir belediyenin sınırlarına 5.000 metreden daha yakın olan yerleşim yerlerinde belediye kurulamaz.

Köylerin veya muhtelif köy kısımlarının birleşerek belediye kurabilmeleri için meskûn sahalarının, merkez kabul edilecek yerleşim yerinin meskûn sahasına azami 5.000 metre mesafede bulunması ve nüfusları toplamının 5.000 ve üzerinde olması gerekir.

Bir veya birden fazla köyün köy ihtiyar meclisinin kararı veya seçmenlerinin en az yarısından bir fazlasının mahallin en büyük mülkî idare amirine yazılı başvurusu ya da valinin kendiliğinden buna gerek görmesi durumunda, valinin bildirimi üzerine, mahallî seçim kurulları, on beş gün içinde köyde veya köy kısımlarında kayıtlı seçmenlerin oylarını alır ve sonucu bir tutanakla valiliğe bildirir.

İşlem dosyası valinin görüşüyle birlikte İçişleri Bakanlığına gönderilir. Danıştayın görüşü alınarak müşterek kararname ile o yerde belediye kurulur.

Yeni iskân nedeniyle oluşturulan ve nüfusu 5.000 ve üzerinde olan herhangi bir yerleşim yerinde, İçişleri Bakanlığının önerisi üzerine müşterek kararnameyle belediye kurulabilir.

Sınırların tespiti

Madde 5- Yeni kurulan bir belediyenin sınırları, kuruluşu izleyen altı ay içinde aşağıdaki şekilde tespit edilir:

- a. Eskiden beri o yerleşim yerine ait sayılan tarla, bağ, bahçe, çayır, mera, otlak, yaylak, zeytinlik, palamutluk, fundalık gibi yerler ile kumsal ve plajlar belediye sınırı içine alınır.
- b. Belediye sınırlarını dere, tepe, yol gibi belirli ve sabit noktalardan geçirmek esastır. Bunun mümkün olmaması durumunda, sınır düz olarak çizilir ve işaretlerle belirtilir.
- c. Belediyenin sınırları içinde kalan ve eskiden beri komşu belde veya köy halkı tarafından yararlanılan yayla, çayır, mera, koru, kaynak ve mesirelik gibi yerlerden geleneksel yararlanma hakları devam eder. Bu haklar için sınır kâğıdına şerh konulur.
- d. Çizilen sınırların geçtiği yerlerin bilinen adları sınır kâğıdına yazılır. Ayrıca yetkili fen elemanı tarafından düzenlenen kroki sınır tespit tutanağına eklenir.

Sınırların kesinleşmesi

Madde 6- Belediye sınırları, belediye meclisinin kararı ve kaymakamın görüşü üzerine valinin onayı ile kesinleşir.

Kesinleşen sınırlar, valilikçe yerinde uygulanmak suretiyle taraflara gösterilir ve durum bir tutanakla belirlenir. Kesinleşen sınır kararları ile dayanağı olan belgelerin birer örneği; belediyesine, mahallî tapu dairesine, il özel idaresine ve o yerin mülkî idare amirine gönderilir.

Kesinleşen sınırlar zorunlu nedenler olmadıkça beş yıl süre ile değiştirilemez.

Sınır uyuşmazlıklarının çözümü

Madde 7- Bir il dâhilindeki beldeler veya köyler arasında sınır uyuşmazlığı çıkması hâlinde ilgili belediye meclisi ve köy ihtiyar meclisi ile kaymakamın görüşleri otuz gün süre verilerek istenir. Vali, bu görüşleri değerlendirerek sınır uyuşmazlığını karara bağlar. Büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçe ve ilk kademe belediyelerinin sınır değişikliklerinde büyükşehir belediye meclisinin de görüşü alınır.

İl ve ilçe sınırlarının değiştirilmesini gerektirecek sınır uyuşmazlıklarında 5442 sayılı İl İdaresi Kanunu hükümleri uygulanır.

Birleşme ve katılma

Madde 8- Belde, köy veya bunların bazı kısımlarının bir başka beldeye katılabilmesi için bu yerlerin meskûn sahalarının katılınacak beldenin meskûn sahasına uzaklığı 5.000 metreden fazla olamaz.

Bir belde veya köyün veya bunların bazı kısımlarının meskûn sahasının, komşu bir beldenin meskûn sahası ile birleşmesi veya bu sahalar arasındaki mesafenin 5.000 metrenin altına düşmesi ve buralarda oturan seçmenlerin yarısından bir fazlasının komşu beldeye katılmak için başvurması hâlinde, katılınacak belde sakinlerinin oylarına başvurulmaksızın, katılmak isteyen köy veya belde veya bunların kısımlarında başvuruya ilişkin oylama yapılır. Oylama sonucunun olumlu olması hâlinde başvuruya ait evrak, valilik tarafından katılınacak belediyeye gönderilir. Belediye meclisi evrakın gelişinden itibaren otuz gün içinde başvuru hakkındaki kararını verir. Belediye meclisinin uygun görmesi hâlinde katılım gerçekleşir. Büyükşehirlerde birleşme ve katılma işlemleri, katılınacak ilçe veya ilk kademe belediye meclisinin görüşü üzerine, büyükşehir belediye meclisinde karara bağlanır.

Katılma sonrası oluşacak yeni sınır hakkında, 6'ncı maddeye göre işlem yapılır ve sonuç İçişleri Bakanlığına bildirilir.

Bir beldenin bazı kısımlarının komşu bir beldeye katılmasında veya yeni bir belde ya da köy kurulmasında, beldenin nüfusunun 5.000'den aşağı düşmemesi gerekir.

Büyükşehir belediyesi bulunan yerlerde ayrılma yoluyla yeni bir belde kurulması için belde nüfusunun 100.000'den aşağı düşmemesi ve yeni kurulacak beldenin nüfusunun 20.000'den az olmaması şarttır.

Bu madde uyarınca gerçekleşen katılmalarda, katılınan belde ile bazı kısımları veya tümü katılan köy veya belde arasında; taşınır ve taşınmaz mal, hak, alacak ve borçların devri ve paylaşımı, aralarında düzenlenecek protokolle belirlenir.

Birleşme ve katılma işlemlerinde bu maddede düzenlenmeyen hususlarda 4'üncü madde hükmüne göre işlem yapılır.

Mahalle ve yönetimi

Madde 9- Mahalle, muhtar ve ihtiyar heyeti tarafından yönetilir.

Belediye sınırları içinde mahalle kurulması, kaldırılması, birleştirilmesi, bölünmesi, adlarıyla sınırlarının tespiti ve değiştirilmesi, belediye meclisinin kararı ve kaymakamın görüşü üzerine valinin onayı ile olur.

Muhtar, mahalle sakinlerinin gönüllü katılımıyla ortak ihtiyaçları belirlemek, mahallenin yaşam kalitesini geliştirmek, belediye ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarıyla ilişkilerini yürütmek, mahalle ile ilgili konularda görüş bildirmek, diğer kurumlarla iş birliği yapmak ve kanunlarla verilen diğer görevleri yapmakla yükümlüdür. **(Ek cümle: 12/11/2012-6360/15 md.)** Belediye sınırları içinde nüfusu 500'ün altında mahalle kurulamaz.

Belediye, mahallenin ve muhtarlığın ihtiyaçlarının karşılanması ve sorunlarının çözümü için bütçe imkânları ölçüsünde gerekli ayni yardım ve desteği sağlar; kararlarında mahallelinin ortak isteklerini göz önünde bulundurur ve hizmetlerin mahallenin ihtiyaçlarına uygun biçimde yürütülmesini sağlamaya çalışır.

Belde adının değiştirilmesi

Madde 10- Bir beldenin adı, belediye meclisi üye tam sayısının en az dörtte üç çoğunluğunun kararı ve valinin görüşü üzerine İçişleri Bakanlığının onayı ile

değiştirilir. Bu karar Resmî Gazetede yayımlanır. Beldenin adının değişmesi ile belediyenin adı da değişmiş sayılır.

Tüzel kişiliğin sona erdirilmesi

Madde 11- Meskûn sahası, bağlı olduğu il veya ilçe belediyesi ile nüfusu 50.000 ve üzerinde olan bir belediyenin sınırına, 5.000 metreden daha yakın duruma gelen belediye ve köylerin tüzel kişiliği; genel imar düzeni veya temel alt yapı hizmetlerinin gerekli kılması durumunda, Danıştayın görüşü alınarak, İçişleri Bakanlığının teklifi üzerine müşterek kararname ile kaldırılarak bu belediyeye katılır. Tüzel kişiliği kaldırılan belediyenin mahalleleri, katıldıkları belediyenin mahalleleri hâline gelir. Tüzel kişiliği kaldırılan belediye ile köylerin taşınır ve taşınmaz mal, hak, alacak ve borçları katıldıkları belediyeye intikal eder.

Nüfusu 2.000'in altına düşen belediyeler, Danıştayın görüşü alınarak, İçişleri Bakanlığının önerisi üzerine müşterek kararname ile köye dönüştürülür. Tüzel kişiliği kaldırılan belediyenin tasfiyesi il özel idaresi tarafından yapılır. Bu belediyenin taşınır ve taşınmaz malları ile hak, alacak ve borçları ilgili köy tüzel kişiliğine intikal eder. İntikal eden borçların karşılanamayan kısımları il özel idaresi tarafından üstlenilir ve vali tarafından İller Bankasına bildirilir. İller Bankası bu miktarı, takip eden ayın genel bütçe vergi gelirleri tahsilat toplamının belediyelere ayrılan kısmından keserek ilgili il özel idaresi hesabına aktarır.

(Ek fıkra: 6/3/2008-5747/3 md.) Tüzel kişiliği kaldırılan belediyelerin bulunduğu yerleşim birimlerinde, hizmetlerin aksamadan yürütülmesi amacıyla, ilgili belediye veya büyükşehir belediyesi ve köye dönüşen yerlerde il özel idaresi veya köylere hizmet götürme birlikleri tarafından içme suyu, kanalizasyon, temizlik, çöp toplama, ulaşım, itfaiye ve diğer hizmetlerin yürütülmesi için gerekli tedbirler alınır ve ihtiyaç durumuna göre bu hizmetleri yürütmek üzere hizmet birimleri kurulabilir. Büyükşehir belediye sınırları içinde açılacak hizmet birimlerini yönetmek üzere, büyükşehir belediye meclis üyeleri veya diğer belediye personeli arasından görevlendirme yapılabilir. Mahalli hizmetlerin aksamadan yürütülmesi için vali veya kaymakamlar ilgili kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlar ve gerekli tedbirleri alır.

Kararlarının uygulanması ve nüfus

Madde 12- 4, 6, 7, 8 ve 9 uncu maddelerde belirtilen kararlar kesinleşme tarihini takip eden yılın ocak ayının birinci gününden itibaren yürürlüğe girer. 4 üncü maddeye göre

belediye kurulan yerlerde 2972 sayılı Mahallî İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanunun 29 uncu maddesine göre seçim yapılır.

8 inci maddede geçen birleşme ve katılmalara, 9 uncu maddede geçen mahalle kaldırılmasına, 11 inci maddede geçen belediye ve köy tüzel kişiliğinin kaldırılmasına veya bir beldenin köye dönüştürülmesine dair kararlar ilk mahallî idareler seçimlerinde uygulanır ve seçimler bu yerlerin yeni durumlarına göre yapılır.

(Ek fıkra: 6/3/2007-5594/2 md.) Birleşme, katılma veya tüzel kişiliğin kaldırılması sonucu tüzel kişiliği ilk mahallî idare seçimlerine kadar devam edecek olan belediye ve köylerde, birleşme ve katılma işleminin gerçekleşmesi veya müşterek kararnamenin yayımlandığı tarihten itibaren yeni nazım ve uygulama planı yapılmaz; mevcut planlarda yapılması gereken zorunlu değişiklik ve her türlü imar uygulaması katılacak belediyenin uygun görüşü alınarak yapılır. Uygun görüş verilmeyen plan değişiklikleri yapılamaz.

(Ek fıkra: 6/3/2007-5594/2 md.) Tüzel kişiliği sona erecek belediye ve köylerin taşınmazlarının satılması ile vadesi tüzel kişiliğin sona ereceği tarihi aşan borçlanma yapılması İçişleri Bakanlığının onayına tabidir.

EK 2

BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ KANUNU

Kanun Numarası : 5216

Kabul Tarihi : 10/7/2004

Yayımlandığı R.Gazete : Tarih : 23/7/2004 Sayı :25531

Yayımlandığı Düstur: Tertip : 5 Cilt : 43

BİRİNCİ BÖLÜM

*Amaç, Kapsam ve Tanımlar**Amaç*

Madde 1- Bu Kanunun amacı, büyükşehir belediyesi yönetiminin hukukî statüsünü düzenlemek, hizmetlerin plânlı, programlı, etkin, verimli ve uyum içinde yürütülmesini sağlamaktır.

Kapsam

Madde 2- Bu Kanun, büyükşehir belediyesiyle büyükşehir sınırları içindeki belediyeleri kapsar.

Tanımlar

Madde 3- Bu Kanunun uygulanmasında;

a. **(Değişik: 12/11/2012-6360/4 md.)** Büyükşehir belediyesi: Sınırları il mülki sınırı olan ve sınırları içerisindeki ilçe belediyeleri arasında koordinasyonu sağlayan; idarî ve malî özerkliğe sahip olarak kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren, yetkileri kullanan; karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişisini,

b. Büyükşehir belediyesinin organları: Büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediye encümeni ve büyükşehir belediye başkanını,

c. İlçe belediyesi: Büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçe belediyesini,

d. **(Mülga: 12/11/2012-6360/4 md.)** ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

*Büyükşehir Belediyesinin Kuruluşu ve Sınırları**Kuruluş*

Madde 4- (Değişik: 12/11/2012-6360/5 md.)

Toplam nüfusu 750.000'den fazla olan illerin il belediyeleri kanunla büyükşehir belediyesine dönüştürülebilir.

Büyükşehir belediyesinin sınırları

Madde 5- (Değişik: 12/11/2012-6360/6 md.)

Büyükşehir belediyelerinin sınırları, il mülki sınırlarıdır.

İlçe belediyelerinin sınırları, bu ilçelerin mülki sınırlarıdır.

Büyükşehir belediyesine katılma

Madde 6- (Mülga: 12/11/2012-6360/13 md.)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Büyükşehir Belediyesi'nin Görev, Yetki ve Sorumlulukları

Büyükşehir ve ilçe belediyelerinin görev ve sorumlulukları

Madde 7- Büyükşehir belediyesinin görev, yetki ve sorumlulukları şunlardır:

a. İlçe (...) belediyelerinin görüşlerini alarak büyükşehir belediyesinin stratejik plânını, yıllık hedeflerini, yatırım programlarını ve bunlara uygun olarak bütçesini hazırlamak.

b. Çevre düzeni plânına uygun olmak kaydıyla, büyükşehir belediye (...) sınırları içinde 1/5.000 ile 1/25.000 arasındaki her ölçekte nazım imar plânını yapmak, yaptırmak ve onaylayarak uygulamak; büyükşehir içindeki belediyelerin nazım plâna uygun olarak hazırlayacakları uygulama imar plânlarını, bu plânlarda yapılacak değişiklikleri, parselasyon plânlarını ve imar ıslah plânlarını aynen veya değiştirerek onaylamak ve uygulanmasını denetlemek; nazım imar plânının yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmayan ilçe (...) belediyelerinin uygulama imar plânlarını ve parselasyon plânlarını yapmak veya yaptırmak.

c. Kanunlarla büyükşehir belediyesine verilmiş görev ve hizmetlerin gerektirdiği proje, yapım, bakım ve onarım işleriyle ilgili her ölçekteki imar plânlarını, parselasyon plânlarını ve her türlü imar uygulamasını yapmak ve ruhsatlandırmak, 20.7.1966 tarihli ve 775 sayılı Gecekondu Kanununda belediyelere verilen yetkileri kullanmak.

d. Büyükşehir belediyesi tarafından yapılan veya işletilen alanlardaki işyerlerine büyükşehir belediyesinin sorumluluğunda bulunan alanlarda işletilecek yerlere ruhsat vermek ve denetlemek.

e. Belediye Kanununun 69 ve 73 üncü maddelerindeki yetkileri kullanmak.

f. Büyükşehir ulaşım ana plânını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak; ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini plânlamak ve koordinasyonu sağlamak; kara, deniz, su ve

demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işlettmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiği bütün işleri yürütmek.

g. **(Değişik: 12/11/2012-6360/7 md.)** Büyükşehir belediyesinin yetki alanındaki mahalleleri ilçe merkezine bağlayan yollar, meydan, bulvar, cadde ve ana yolları yapmak, yaptırmak, bakım ve onarımı ile bu yolların temizliği ve karla mücadele çalışmalarını yürütmek; kentsel tasarım projelerine uygun olarak bu yerlere cephesi bulunan yapılara ilişkin yükümlülükler koymak; ilân ve reklam asılacak yerleri ve bunların şekil ve ebadını belirlemek; meydan, bulvar, cadde, yol ve sokak ad ve numaraları ile bunlar üzerindeki binalara numara verilmesi işlerini gerçekleştirmek.

h. Coğrafi ve kent bilgi sistemlerini kurmak.

i. Sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin, tarım alanlarının ve su havzalarının korunmasını sağlamak; ağaçlandırma yapmak; gayrisihhî işyerlerini, eğlence yerlerini, halk sağlığına ve çevreye etkisi olan diğer işyerlerini kentin belirli yerlerinde toplamak; inşaat malzemeleri, hurda depolama alanları ve satış yerlerini, hafriyat toprağı, moloz, kum ve çakıl depolama alanlarını, odun ve kömür satış ve depolama sahalarını belirlemek, bunların taşınmasında çevre kirliliğine meydan vermeyecek tedbirler almak; büyükşehir katı atık yönetim plânını yapmak, yaptırmak; katı atıkların kaynakta toplanması ve aktarma istasyonuna kadar taşınması hariç katı atıkların ve hafriyatın yeniden değerlendirilmesi, depolanması ve bertaraf edilmesine ilişkin hizmetleri yerine getirmek, bu amaçla tesisler kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettmek; sanayi ve tıbbî atıklara ilişkin hizmetleri yürütmek, bunun için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettmek; deniz araçlarının atıklarını toplamak, toplatmak, arıtmak ve bununla ilgili gerekli düzenlemeleri yapmak

j. Gıda ile ilgili olanlar dâhil birinci sınıf gayrisihhî müesseseleri ruhsatlandırmak ve denetlemek, yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak üzere laboratuvarlar kurmak ve işletmek.

k. Büyükşehir belediyesinin yetkili olduğu veya işlettiği alanlarda zabıta hizmetlerini yerine getirmek.

l. Yolcu ve yük terminalleri, kapalı ve açık otoparklar yapmak, yaptırmak, işletmek, işlettirmek veya ruhsat vermek.

m. Büyükşehirin bütünlüğüne hizmet eden sosyal donatılar, bölge parkları, hayvanat bahçeleri, hayvan barınakları, kütüphane, müze, spor, dinlence, eğlence ve benzeri yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek; gerektiğinde amatör spor kulüplerine nakdî yardım yapmak, malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, amatör takımlar arasında spor müsabakaları düzenlemek, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara, teknik yönetici, antrenör ve öğrencilere belediye meclis kararıyla ödül vermek.

n. Gerektiğinde mabetler ile sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri için bina ve tesisler yapmak, kamu kurum ve kuruluşlarına ait bu hizmetlerle ilgili bina ve tesislerin her türlü bakımını, onarımını yapmak ve gerekli malzeme desteğini sağlamak.

o. Kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlamak, bu amaçla bakım ve onarımını yapmak, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa etmek.

p. Büyükşehir içindeki toplu taşıma hizmetlerini yürütmek ve bu amaçla gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettirmek, büyükşehir sınırları içindeki kara ve denizde taksi ve servis araçları dahil toplu taşıma araçlarına ruhsat vermek.

r. Su ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmek, bunun için gerekli baraj ve diğer tesisleri kurmak, kurdurmak ve işletmek; derelerin ıslahını yapmak; kaynak suyu veya arıtma sonunda üretilen suları pazarlamak.

s. Mezarlık alanlarını tespit etmek, mezarlıklar tesis etmek, işletmek, işlettirmek, defin ile ilgili hizmetleri yürütmek.

t. Her çeşit toptancı hallerini ve mezbahaları yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek, imar plânında gösterilen yerlerde yapılacak olan özel hal ve mezbahaları ruhsatlandırmak ve denetlemek.

u. İl düzeyinde yapılan plânlara uygun olarak, doğal afetlerle ilgili plânlamaları ve diğer hazırlıkları büyükşehir ölçeğinde yapmak; gerektiğinde diğer afet bölgelerine araç, gereç ve malzeme desteği vermek; itfaiye ve acil yardım hizmetlerini yürütmek; patlayıcı ve yanıcı madde üretim ve depolama yerlerini tespit etmek, konut, işyeri, eğlence yeri, fabrika ve sanayi kuruluşları ile kamu kuruluşlarını yangına ve diğer

afetlere karşı alınacak önlemler yönünden denetlemek, bu konuda mevzuatın gerektirdiği izin ve ruhsatları vermek.

v. Sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek veya işlettmek, bu hizmetleri yürütürken üniversiteler, yüksek okullar, meslek liseleri, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapmak.

y. Merkezî ısıtma sistemleri kurmak, kurdurmak, işletmek veya işlettmek.

z. **(Değişik: 12/11/2012-6360/7 md.)** Afet riski taşıyan veya can ve mal güvenliği açısından tehlike oluşturan binaları tahliye etme ve yıkım konusunda ilçe belediyelerinin talepleri hâlinde her türlü desteği sağlamak.

Büyükşehir belediyeleri birinci fıkranın (c) bendinde belirtilen yetkilerini, imar plânlarına uygun olarak kullanmak ve ilgili belediyeye bildirmek zorundadır. **(Değişik ikinci cümle: 12/11/2012-6360/7 md.)** Büyükşehir belediyeleri birinci fıkranın (l), (s), (t) bentlerindeki görevleri ile temizlik hizmetleri ve adres ve numaralandırmaya ilişkin görevlerini belediye meclisi kararı ile ilçe belediyelerine devredebilir, birlikte yapabilirler.

İlçe (...) belediyelerinin görev ve yetkileri şunlardır:

a. Kanunlarla münhasıran büyükşehir belediyesine verilen görevler ile birinci fıkra da sayılanlar dışında kalan görevleri yapmak ve yetkileri kullanmak.

b. Büyükşehir katı atık yönetim plânına uygun olarak, katı atıkları toplamak ve aktarma istasyonuna taşımak.

c. Sıhhî işyerlerini, 2'nci ve 3'üncü sınıf gayrisıhhî müesseseleri, umuma açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemek.

d. Birinci fıkra da belirtilen hizmetlerden; 775 sayılı Gecekondu Kanununda belediyelere verilen yetkileri kullanmak, otopark, spor, dinlenme ve eğlence yerleri ile parkları yapmak; yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik sosyal ve kültürel hizmetler sunmak; mesleki eğitim ve beceri kursları açmak; mabetler ile sağlık, eğitim, kültür tesis ve binalarının yapım, bakım ve onarımı ile kültür ve tabiat varlıkları ve tarihî dokuyu korumak; kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin geliştirilmesine ilişkin hizmetler yapmak.

e. Defin ile ilgili hizmetleri yürütmek.

f. **(Ek: 12/11/2012-6360/7 md.)** Afet riski taşıyan veya can ve mal güvenliği açısından tehlike oluşturan binaları tahliye etmek ve yıkmak.

(Değişik son fıkra: 1/7/2006-5538/23 md.) 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunuyla Sanayi ve Ticaret Bakanlığına ve organize sanayi bölgelerine tanınan yetki ve sorumluluklar ile sivil hava ulaşımına açık havaalanları ve bu havaalanları bünyesinde yer alan tüm tesisler bu Kanunun kapsamı dışındadır.

(Ek fıkra: 12/11/2012-6360/7 md.) Büyükşehir ve ilçe belediyeleri tarım ve hayvancılığı desteklemek amacıyla her türlü faaliyet ve hizmette bulunabilirler.

Alt yapı hizmetleri

Madde 8- Büyükşehir içindeki alt yapı hizmetlerinin koordinasyon içinde yürütülmesi amacıyla büyükşehir belediye başkanı ya da görevlendirdiği kişinin başkanlığında, yönetmelikle belirlenecek kamu kurum ve kuruluşları ile özel kuruluşların temsilcilerinin katılacağı alt yapı koordinasyon merkezi kurulur. Büyükşehir ilçe (...) belediye başkanları kendi belediyesini ilgilendiren konuların görüşülmesinde koordinasyon merkezlerine üye olarak katılırlar. Alt yapı koordinasyon merkezi toplantılarına ayrıca gündemdeki konularla ilgili kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının (oda üst kuruluşu bulunan yerlerde üst kuruluşun) temsilcileri de davet edilerek görüşleri alınır.

Alt yapı koordinasyon merkezi, kamu kurum ve kuruluşları ile özel kuruluşlar tarafından büyükşehir içinde yapılacak alt yapı yatırımları için kalkınma plânı ve yıllık programlara uygun olarak yapılacak taslak programları birleştirerek kesin program hâline getirir. Bu amaçla, kamu kurum ve kuruluşları ile özel kuruluşlar alt yapı koordinasyon merkezinin isteyeceği coğrafi bilgi sistemleri dâhil her türlü bilgi ve belgeyi vermek zorundadırlar. Kesin programlarda birden fazla kamu kurum ve kuruluşu tarafından aynı anda yapılması gerekenler ortak programa alınır. Ortak programa alınan alt yapı hizmetleri için belediye ve diğer bütün kamu kurum ve kuruluşlarının bütçelerine konulan ödenekler, alt yapı koordinasyon merkezi bünyesinde oluşturulacak alt yapı yatırım hesabına aktarılır.

Ortak programa alınan hizmetler için kamu kurum ve kuruluş bütçelerinde yeterli ödeneğin bulunmadığının bildirilmesi durumunda, büyükşehir belediyesi veya ilgisine göre bağlı kuruluş bütçelerinden bu hizmetler için kaynak ayrılabilir. Kamu

kurum ve kuruluşları alt yapı ortak yatırım hizmetleri için harcanan miktarda ödeneği, yeniden değerlendirme oranını da dikkate alarak ertesi yıl bütçesinde ayırır. Ayrılan bu ödenek belediye veya ilgili bağlı kuruluşunun hesabına aktarılır. Bu bedel ödenmeden ilgili kamu kurum veya kuruluşu, büyükşehir belediyesi sınırlarında yeni bir yatırım yapamaz. Ortak programa alınmayan yatırımlar için bakanlıklar, ilgili belediye ve diğer kamu kurum ve kuruluşları alt yapı koordinasyon merkezi tarafından belirlenen programa göre harcamalarını kendi bütçelerinden yaparlar.

Koordinasyon merkezleri tarafından alınan ortak yatırım ve toplu taşımayla ilgili kararlar, belediye ve bütün kamu kurum ve kuruluşlarıyla ilgililer için bağlayıcıdır.

Alt yapı koordinasyon merkezinin çalışma esas ve usulleri ile bu kurullara katılacak kamu kurum ve kuruluş temsilcileri, İçişleri Bakanlığı tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir. İçişleri Bakanlığı, çıkarılacak bu yönetmeliğin, alt yapı yatırım hesabının kullanılması ve ödenek tahsisi ve aktarmasına ilişkin kısımları hakkında, Maliye Bakanlığı ve Devlet Plânlama Teşkilâtı Müsteşarlığının görüşünü alır.

Ulaşım hizmetleri

Madde 9- (Değişik birinci fıkra: 12/11/2012-6360/8 md.) Büyükşehir içindeki kara, deniz, su, göl ve demiryolu üzerindeki her türlü taşımacılık hizmetlerinin koordinasyon içinde yürütülmesi amacıyla büyükşehir belediye başkanı ya da görevlendirdiği kişinin başkanlığında, yönetmelikle belirlenecek kamu kurum ve kuruluşları ile, Türkiye Şoförler ve Otomobilciler Federasyonunun görevlendireceği ilgili odanın temsilcisinin katılacağı Ulaşım Koordinasyon Merkezi kurulur. İlçe belediye başkanları kendi belediyesini ilgilendiren konuların görüşülmesinde koordinasyon merkezlerine üye olarak katılırlar. Ulaşım Koordinasyon Merkezi toplantılarına ayrıca gündemdeki konularla ilgili üye olarak belirlenmeyen ulaşım sektörü ile ilgili kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarından ihtisas meslek odalarının temsilcileri de davet edilerek görüşleri alınır.

Bu Kanun ile büyükşehir belediyesine verilen trafik hizmetlerini plânlama, koordinasyon ve güzergâh belirlemesi ile taksi, dolmuş ve servis araçlarının durak ve araç park yerleri ile sayısının tespitine ilişkin yetkiler ile büyükşehir sınırları dahilinde il trafik komisyonunun yetkileri ulaşım koordinasyon merkezi tarafından kullanılır.

Ulaşım koordinasyon merkezi kararları, büyükşehir belediye başkanının onayı ile yürürlüğe girer.

Ulaşım koordinasyon merkezi tarafından toplu taşıma ile ilgili alınan kararlar, belediyeler ve bütün kamu kurum ve kuruluşlarıyla ilgililer için bağlayıcıdır.

Koordinasyon merkezinin çalışma esas ve usulleri ile bu kurullara katılacak kamu kurum ve kuruluş temsilcileri, İçişleri Bakanlığı tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Büyükşehir belediyelerine bu Kanun ile verilen görev ve yetkilerin uygulanmasında, 13.10.1983 tarihli ve 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanununun bu Kanuna aykırı hükümleri uygulanmaz.

Büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyelerinin yetkileri ve imtiyazları

Madde 10- Büyükşehir ve ilçe belediyeleri; görevli oldukları konularda bu Kanunla birlikte Belediye Kanunu ve diğer mevzuat hükümleri ile ilgisine göre belediyelere tanınan yetki, imtiyaz ve muafiyetlere sahiptir.

Büyükşehir belediyesinin imar denetim yetkisi

Madde 11- Büyükşehir belediyesi, ilçe (...) belediyelerinin imar uygulamalarını denetlemeye yetkilidir. Denetim yetkisi, konu ile ilgili her türlü bilgi ve belgeyi istemeyi, incelemeyi ve gerektiğinde bunların örneklerini almayı içerir. Bu amaçla istenecek her türlü bilgi ve belgeler en geç onbeş gün içinde verilir. İmar uygulamalarının denetiminde kamu kurum ve kuruluşlarından, üniversiteler ve kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarından yararlanılabilir.

Denetim sonucunda belirlenen eksiklik ve aykırılıkların giderilmesi için ilgili belediyeye üç ayı geçmemek üzere süre verilir. Bu süre içinde eksiklik ve aykırılıklar giderilmediği takdirde, büyükşehir belediyesi eksiklik ve aykırılıkları gidermeye yetkilidir.

Büyükşehir belediyesi tarafından belirlenen ruhsatsız veya ruhsat ve eklerine aykırı yapılar, gerekli işlem yapılmak üzere ilgili belediyeye bildirilir. Belirlenen imara aykırı uygulama, ilgili belediye tarafından üç ay içinde giderilmediği takdirde, büyükşehir belediyesi 3.5.1985 tarihli ve 3194 sayılı İmar Kanununun 32 ve 42'nci maddelerinde belirtilen yetkilerini kullanma hakkını haizdir. Ancak 3194 sayılı Kanunun 42'nci madde kapsamındaki konulardan dolayı iki kez ceza verilemez.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Büyükşehir Belediyesinin Organları

Büyükşehir belediye meclisi

Madde 12- Büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediyesinin karar organıdır ve ilgili kanunda gösterilen esas ve usullere göre seçilen üyelerden oluşur.

Büyükşehir belediye başkanı büyükşehir belediye meclisinin başkanı olup, büyükşehir içindeki diğer belediyelerin başkanları, büyükşehir belediye meclisinin doğal üyesidir.

Büyükşehir ilçe (...) belediye meclisleri ile bunların çalışma usul ve esaslarına ilişkin diğer hususlarda Belediye Kanunu hükümleri uygulanır.

Meclis toplantısı

Madde 13- Büyükşehir belediye meclisi, her ayın ikinci haftası önceden meclis tarafından belirlenen günde mutat toplantı yerinde toplanır (...). Bütçe görüşmesine rastlayan toplantı süresi en çok yirmi, diğer toplantıların süresi en çok beş gündür. **(Ek cümle: 3/7/2005 - 5393/85 md.)** Meclis kendi belirleyeceği bir ay tatil yapabilir.

Mutat toplantı yeri dışında toplanılmasının zorunlu olduğu durumda üyelere önceden bilgi vermek kaydıyla belediye hudutları dahilinde meclis başkanının belirlediği yerde toplantı yapılır. Ayrıca, toplantının yeri ve zamanı mutat usullerle belde halkına duyurulur.

(Ek fıkra: 30/5/2007-5675/1 md.) Büyükşehir belediye başkanı, acil durumlarda lüzum görmesi halinde belediye meclisini bir yılda üç defadan fazla olmamak ve her toplantı bir birleşimi geçmemek üzere toplantıya çağırır. Olağanüstü toplantı çağırısı ve gündem en az üç gün önceden meclis üyelerine yazılı olarak duyurulur ve ayrıca mutat usûllerle ilan edilir. Olağanüstü toplantılarda çağırıcıyı gerektiren konuların dışında hiçbir konu görüşülemez.

Meclis kararlarının kesinleşmesi

Madde 14- Büyükşehir belediye başkanı, hukuka aykırı gördüğü belediye meclisi kararlarını, yedi gün içinde gerekçesini de belirterek yeniden görüşülmek üzere belediye meclisine iade edebilir. Yeniden görüşülmesi istenilmeyen kararlar ile yeniden görüşülmesi istenip de büyükşehir belediye meclisi üye tam sayısının salt çoğunluğuyla ısrar edilen kararlar kesinleşir.

Büyükşehir belediye başkanı, meclisin ısrarı ile kesinleşen kararlar aleyhine (...) idarî yargıya başvurabilir. **(Değişik dördüncü fıkra: 6/3/2008-5747/3 md.)** Büyükşehir belediye meclisi ve ilçe belediye meclisi kararları,

kesinleştigi tarihten itibaren en geç yedi gün içinde mahallin en büyük mülkî idare amirine gönderilir. Mülkî idare amirine gönderilmeyen kararlar yürürlüğe girmez.

(İptal beşinci fıkra: Anayasa Mahkemesi'nin 4/2/2010 tarihli ve E.: 2008/28, K.: 2010/30 sayılı Kararı ile.) (Mülga altıncı fıkra: 6/3/2008 47/3 md.) (Mülga yedinci fıkra: 6/3/2008-5747/3 md.)

Büyükşehir kapsamındaki ilçe (...) belediye meclisleri tarafından alınan imara ilişkin kararlar, kararın gelişinden itibaren üç ay içinde büyükşehir belediye meclisi tarafından nazım imar plânına uygunluğu yönünden incelenerek aynen veya değiştirilerek kabul edildikten sonra büyükşehir belediye başkanına gönderilir. **(Ek cümle: 6/3/2008-5747/3 md.)** Üç ay içinde büyükşehir belediye meclisinde görüşülmeyen kararlar onaylanmış sayılır.

İhtisas komisyonları

Madde 15- Büyükşehir belediye meclisi, (...) üyeleri arasından seçilecek en az beş, en çok dokuz kişiden oluşan ihtisas komisyonları kurabilir. İhtisas komisyonları, her siyasî parti grubunun ve bağımsız üyelerin büyükşehir belediye meclisindeki üye sayısının meclis üye tam sayısına oranlanması suretiyle oluşur. İmar ve bayındırlık komisyonu, çevre ve sağlık komisyonu, plân ve bütçe komisyonu, eğitim, kültür, gençlik ve spor komisyonu ile ulaşım komisyonunun kurulması zorunludur.

Meclis toplantısını müteakip imar komisyonu en fazla on işgünü, diğer komisyonlar ise beş iş günü toplanarak kendisine havale edilen işleri sonuçlandırır. Komisyon bu sürenin sonunda raporunu meclise sunmadığı takdirde, konu meclis başkanlığı tarafından doğrudan meclis gündemine alınır.

Komisyon çalışmalarında uzman kişilerden yararlanılabilir. Gündemdeki konularla ilgili olmak üzere; kurum temsilcileri, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, üniversitelerin ilgili bölümlerinin, sendikalar (oda üst kuruluşu bulunan yerlerde üst kuruluşun, sendika konfederasyonunun bulunduğu yerde konfederasyonun) ve uzmanlaşmış sivil toplum örgütlerinin temsilcileri ile davet edilen uzman kişiler, oy hakkı olmaksızın ihtisas komisyonu toplantılarına katılabilir ve görüş bildirebilir.

İhtisas komisyonlarının görev alanına giren işler bu komisyonlarda görüşüldükten sonra büyükşehir belediye meclisinde karara bağlanır.

Komisyon raporları alenîdir, çeşitli yollarla halka duyurulur ve isteyenlere büyükşehir belediye meclisi tarafından belirlenecek maliyet bedeli karşılığında verilir.

Büyükşehir belediye encümeni

Madde 16- Büyükşehir belediye encümeni, belediye başkanının başkanlığında, belediye meclisinin (...) kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği beş üye ile biri genel sekreter, biri malî hizmetler birim amiri olmak üzere belediye başkanının her yıl birim amirleri arasından seçeceği beş üyeden oluşur.

Belediye başkanının katılmadığı toplantılarda, encümen toplantılarına genel sekreter başkanlık eder.

Büyükşehir belediye encümeninin başkanı ve seçilmiş üyelerine, (12.000) gösterge rakamının Devlet memur aylıkları için belirlenen katsayı ile çarpımı sonucu bulunacak miktarda aylık brüt ödenek verilir. Encümenin memur üyelerine bu miktarın yarısı ödenir.

Büyükşehir belediye başkanı

Madde 17- Büyükşehir belediye başkanı, büyükşehir belediye idaresinin başı ve tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Büyükşehir belediye başkanı, ilgili kanunda gösterilen esas ve usullere göre büyükşehir belediyesi sınırları içindeki seçmenler tarafından doğrudan seçilir.

Büyükşehir belediye başkan vekili, Belediye Kanunundaki usullere göre belirlenir. Ancak, büyükşehir kapsamındaki ilçe (...) belediye başkanları büyükşehir belediye başkan vekili olamaz.

Büyükşehir ve ilçe belediye başkanları görevlerinin devamı süresince siyasi partilerin yönetim ve denetim organlarında görev alamaz; profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamaz ve yönetiminde bulunamaz.

Büyükşehir belediye başkanının görev ve yetkileri

Madde 18- Büyükşehir belediye başkanının görev ve yetkileri şunlardır:

a. Belediye teşkilatının en üst amiri olarak belediye teşkilâtını sevk ve idare etmek, beldenin ve belediyenin hak ve menfaatlerini korumak.

b. Belediyeyi stratejik plâna uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi hazırlamak ve

uygulamak, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini belirlemek, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak.

c. Büyükşehir belediye meclisi ve encümenine başkanlık etmek, bu organların kararlarını uygulamak.

d. Bu Kanunla büyükşehir belediyesine verilen görev ve hizmetlerin etkin ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli önlemleri almak.

e. Büyükşehir belediyesinin ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin etkin ve verimli yönetilmesini sağlamak, büyükşehir belediyesi ve bağlı kuruluşları ile işletmelerinin bütçe tasarılarını, bütçe üzerindeki değişiklik önerilerini ve bütçe kesin hesap cetvellerini hazırlamak.

f. Büyükşehir belediyesinin hak ve menfaatlerini izlemek, alacak ve gelirlerinin tahsilini sağlamak.

g. Yetkili organların kararını almak şartıyla, büyükşehir belediyesi adına sözleşme yapmak, karşılıksız bağışları kabul etmek ve gerekli tasarruflarda bulunmak.

h. Mahkemelerde davacı veya davalı sıfatıyla ve resmî mercilerde büyükşehir belediyesini temsil etmek, belediye ve bağlı kuruluş avukatlarına veya özel avukatlara temsil ettirmek.

i. Belediye personelinin atamak, belediye ve bağlı kuruluşlarını denetlemek.

j. Gerektiğinde bizzat nikâh kıymak.

k. Diğer kanunların belediye başkanlarına verdiği görev ve yetkilerden büyükşehir belediyesi görevlerine ilişkin olan hizmetleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak.

l. **(İptal: Anayasa Mahkemesi'nin 25/1/2007 tarihli ve E.: 2004/79, K.: 2007/6 sayılı Kararı ile.)**

m. Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, engellilerle ilgili faaliyetlere destek olmak üzere engelli merkezleri oluşturmak.

(Mülga son fıkra: 12/11/2012-6360/13 md.)

Belediye başkanlığının sona ermesi

Madde 19- Belediye Kanunundaki hükümler saklı kalmak kaydıyla büyükşehir belediye meclisinin feshine neden olan eylem ve işlemlere katılan büyükşehir ve ilçe belediye başkanlarının görevlerine Danıştay kararıyla son verilir.

Danışmanlar

Madde 20- Nüfusu iki milyonu aşan büyükşehir belediyelerinde on, diğer büyükşehir belediyelerinde beşi geçmemek üzere başkan danışmanı görevlendirilebilir. Danışman olarak görevlendirileceklerin en az dört yıllık yüksek öğrenim kurumlarından mezun olması şarttır. Danışman olarak görevlendirilme, memuriyete geçiş, sözleşmeli veya işçi statüsünde çalışma dahil, ilgililer açısından herhangi bir hak teşkil etmez. Danışmanların görev süreleri sözleşme süresi ile sınırlıdır. Ancak bu süre belediye başkanının görev süresini aşamaz.

Danışmanlara, her türlü ödemeler dâhil, büyükşehir belediyesi genel sekreterine ödenen brüt aylık miktarının % 75'ini aşmamak üzere belediye meclisinin belirlediği miktarda brüt ücret ödenir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Büyükşehir Belediyesi Teşkilâtı ve Personeli

Büyükşehir belediyesi teşkilâtı

Madde 21- Büyükşehir belediyesi teşkilâtı; norm kadro esaslarına uygun olarak genel sekreterlik, daire başkanlıkları ve müdürlüklerden oluşur.

Birimlerin kurulması, kaldırılması veya birleştirilmesi büyükşehir belediyesi meclisinin kararı ile olur.

Büyükşehir belediyesinde başkan yardımcısı bulunmaz. **(Değişik ikinci cümle: 24/10/2011-KHK-661/59 md.)** Hizmetlerin etkili ve verimli bir şekilde yürütülebilmesi için, genel sekretere yardımcı olmak üzere, norm kadroya uygun olarak genel sekreter yardımcısı atanabilir.

Büyükşehir belediyesinde hizmetlerin yürütülmesi belediye başkanı adına onun direktifi ve sorumluluğu altında mevzuat hükümlerine, belediyenin amaç ve politikalarına, stratejik plânına ve yıllık programlarına uygun olarak genel sekreter ve yardımcıları tarafından sağlanır.

Personel istihdamı

Madde 22- Büyükşehir belediyesi personeli büyükşehir belediye başkanı tarafından atanır. Personelden müdür ve üstü unvanlı olanlar ilk toplantıda büyükşehir belediye meclisinin bilgisine sunulur.

(Değişik ikinci fıkra: 24/10/2011-KHK-661/60 md.) Genel sekreter, belediye başkanının teklifi üzerine İçişleri Bakanı tarafından atanır. Genel sekreter kadrosuna atananlar, genel idare hizmeti sınıfına dahil bakanlık genel müdürleri, genel sekreter

yardımcısı kadrosuna atananlar bakanlık müstakil daire başkanları, 1. hukuk müşaviri ve daire başkanlığı kadrosuna atananlar ise bakanlık daire başkanları için ilgili mevzuatında öngörülen ek gösterge, makam, görev ve temsil tazminatları ile 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 152'nci maddesi uyarınca ödenen zam ve tazminatlardan aynen yararlanırlar.

(Mülga üçüncü fıkra: 24/10/2011-KHK-661/60 md.)

Sözleşmeli ve işçi statüsünde çalışanlar hariç belediye memurlarına, başarı durumlarına göre toplam memur sayısının % 10'unu ve Devlet memurlarına uygulanan aylık katsayının (30.000) gösterge rakamı ile çarpımı sonucu bulunacak miktarı geçmemek üzere hastalık ve yıllık izinleri dahil olmak üzere, çalıştıkları sürelerle orantılı olarak encümen kararıyla yılda en fazla iki kez ikramiye ödenebilir.

ALTINCI BÖLÜM

Malî Hükümler

Büyükşehir belediyesinin gelirleri

Madde 23- Büyükşehir belediyesinin gelirleri şunlardır:

a. **(Mülga: 2/7/2008-5779/8 md.)**

b. **(Mülga: 2/7/2008-5779/8 md.)**

c. 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanununda yer alan oran ve esaslara göre büyükşehir belediyesince tahsil olunacak at yarışları dahil müşterek bahislerden elde edilen Eğlence Vergisinin % 20'si müşterek bahislere konu olan yarışların yapıldığı yerin belediyesine, % 30'u nüfuslarına göre dağıtılmak üzere diğer ilçe (...) belediyelerine ayrıldıktan sonra kalan % 50'si.

d. Büyükşehir belediyesine bırakılan sosyal ve kültürel tesisler, spor, eğlence ve dinlenme yerleri ile yeşil sahalarda tahsil edilecek her türlü belediye vergi, resim ve harçları.

e. 7 nci maddenin birinci fıkrasının (g) bendinde belirtilen alanlar ile bu alanlara cephesi bulunan binalar üzerindeki her türlü ilân ve reklamların vergileri ile asma, tahsis ve bakım ücretleri.

f. 7 nci maddenin (f) bendine göre tespit edilen park yerlerinin işletilmesinden elde edilen gelirin ilçe ve ilk kademe belediyelerine, nüfuslarına göre dağıtılacak %50'sinden sonra kalacak %50'si.

g. Hizmetlerin büyükşehir belediyesi tarafından yapılması şartıyla 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanununda belirtilen oran ve esaslara göre alınacak yol, su ve kanalizasyon harcamalarına katılma payları.

h. Kira, faiz ve ceza gelirleri.

i. Kamu idare ve müesseselerinin yardımları.

j. Bağlı kuruluşların kesin hesaplarındaki gelirleri ile giderleri arasında oluşan fazlalık sonucu aktarılacak gelirler.

k. Büyükşehir belediyesi iktisadî teşebbüslerinin safi hasılâtından büyükşehir belediye meclisi tarafından belirlenecek oranda alınan hisseler.

l. Büyükşehir belediyesinin taşınır ve taşınmaz mal gelirleri.

m. Yapılacak hizmetler karşılığı alınacak ücretler.

n. Şartlı ve şartsız bağışlar.

o. Diğer gelirler.

(Mülga ikinci fıkra: 2/7/2008-5779/8 md.)

Büyükşehir belediyeleri ve bağlı kuruluşları ile ilçe (...) belediyeleri; tahsil ettikleri vergiler ve benzeri malî yükümlülüklerden birbirlerine ödemeleri gereken paylar ile su, atık su ve doğalgaz bedellerini zamanında yatırmadıkları takdirde, ilgili belediye veya bağlı kuruluşun talebi üzerine söz konusu tutar, İller Bankası tarafından, yükümlü belediyenin genel bütçe vergi gelirleri payından kesilerek alacaklı belediyenin hesabına aktarılır.

(Değişik ikinci cümle: 21/4/2005-5335/28 md.) Gecikmeden kaynaklanacak faiz ve benzeri her türlü zararın tazmininden, ilgili ilçe (...) belediye başkanı ve sayman şahsen sorumludur. Bu fıkra hükmü, ilçe ve ilk kademe belediyeleri hesabına yapılacak her türlü aktarmaları zamanında yapmayan büyükşehir belediye başkanı, bağlı kuruluş genel müdürleri ve saymanları hakkında da uygulanır.

Büyükşehir belediyesinin giderleri

Madde 24- Büyükşehir belediyesinin giderleri şunlardır:

a. Belediye hizmet binaları ve tesislerin temini, bakım ve onarımı için yapılan giderler.

b. Belediye personeline ve belediyenin seçilmiş organlarının üyelerine ödenen maaş, ücret, ödenek, huzur hakkı, yolluklar, hizmete ilişkin eğitim ile diğer giderler.

c. İlçe (...) belediyeleri ile bağılı kuruluşlara yapacakları yardımlar ve ortak proje giderleri.

d. Her türlü alt yapı, yapım, onarım ve bakım giderleri.

e. Belediye zabıta ve itfaiye hizmetleri ile diğerk görev ve hizmetlerin yürütölmesi için yapılacak giderler.

f. Vergi, resim, harç, katılma payı, hizmet karşılığı alınacak ücretler ve diğerk gelirlerin takip ve tahsili için yapılacak giderler.

g. Belediyenin kuruluşuna katıldığı şirket, kuruluş ve birliklerle ilgili ortaklık payı ile üyelik aidatı giderleri.

h. Mezarlıkların tesisi, korunması ve bakımına ilişkin giderler.

i. Faiz, borçlanmaya ilişkin diğerk ödemeler ve sigorta giderleri.

j. Dar gelirli, yoksul, muhtaç ve kimsesizler ile engellilere yapılacak sosyal hizmet ve yardımlar.

k. Dava takip ve icra giderleri.

l. Temsil, tören, ağırlama ve tanıtım giderleri.

m. Avukatlık, danışmanlık ve denetim ödemeleri.

n. **(İptal: Anayasa Mahkemesi'nin 25/1/2007 tarihli ve E.: 2004/79, K.:2007/6 sayılı Kararı ile.; Yeniden düzenleme: 12/11/2012-6360/9 md.)** Bu Kanunda büyükşehir belediyesine verilen görevlerle sınırlı olarak, yurt içi ve yurt dışı kamu ve özel kuruluşlar ve sivil toplum örgütleriyle birlikte yapılan ortak hizmetler ve diğerk proje giderleri.

o. Spor, sosyal, kültürel ve bilimsel etkinlikler için yapılan giderler.

p. Büyükşehir belediye hizmetleriyle ilgili olarak yapılan kamuoyu yoklaması ve araştırması giderleri.

r. Kanunla verilen görevler ve hizmetlerin yürütölmesi için yapılan diğerk giderler.

Büyükşehir belediye bütçesi

Madde 25- Büyükşehir belediye bütçesi ile ilçe (...) belediyelerinden gelen bütçeler büyükşehir belediye meclisine sunulur ve büyükşehir belediye meclisince yatırım ve hizmetler arasında bütünlük sağlayacak biçimde aynen veya değiştirilerek kabul edilir.

Büyükşehir ve ilçe belediye bütçeleri, büyükşehir belediye meclisinde aynı toplantı döneminde ve birlikte görüşölerek karara bağlanır ve tek bütçe hâlinde bastırılır.

Büyükşehir belediye meclisi, ilçe (...) belediyelerinin bütçelerini kabul ederken;

- a. Bütçe metnindeki kanun, tüzük ve yönetmeliklere aykırı madde ve ibareleri çıkarmaya veya değiştirmeye,
- b. Belediyenin tahsile yetkili olmadığı gelirleri çıkarmaya, kanunî sınırlar üzerinde veya altında belirlenmiş olan vergi ve harçların oran ve miktarlarını kanunda öngörülen sınırlarına çekmeye,
- c. Kesinleşmiş belediye borçları için bütçeye konulması gerekip de konulmamış ödeneği eklemeye,
- d. Ortak yatırım programına alınan yatırımlar için gerekli ödeneği eklemeye, Yetkilidir.

Büyükşehir belediye meclisince ilçe (...) belediye bütçelerinde yapılan değişikliklere karşı on gün içinde Danıştaya itiraz edilebilir. Danıştay, itirazı otuz gün içinde karara bağlar.

Bütçenin hazırlanması ve uygulanmasına ilişkin diğer hususlarda Belediye Kanunu hükümleri uygulanır.

EK 3

VERİ FORMU

Büyükşehir Belediyesi: Web Adresi: Tarih: .../.../.....

KULLANIM KOLAYLIĞI			
Arama Motoru	Var () Yok ()	Yeri:	
Site Haritası	Var () Yok ()	Yeri:	Başlığı:
Sosyal Medya Araçları			
Faydalı Linkler	Var () Yok ()	Yeri:	Başlığı:
Hizmet Rehberi	Var () Yok ()	Yeri:	
Sorgu İşlemleri			
Dil Seçeneği			
Halkla İlişkiler			
BİLGİLENDİRİCİ OLMA			
Kurumsal Bilgi			
Hizmet Rehberi			
Duyurular	Var () Yok ()	Yeri:	
Haberler	Var () Yok ()	Yeri:	
E-Belediye	Yeri:	İçeriği:	
Mevzuat			
Projeler			
Sıkça Sorulan Sorular	Var () Yok ()	Yeri:	
Şehir Rehberi	Var () Yok ()		
İlçe Belediyeler	Var () Yok ()		
Arşiv			
İletişim			
Bilgi Edinme			
Anket			

GÖRSEL ÇEKİCİLİK			
Logo	Yeri: Logo Tasarımı: Slogan:		
Arka Plan Tasarımı	Renk:	Desen:	
Görsel Kullanımı	Fotoğraf:	Grafik:	Diğer:
Font Kullanımı			
Başlıklar	Dil Kullanımı: Dikkat Çekicilik: Font:		
Alt Başlıklar	Dil Kullanımı: Dikkat Çekicilik: Font:		
Anahtar Kavramlar	Linkler:	Haberler, duyurular	Cümle uzunluğu
Sanal Tur			
Foto Galeri			
Video Galeri			
Canlı Kamera			
GÜNCELLİK			
Haberler			
Duyurular			
Etkinlikler			
Canlı Kamera			
DİĞER:			

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Zeynep ÖZTEMEL
Doğum Yeri ve Tarihi	Ankara-1989
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Kara Harp Okulu
Y. Lisans Öğrenimi	
Doktora	
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
İş Deneyimi	
Çalıştığı Kurumlar	Erzurum Askeralma Blg.Bşk.lığı Tunceli 4'üncü Komd.Tug.K.lığı
İletişim	
E-Posta Adresi	zey-ser@windowslive.com
Tarih	27/01/2016