

Belediyelerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması

Yrd. Doç. Dr. Pınar ERASLAN YAYINOĞLU
Yrd. Doç. Dr. İdil SAYIMER
Zafer ARDA

kocaeli üniversitesi, iletişim fakültesi
peraslan@superonline.com
isayimer@kou.edu.tr

Özet

Günümüzün dinamik ortamında halkla ilişkiler çalışmaları açısından yeni ve önemli bir iletişim aracı olan internet, gerek kamu kuruluşlarında gerekse özel sektör kuruluşlarında yaygın ve etkin biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Kurumlar elektronik ortamda hedef kitleleriyle daha yakın, etkin, etkileşimli, karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler kurup geliştirebilmektedirler. Kurumsal web sitelerini en doğru biçimde kullanan kurumlar olumlu bir algılama yaratmakta ve rekabetçi ortamda öne çıkmayı başarmaktadırlar. Halka en yakın kamu kuruluşları olan belediyeler de, vatandaşa çağdaş hizmetler götürebilmek için elektronik ortamdan yararlanarak çalışmalarını e-belediyecilik uygulamalarına dönüştürmüşlerdir. Belediyelerin elektronik ortamda hizmet sunabilmesi için 24 saat kullanıma açık işlevsel bir web sayfasına ihtiyaç vardır. Web sitesi kamuoyunu bilgilendirmenin yanı sıra eğitmek ve bilinçlendirmek amacıyla da kullanılabilir.

Bu çalışmada, iki metropol kentin belediyesi olan İstanbul ve Londra Büyükşehir Belediyelerinin kurumsal web sitelerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Kurumsal web sitesinin ana sayfası, kullanıcıya ilk izlenimini verir ve ilk enformasyon kaynağı olarak önemli bir role sahiptir. İncelemede iki web sitesinin yalnızca ana sayfaları karşılaştırılmış ve inceleme konusu 'bir enformasyon kaynağı olarak web sitesinin tasarım boyutu' ile sınırlandırılmıştır. Bu incelemede; iki farklı sitenin birbirleriyle benzerlikleri, farklılıkları ve web sitesi tasarımı yönünden ölçütlere uygunluğu belirlenmek istenmiştir.

anahtar kelimeler: e-belediye, internet, kurumsal web sitesi

Résumé

Dans l'ambiance dynamique de nos jours, du point de vue des travaux de relations publiques, l'internet, étant un nouveau et important moyen de communication, est commencé à être utilisé d'une façon répandue et efficace dans des associations privées et publiques. Les associations peuvent établir et développer des relations plus proches, plus efficaces, plus interactives et mutuelles avec leurs contacts. Les associations qui utilisent dans le meilleur sens leurs sites internet créent une perception positive et réussissent de se positionner en avant dans le milieu concurrentiel. Les municipalités, étant les associations les plus proches au public, ont transformé leurs travaux en applications de e-municipalité en se bénéficiant du milieu électronique afin de mettre en oeuvre des services moderne aux compatriotes.

On a besoin d'un site internet fonctionnel et disponible 24h sur 24 pour que les municipalités puissent offrir une service dans le milieu électronique. A part informer les gens, internet peut également être utilisé pour former et augmenter le niveau de conscience du peuple.

Le but de cet ouvrage est d'analyser par un approche comparatif des sites officielles d'internet des municipalités d'Istanbul et de Londres, étant deux municipalités de métropole.

La page d'accueil d'un site internet officiel donne la première impression à l'utilisateur et possède une rôle importante étant la première source d'information. Dans l'analyse, seulement les pages d'accueil des deux sites internet ont été comparées et le sujet d'analyse est limité dans le cadre de conception du site internet qui est une source d'information. Dans cet analyse, le but est de préciser les ressemblances, les différences et la compatibilité aux critères au niveau de conception des deux sites.

mots-clés : *e-municipalié, internet, site internet officiel*

Abstract

In today's dynamic environment, both public and private sector organizations have long been using Internet as a new and effective public relations communication channel. Organizations have opportunity to build and maintain more close, effective and interactive relationships in electronic medium with their different key publics. Municipalities are, among parts of public administration, the closest link between citizens and public administration, are specifically oriented to local affairs. As the literature suggests, e-municipality applications constitute a positive relationship between

population and e-government capacity at the local level. Consequently in order to serve effectively on the cyber area, municipalities need a 24 hours open and functional corporate web site, which can also be used to educate citizens besides giving information to them.

This study examines and compares the corporate web sites of two large municipalities, İstanbul and London. Main page of a corporate web site has a major role as being the first information source and giving basic impression. Accordingly, the study is limited to compare the design of main pages of those municipalities as an information source. The main similarities and differences and accordance to the web site design criteria are found out and discussed in the end.

keywords: *e-municipality, internet, corporate web site*

Giriş

Enformasyon teknolojisinin zamanla iletişim teknolojisiyle olan yakınlaşması ve bunun günümüzdeki en popüler uygulamalarından birini oluşturan internet uygulamaları sayesinde belediyelerin pek çok farklı sosyal paydaşla enformasyon paylaşımı ve etkileşim olanağı mümkün olmuştur. İnternet; bilgisayar ağlarının birbiriyle iletişime geçtiği gerçek, fiziksel ortamdan farklı sanal bir ortamdır. Teknik yönden bakıldığında internet, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin dayandığı elektronik bir ortamdır.

Daha teknik bir ifadeyle, paket anahtarlama yoluyla verileri transfer eden dünya çapında kamuya açık bir erişimi olan birbiriyle bağlantılı bir seri bilgisayar ağlarıdır. İnternet, elektronik posta, çevrimiçi sohbet, dosya aktarımı ve 'world wide web'in barındırdığı birbiriyle bağlantılı web sayfaları ve diğer belgeleri kapsayan çeşitli enformasyon ve hizmetlerin sağlanmasıdır. İnternet kavramıyla adı sık sık geçen ve 'world wide web' teriminin kısaltılmışı olarak kullanılan 'web ortamı' terimi ile 'web sitesi' terimi ise internet yoluyla erişimin sağlandığı birbiriyle bağlantılı 'hipertekst (hypertext)' belgelerin oluşturduğu bir enformasyon ve iletişim sistemidir. (Bkz. http://en.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web). Başka bir deyişle, internet web ortamını doğurmuş, web siteleri de web ortamında bir web tarayıcı ile ulaşılabilen enformasyon kaynağı olarak ortaya çıkmışlardır. Bir web sitesi, belli bir kaynağa ait çok sayıda enformasyonu barındıran web sayfalarından oluşmaktadır. Bu web sayfalarına erişmek için internet kanalını kullanarak web ortamına erişen ve istediği web sayfasını bulmayı hedefleyen bir web kullanıcısı çevrimiçi (online) konumda olmak zorundadır. Diğer bir deyişle, bir bilgisayarın, kablolu ya da kablosuz telekomünikasyon hattını kullanarak internet ortamına giriş yapması çevrimiçi olarak adlandırılır.

Enformasyon ve iletişim teknolojileri çağının yaşandığı bugün, yaşamın her alanına giren internet, 2000'li yıllarla birlikte neredeyse en etkili iletişim kanalı olarak geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. İnternet, en kolay ve hızlı biçimde enformasyona ulaşmayı sağlayan kanal olduğu kadar, aynı zamanda eğitim, ticaret, özel ya da kamusal hizmet sunma ve eğlence gibi pek çok etkinliğin gerçekleşmesine olanak tanımakta, bireyler ve kültür arasında yakınlaşma ve bütünleşme sağlamaktadır.

Sanal ortamda depolanmış enformasyon, veri ve belgelere en kısa sürede ulaşmayı sağlayan ve bunu yaparken de etkileşim yaratan özelliği nedeniyle web ortamı ve web siteleri zamana ve mekâna bağlı olmadan her türden kurum ve kuruluşun, kurumsal iletişim hedeflerine ulaşmasında vazgeçilmez bir yol olmuştur. Uluslararası ticari kuruluşlar, medya, üniversiteler, siyasi partiler, yerel yönetimler, sanatçılar, sivil toplum örgütleri gibi pek çok farklı sektör, çeşitli kamulara internet kanalıyla hızlı enformasyon göndererek zaman kazanmakta,

dünya ile entegre olma imkânı bulmaktadırlar. Web siteleri ise internet kanalıyla sanal ortamda kendi kapılarına gelen ziyaretçilerle etkileşimli (interaktif) nitelikte temas kurmaktadırlar. Bu nedenle kitle iletişim araçlarından farklılaşan internet ve web ortamları özellikle bu açıdan halkla ilişkiler uygulayıcıları için de yeni açılımlar getirmiştir. Ayrıca, tüm dünyada internet kullanımı hızla artmasıyla birlikte, bu artış bir ülkenin gelişmişlik ve çağdaşlık düzeyini ortaya koyan bir gösterge durumuna gelmiştir. İnternet, bilgisayar ve enformasyon teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması ve devlet yönetiminin yeniden yapılanması gibi kamu yönetimi anlayışında da önemli değişikliklere neden olmuştur.

Literatürün Gözden Geçirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde, enformasyon ve iletişim teknolojisi literatürü ile halkla ilişkiler literatürünün gözden geçirilmesi ve konumuzu oluşturan temalar ve kavramlar ele alınmaktadır. Ayrıca, son bölümdeki iki web sitesinin ana sayfalarının karşılaştırmalı incelemesi amacıyla kullanılabilir ölçütleri belirlemek için saptamalar yapılmaktadır. Kazancı tarafından belirtildiği gibi hem halkla ilişkiler uygulaması, hem de bir araç olarak karşımıza çıkan internet aynı zamanda yeni çağın halkla ilişkiler uygulamalarında temel enstrümanlardan biri olarak ilk sıralarda yer alacaktır. Çünkü, zamanın iyi kullanılmasını sağlayarak ve insanlarla birebir ilişkiyle son derece ekonomik koşullarda tüm dünyaya anında seslenme olanağını sunmaktadır (2002:277). Halkla ilişkiler çalışmalarına ve dolayısıyla kuruluşlara kesintisiz bir iletişim, anında müdahale olanağı, global bir iletişim ağı, hedef kitle hakkında bilgi edinme, çift yönlü iletişim kurma ve daha az maliyet yoluyla önemli avantajlar sağlayan internet (Ülger, 2004:205-206), kamu hizmeti veren çeşitli kuruluşların yıllardır şikayetçi oldukları bu tür sorunları en azından internet kullanıcıları yönünden çözümlenebilir niteliktedir.

İnternet ve Kurumsal Web Sitelerinin Yaygınlaşması

İnternet sayesinde ortaya çıkan birçok bağlantılı uygulama ve kavram söz konusudur. İnternet zemininde önemli bir kurumsal iletişim kanalı olarak kullanılan world wide web, 1989 yılında CERN (the European Organization for Nuclear Research)'den Tim Berners-Lee tarafından geliştirilmiş, 1990 yılında bu projeye katılan Robert Cailliau'nun desteğiyle uygulamaya geçirilmiştir (<http://info.cern.ch/>, Seitel, 2001:298).

Bilgisayarlar arasında elektronik bir ortamda veri alışverişini sağlayan internet zamanla hem elektronik ticaret (e-ticaret), hem kurumsal iletişim amaçlı kullanılabilir hale gelmiştir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, internetin iletişim uzmanlarına sunduğu fırsatları ve onu geleneksel halkla ilişkiler ortamları ve kanallarından farklılaştıran en önemli özelliklerini ortaya koymaktadır (Ashcroft 2001, Cooley 1999, Aydede 2001, Holtz 1999, Kohl 2000, Levine 2004). Kaynak

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

Yönetmel karar alma mekanizması içinde yer alan halkla ilişkiler faaliyetleri için öncelikle gerekli olan araştırma ve bilgi toplama çalışmaları internet ortamında daha hızlı ve kolay yapılabilir. Hedef gruplar ve tüketici profilini belirleme ve değerlendirme, çeşitli kamu gruplarıyla karşılıklı etkileşim yaratan interaktif iletişim kurma konusunda İnternet ya da sanal ortam, halkla ilişkilere büyük avantaj sağlamaktadır. Halkla ilişkiler çalışmaları böylece internet ortamında kendisi için gerekli olan tanıma işlevini gerçekleştirebilmekte, aynı zamanda kurumsal web sitesi aracılığı ile kurum ve kuruluşun tanıtımını yapmaktadır.

Daha önceleri gündem belirleme olanağına sahip olan kurum ve kuruluşlar artık bu fırsatı müşteri ya da vatandaş ile paylaşmaktadır. İnternet ortamda gerek kendi web sitesini kurarak, gerekse forumlar ve bloglar aracılığı ile görüşlerini ortaya koyabilen bireyler, gündem belirleme ya da değiştirme olanağı elde etmektedirler. Yazılı medyada tüm okuyucuya aynı enformasyon iletilirken, internet ortamında birey kendi merakı, ihtiyacı ve isteği doğrultusunda mesaj seçmektedir. Dolayısıyla karşılıklı ilişki kurma imkânı sağlayan etkileşimli iletişim günümüzün kaçınılmaz modeli olmuştur. Bu yeni modelden halkla ilişkiler alanı da etkilenmiş, internet ortamında hedef kitlelere yönelik olarak gerçekleştirilen iletişim çalışmaları önem kazanmıştır. Giderek artan bir şekilde belediye yönetimlerinin 'enformasyon ve iletişim' teknolojilerini kullanarak önemli avantajlar sağlamaya çalıştıkları görülmektedir. İnternet, kurumsal web sitesi gibi yaygın enformasyon ve iletişim teknolojisi uygulamaları kamusal nitelikte hizmetler veren belediyelerin gerek hizmet üretme sürecini gerek bunların vatandaşlara ulaştırılması sürecini etkilemiş ve değiştirmeye başlamıştır.

Bir İletişim Aracı Olarak Kurumsal Web Sitelerinin Halkla İlişkiler Sürecinde Kullanılması

Yeni iletişim teknolojileri , iletişimde kullanılan mesajların üretimi, dağıtımı, teşhiri ve depolanması bakımından daha etkili ve verimli yollar sağlayarak halkla ilişkilerin çalışma yöntemlerinde keskin değişimler yaratmıştır. Cutlip vd.'e göre internet, iletişim devriminin en önemli avantajını temsil etmektedir. Dijital dünya, organizasyonların hem kurum içi iletişimini, hem de kurum dışı farklı kamularla olan iletişimlerini değiştirmiştir (1999:285).

İnternet ortamından faydalanarak ve buna dayalı web ortamı olarak özelleştirilen bir uygulamayla kendine ait bir dizi enformasyonu sağlayan kaynaklar web sitesi olarak bilinmektedirler. Karşılıklı etkileşim sağlayan bu ortamdaki özellikle medya ile ilişkiler açısından da azami fayda sağlamak mümkündür. Basın bülten ve bildirimleri, basın kokteyl davetiyeleri, yeni ürün ya da hizmet duyuruları, yıllık finansal raporlar, konuşma ve makaleler, sergi, özel etkinlik, yarışma ve ödül töreni duyuruları, kurum broşür ya da katalogları gibi tüm yazılı ve basılı araçlar web sitesinde yer almaktadırlar. Bütün bu yönleriyle kurumsal web siteleri geleneksel halkla ilişkiler ortam ve araçlarına alternatif oluşturduğu kadar, bu ortamların etkisini destekleyen ve arttıran bir özellik de taşımaktadır. Öte yandan, kriz dönemlerinde kurum ve kuruluşların kendilerini daha rahat ifade etmelerine, gerekli açıklamaları hedef kitlelerine hızla yapabilmelerine de olanak sağlamaktadır. Sanayi çağından enformasyon toplumuna geçişin ardından internet ve web ortamının kullanılmaya başlanmasıyla dünyada sayısız mesaj, büyük kitlelere büyük bir hızla iletilmekte, elektronik posta grupları ve forumlar sayesinde ise iletişimin niteliği ve tarzı değişmektedir.

Web sitesi bir kurumun iletişim programlarının en ucuz ve en etkili elemanlarından birisidir. Hedef kamularla etkili ve verimli ilişki kurabilmek için sitenin bu kitleleri cezbedecek özellikler içermesi ne kadar önemliyse, gereksiz enformasyona yer verilmemesi de o kadar önemlidir. Sitede kamulara açık olarak sunulan enformasyonun istenmedik biçimde kullanılabilmesi düşünülecek olursa, sitede yer alması gereken bilgilerin stratejik önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır (Beard, 2001:47).

Kotler ve Lee'nin belirttiği gibi internet kamu sektörünün kuruluşlarınca yaygın olarak bir iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır, dolayısıyla kamuya enformasyon sağlanan bir ortamdır. Diğer yandan, eğer pazarlama terminolojisi ile düşünülecek olursa bu ortam aynı zamanda bir 'dağıtım kanalı' olarak da işlev üstlenebilmektedir; yani vatandaşların kuruluştan hizmet aldıkları, işlemler yaptıkları, hatta bazen satın alma işlemi yaptıkları bir noktadır (2007:129). Özetle belirtmek gerekirse, internet ve web ortamı iki işlev üstlenebilmektedir: bir iletişim kanalı ve dağıtım kanalı olmak görevleri.

Özellikle kamu kurum ve kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmalarında bir iletişim kanalı/aracı olarak internet ve web ortamlarının önemi Türkiye'de de benimsenmiştir. Bu olanak kamuyu bilgilendirmenin yanı sıra eğitmek ve bilinçlendirmek amacıyla da kullanılabilir. Gerek kurum içi halkla ilişkiler kapsamında çalışanların hizmet içi eğitimleri, gerekse e-devlet uygulamaları açısından kamuoyunun çevrimiçi olarak eğitilmesi olanaklıdır.

Haber bültenleri, kurumsal broşürler, ilanlar gibi tüm yazılı iletişim uygulamaları kurumsal web sitesine taşınabilmekte, kurumsal video film

yayınlanabilmekte ve bu durum enformasyonun dağıtımını geliştirmede belediyelere önemli katkı sağlamaktadır. Newsom ve vd'lerinin ifadesiyle medya olarak karşımıza çıkan internet, orta genişlikte bir izlerkitleye (audience) hitap etmekte, hedef kitleye erişimde orta düzeyden yüksek düzeye kadar değişen aralıkta etkili olmakta, geniş ölçüde enformasyon barındırabilmekte, yine aynı şekilde yüksek bir düzeyde kişiye yönelik uygulama olanağı vermekte, hızlı bir şekilde uygulamaya sokulabilmekte, mesajların yüksek düzeyde kontrol altında tutulabildiği, uzun ömürlü, yüksek bir etkileşime sahiptir. Diğer yandan, hedef kitleye ulaşmak bakımından orta düzeyde bir erişim maliyeti, alışveriş deneyimi sunma yönünden de orta ile yüksek düzey arasında değişim göstermektedir (Hutton vd.den aktaran Newsom vd., 2004: 231). Halkla İlişkiler çalışmalarında internet ve web sitesi kullanımı neredeyse engel tanımaz bir şekilde yaygınlaşmıştır. En büyük ticari şirketlerden en küçük kâr amaçsız kuruluşlara kadar büyük oranda kendi web sitelerine sahiptirler. Böylece, kurumsal web sitesi kuruluşun kendi hedef kitlesine görünen ilk yüzü olmaktadır. Halkla İlişkiler bölümlerinde çalışan internet ve web uzmanları da çok büyük ölçüde artmıştır (Seitel, 2001:299).

E-Devlet, E-Belediye Kavramlarının Gelişimi ve Belediyelerde Kurumsal Web Sitesi Kullanımının Yaygınlaşması

Diğer yandan, Kotler ve Lee'nin ifade ettiği 'dağıtım kanalı' rolünü üstlenen internet ve web ortamlarının kamu kuruluşlarının hizmetlerini verimli ve etkili hale getirmesindeki önemini ön plana çıkaran yaklaşım da kendine bir yer bulmuştur. Kamu yönetimi günümüzde artan ihtiyaçlara daha hızlı ve daha az maliyetle cevap verilebilmek için interneti ve onun sağladığı elektronik ortamı en etkin biçimde kullanmaktadır. Günlük yaşamımıza girmiş olan "e-devlet" olarak ifade edilen elektronik devlet terimi; temel olarak kamuya hizmet verilen alanlarda enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kullanılması yoluyla daha şeffaf, vatandaşa daha yakın, daha ucuz ve daha iyi çalışan bir idari yapıyı temsil etmektedir. Bir başka ifadeyle e-devlet terimi, kamu yönetimindeki yenilikler ve modernleşme çabaları için uygulanan çeşitli çalışmalar ve teşebbüsler için kullanılmaktadır. Her gün karşımıza çıkan e-devlet uygulamaları, çeşitli kamularla devletin elektronik ortamda birebir iletişim kurmasına olanak sağlamaktadır. Halkın kamu hizmetlerine ve kendisine gerekli olan enformasyona kolaylıkla erişebilmesi ile devlet de vatandaşa karşı olan sorumluluklarını daha iyi yerine getirmesini sağlamakta ve bu durum kurumsal algılamada olumlu etki yaratmaktadır.

Bir tanıma göre ise e-devlet, kamu yönetiminin daha çok vatandaş merkezli bir yapıya kavuşturulmasıdır. Başta bilgisayarlar gibi bilgi teknolojisi araçları ve internet gibi iletişim teknolojisi araçları, kısaca teknoloji, bu çabada kullanılan sadece birer araçtır (Aktaş, 2004). Genel olarak internet ortamının en hızlı gelişen alanlardan birisi de e-devlet uygulamalarıdır. Bu kavram

çerçevesinde uygulamaya konulan çalışmalar arasında kurumsal web sitesini devreye sokmak da vardır. E-devlet uygulaması her ülkenin yönetim yapısına göre mevcut merkezi yönetim kuruluşları ve/veya yerel yönetim kuruluşlarını kapsamaktadır.

Dünyada bir çok vatandaş pek çok farklı ihtiyaç ve amaçlar için olduğu kadar en çok, resmi devlet işlemlerini gerçekleştirmek, sağlık konusunda enformasyon almak, turizm amaçlı bilgi edinmek, resmi istatistik sonuçlarını görmek gibi konular için devlet kurumlarının web sitelerini ziyaret etmektedirler. Örneğin, 2003 yılında ABD’de yapılan bir araştırmaya göre, araştırmaya katılan vatandaşların % 59’u her gün bir yerel yönetimin web sitesine çeşitli ihtiyaçları ve sorunlarına çözüm aramak için girdiklerini söylemişlerdir (Hart-Teeter 2003).

Enformasyon toplumunun kent yaşamı da kendi içinde kurallarını oluşturmuştur. Bireyler genel olarak yerel yönetimler, özellikle de belediye yönetimleri üzerinde planlı ve programlı faaliyetlerin yürütülmesi konusunda baskı oluşturmaktadırlar. E-devlet uygulamalarının getirdiği şeffaflık, enformasyona erişimde yaratılan kolaylıklar, belediye yönetim ve hizmetlerinden de beklenmektedir. Böylece e-belediye kavramı da elektronik devlet uygulamaları içinde kendine ait alanı kastetmek üzere ortaya çıkmıştır. Enformasyon çağının gerektirdiği kent yaşamına uygun planlı ve programlı faaliyetler konusunda kişi ve kurumların yerel yönetimlerden beklentileri sürekli artmaktadır. Bu bağlamda sürekli gelişen bilişim teknolojileri, tüm yerel yönetim kuruluşlarının daha etkin, verimli ve çok yönlü hizmetler sunabilmeleri için çeşitli olanaklar sunmakta, problemlere uygun çözümler getirmektedirler.

İnternetin diğer uygulamaları ile birlikte kurumsal web sitesi yönetimi bir arada kullanılarak gerek iletişim kanalı, gerek dağıtım kanalı olma işlevi birbirlerine yaklaştırılmışlardır. Aslında ticari sektörde olduğu gibi halkın en çok ilişkide bulunduğu belediyeler de hizmet kalitesini, verimini ve hızını arttırmak amacıyla enformasyon teknolojilerini yoğun biçimde kullanmaya başlamışlardır. Vatandaşın katılımcı olduğu, karşılıklı uzlaşmaya ve bilgiye dayalı bir sistem, yerel yönetimlerin itibarını olumlu etkilemekte, siyasal oy kapasitelerini yükseltmektedir. Gerek merkezi idarenin, gerek yerel yönetim kuruluşlarının zaman içinde karşı karşıya kaldığı bir diğer gelişme de internet ortamında sağlanan seçim dışı katılımcı demokrasi taleplerinin gelişmesi ve çeşitli uygulamalarının görülmeye başlamasıdır. Bu gelişme, e-demokrasi adıyla ifade edilmekte ve e-devlet kavramının içinde barındırdığı iki temel nitelikten biri olan etkili hizmet anlayışından ayrı olarak vatandaşın katılımı anlayışını temsil etmektedir.

Belediyelerde internetin ve web ortamının kullanılması, halkla ilişkiler çalışmaları açısından hiç şüphesiz artık bir gereklilik haline dönüşmüştür. Öyle ki, artık vatandaşlar belediye ile olan işlemlerini elektronik ortamda geçmişin klasik

yollarına göre kolayca gerçekleştirebilmekte, yine kendisini ilgilendiren konularda belediyenin web sitesinden bilgi alabilmekte, internetin etkileşimli özelliği sayesinde belediye ile karşılıklı etkileşim içine girmektedirler.

Belediyelerin internet ve web sitesi kullanımıyla vatandaşlarla paylaştığı belge ve enformasyonun yanı sıra bir çok interaktif işlem olanağı bulunduğu bilinmektedir. Tüm bu işlemler ve hizmetlerin kamusal hizmet niteliği taşıması nedeniyle hem yüksek güvenilirlik, hem yüksek kalitede olması gerekmektedir. Web siteleri üzerinden sağlanan bu hizmetlerin belediyelere uzun vadede maliyet düşürücü etki yaratması beklenmektedir. Web sitelerinin tasarlanması ve hizmete sokulmasında öncülük eden ticari sektörün müşteri odaklılık anlayışının belediyelerin web sitesi anlayışına başlangıçta etki etmediği fakat ikinci kuşak web sitelerinde belediye-vatandaş etkileşimine kapı aralandığı görülmektedir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin sağlayabildiği en önemli avantaj tüm kamu sektörü kurumlarının birbirleriyle ve sosyal paydaşlarıyla bir şebeke/ağ oluşturabilmeleridir. Ancak bu tür bir modelin henüz görülmediği söylenebilir. Nitekim genellikle dünyadaki örneklerinde görüldüğü gibi Türkiye’de de belediyeler tek başlarına kurumsal web sitesi yayını yapmakta, küçük çaplı bile olsa ilgili bir şebeke oluşturmamaktadırlar. Gerçekten de kamu sektöründe e-devlet kavramı ortaya atıldıktan sonra genel anlayışa göre kamu kuruluşlarının internet üzerinden web sitesi aracılığıyla hizmet vermeye başlaması yeterli sayılmıştır. Böylece belgelere, enformasyona ve veri tabanı kayıtlarına vatandaşın dışarıdan erişimi sağlanmıştır. Bu işlem günün yirmi dört saati yapılabilmektedir. Kimi işlemler ve hizmetler etkileşimlidir. Kamu hizmeti sağlamanın yeni aracı olarak oldukça önem taşımaktadırlar.

Dünyada kamu sektörünün enformasyon ve iletişim teknolojilerine yönelişinin ardındaki önemli etkenlerin başında kurumsal harcama/giderlerin düşürülmesi ve eldeki yetersiz kaynakların kullanımında ekonomik bir çözüm getirmesi beklentisi bulunmaktadır. Geçmişte bireysel enformasyon amacı doğrultusunda başvuru web ortamlarının günümüzde kollektif bir katılımcılığa yönelebildiği görülmektedir. Özellikle belediye yönetimlerinin e-devlet ve bunun tamalayıcısı olarak e-demokrasi kavramı altında hayata geçirmesi gereken bu tür uygulamalar akademik çevrelerce sık sık dile getirilmektedir.

Belediye yönetimlerinin sık sık dile getirip şikayet ettikleri yüksek miktarda hizmet talebine karşılık yetersiz kaynaklara sahip oldukları yakınmalarının önemli bir kısmının internet ve web sitesi üzerinden yapılan işlemlerle azaltılabileceği beklenmektedir. Bu uygulamalar belediye hizmetlerinin görülmesi sırasında çok daha uygun çalışmak, vatandaş taleplerine yönelik olmak, maliyetleri düşürmek ve geribildirimlerden yararlanmak amacıyla kullanılabilir. İnternet ve web sitesi belediyelerin vatandaşlarla ilgilenme tarzlarını, ticari kurum ve kuruluşlarla ilişkilerini, diğer kamu birimleriyle ilişkilerini, belediye içi yönetim süreçlerini ve kendi çalışanlarıyla etkileşim süreçlerini etkileyip değiştirmeye başlamıştır. Bir

başka gelişme de Avrupa Birliği'nin 'eEurope 2000' olarak adlandırılan yenileşme politikaları kapsamında kimi ülkelerde hayata geçirilen 'Eylem Planları'nın yerel yönetim kuruluşlarını vatandaş-devlet etkileşiminde bir ön büro olarak konumlandırmış olmalarıdır.

Belediyelerin internet ve kurumsal web sitesi kullanımı yoluyla çevrimiçi kamu hizmetleri çerçevesinde ne yapabilecekleriyle ilgili potansiyeller şunlardır (Anselmi vd., 2002):

1. Enformasyon sağlayan portalların kullanıma sokulması – böylece vatandaşlar web sitesini kullanarak ücretsiz olarak ilgili enformasyonları elde edebilmektedir.

2. Hizmet portallarının kullanıma sokulması – böylece kamu hizmetlerinin vatandaşa ulaştırılmasında çevrimiçi yollar kullanılmakta ve enformasyon aktarımı, hizmet taleplerinde etkileşim, alışveriş işlemleri bu şekilde yürütülebilmektedir. Bu hizmet portalları da dört kategoriye ayrılarak sunulabilmektedirler; vatandaşlar için yapılan hizmetler, girişimciler ve ticari kurumlar için verilen hizmetler, işgörenler için verilen hizmetler ve sertifikalandırma hizmetleri.

3. Kamu hizmetlerinin görülmesi ve vatandaşların katılımının artırılması için 'yerel sivil ağ' oluşturulması – böylece aynı bölgede oturan ve ortak nitelikte hizmet beklentisi bulunan vatandaşların birbiriyle iletişime geçebilmesi, ihtiyaçların ve bunların niteliklerinin belirlenebilmesi, belediyenin yönlendirici danışmanlığından yararlanılması yoluyla vatandaşın kendi içinde bir platform oluşturulmasının sağlanması.

4. Vatandaş-yönetim etkileşimi amaçlı e-posta platformu ve sanal tartışma forumları yürürlüğe konması – böylece belediye ile vatandaşların her biri arasında kısa süre içinde sonuçlanabilen bir etkileşim süreci yaratılması.

Bir e-devlet uygulaması olarak belediye web sitelerine vatandaşların duyacağı güven önemli bir meseledir. Genellikle vatandaşların kullandıkları web sitesi ortamından memnun kalmalarıyla başladığı kabul edilen güven unsurunu tamamlayan alt bileşenler de incelemeye alınmaktadırlar; web sitesindeki işlemlerde vatandaş odaklı bir bakış açısı, şeffaflık ve etkileşimlilik üç temel öge olarak ileri sürülmektedirler. Bu çerçevede yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, vatandaşların kamu kurumlarının web sitesini kullanmaya başlaması adımı eğer kullandıkları web sitelerinden memnuniyetle sonuçlanıyorsa genel olarak e-devlet anlayışından da memnuniyet duydukları görülmektedir (Welch vd., 2004:371-391). Araştırmacıların ortaya koydukları bir nokta ise, vatandaşların elektronik enformasyon edinme olanakları ve bu fikirden (başka bir deyişle şeffaflık uygulaması) memnun olmalarına karşılık kullandıkları bu web sitelerinin etkileşimliliği ve bu ortamda yaptıkları elektronik işlemlerden bazı memnuniyetsizlikler söz konusudur. Kamu kurumlarının web sitelerini kullananlar belki de kritik bir önem taşıyan müşteri gibi görülmebilirler, fakat onlar talepleri ve hakları olan vatandaşlardır.

Web sitelerinin kamu kuruluşlarında kullanıma sokulması, bu kurumlara karşı uzun bir süredir yükselen güven kaybı sorununa yanıt getirebilmektedir. Özellikle vatandaş ile kamu arasındaki algısal mesafe, vatandaşla kamu kuruluşları arasındaki enformasyon edinme açığı bu güven kaybının temel etkenlerinden gibi görünmektedir. Bu çerçeveden bakılarak bazı akademisyenler eğer enformasyon ve iletişim teknolojileri uygun bir şekilde kullanılabilirlerse taraflar arasındaki bu mesafe ve eksikliği giderebilir görüşündedirler (Welch vd., 2004:371-372). İnternet ve internet üzerinden yürütülen web sitesi uygulamaları bu potansiyelin hayata geçirilmesi olarak belirtmektedirler. Ancak bu potansiyelin kamu kuruluşlarınca kullanımı sırasında yöneltilecek bazı eleştiriler bulunmaktadır. Vatandaşların kendilerinin dahil olması gereken kamusal meselelere ve hizmet verme süreçlerine katılımı için olanak bulunmasına karşın, uygulamaların pek azında bunlara yer verilmektedir (Welch vd., 2004:372). Bu da göstermektedir ki internet ve web sitesi potansiyelinin ağırlıklı olarak tek yönlü iletişim akışı stratejisi kabul edilmiş, iki yönlülük kapasitesi söz konusu olmamıştır.

Rainey'in 1997'de yayımlanmış olan araştırmasına göre, vatandaşlar genellikle kamu kuruluşlarının performansları hakkında yanlış enformasyon ve yargılara sahiptirler. Örneğin, ABD'de birçok kişi Sosyal Güvenlik İdaresi'nin harcamalarının devletin tüm idari harcamalarının yarısını oluşturduğuna inanmaktadırlar. Oysa bu oran gerçekte %1.3'tür (Bkz. Welch, 2004:375). Weber ve Murray'in yapmış olduğu bir tarama araştırmasında ortaya konulduğu üzere elektronik demokrasi kavramı çerçevesinde iki temel soru günceldir: "Çevrimiçi kullanıcılar/katılımcılar kimlerdir, profilleri nedir?" ve "Vatandaşlara sunulan çevrimiçi olanaklar nelerdir, nereye kadar uzanmaktadır?" Araştırmacıların ortaya koyduğu sonuçlara göre yerel yönetimlerin vatandaşlar için enformasyon ve çevrimiçi hizmetler sağlamada oldukça yol almış oldukları ve bunları çoğunlukla başarılı bir şekilde yerine getirdikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra, internet ve web sitesi kullanımının bir iletişim ve etkileşim aracı olarak tüm potansiyelinden yararlanmaktan ve haberdar olmaktan oldukça uzaktırlar (Bkz. Welch, 2004:375-376). Gerçek bir etkileşim ve iletişim süreci için vatandaş-belediye arasında katılımcı bir elektronik ortam sağlanması gerekmektedir. Nitekim Stayaert bundan yoksun bir ortamda vatandaşların bir çeşit müşteriye indirgenmiş olduklarını, aslında teknolojinin elinde bulunan potansiyelin göz ardı edildiğini belirtmektedir (Bkz. Welch, 2004:376).

İnternet üzerinden sağlanan uygulamalar çok kısa bir süre içinde örgütsel çapta iletişimin esas araçlarından biri haline almıştır. Daha önce yapılmış olan bir çok inceleme, internetin ve kurumsal web sitelerinin halkla ilişkiler aracı olarak önemini göstermişlerdir. Bunların bazıları da kurumsal sorumluluklara ait iletişim faaliyetini sürdürmede kurumsal web sitelerinin artan bir öneme sahip olduğunu belirtmektedirler (Bkz. Capriotti ve Moreno, 2007:84-91). İnternet ve web sitesi, kuruluşun hedef gruplarıyla etkileşimli bir ilişki kurmasına olanak tanımaktadır.

Halkla ilişkiler çalışmalarının bir parçası ve aracı olarak web sitesi tasarımında ve uygulamalarında iki temel biçim olduğu görülmektedir. İlki, web sitesinin bir enformasyon yayma aracı olarak görülmesi ve buna uygun biçimde tasarlanmasıdır. Diğeri ise enformasyon yayma görevinin yanı sıra kuruluş ile hedef grupları arasındaki ilişki düzeyini geliştiren karşılıklı etkiye açık bir yapıda tasarlanmasıdır. Birinci biçimde etkileşim düzeyi oldukça düşüktür, tek yönlü aktarıma odaklanmıştır, asıl amaç kurumsal enformasyonun yayılması ve kullanıcıların gözündeki imajın geliştirilmesidir. İkinci biçimde ise etkileşim derecesi yüksektir, iki yönlü iletişim akışına odaklanır ve böylece gerçek iletişimin kolaylaştırılmasını amaçlar, etkileşim ve diyalog yoluyla taraflar arasındaki ilişkiyi oluşturmak ve geliştirmek istenir (Capriotti ve Moreno, 2007:85). Moon da (2002), kamuoyu ile yerel yönetimler arasındaki ilişkide e-devlet uygulamalarının kapasitesinin olumlu yönü üzerinde durmaktadır.

Kurumsal Web Sitesinde Bulunması Gereken Temel Özellikler

Tüm dünya ile hızlı, kolay ve ucuz iletişim kurmayı sağlayan elektronik ortamda, kurum ve kuruluşlar kendilerini kurumsal web siteleri aracılığı ile tanıtmaktadırlar. Bir web sitesinin nasıl olması ve bu sitede hangi türden enformasyonun yer alması gerektiği konusu sektöre ve ihtiyaçlara göre farklılıklar gösterse de, genel olarak bir web sitesinin hangi temel öğeleri barındıracağına ilişkin ortak görüşler mevcuttur.

Yapılan araştırmalara göre (Levine, 2000) kurumsal web sitesi;

- Görsel açıdan çekici olmalıdır.
- Kullanılması kolay olmalıdır.
- Eğlenceli olmalıdır.
- İlgi çekebilmelidir.
- Kısa sürede indirilebilir olmalıdır.
- Tüm hedef kitlelerin bekledikleri enformasyonu sağlamalıdır.
- Etkileşim yaratmalıdır.
- Sık güncellenmeli, gereken değişiklikler yapılmalıdır.
- Verilen sözler tutulmalıdır.

2003 yılında 84 büyük dünya kentinin web sitelerinin incelendiği, dünyada yapılmış en kapsamlı e-belediyeçilik araştırmasının web sitesi değerlendirme kriterleri 5 temel unsurdan oluşmaktadır (New Jersey State University & Sungkunkwan University, 2003). Bunlar;

- Güvenlik ve Gizlilik
- Kullanışlılık
- İçerik
- Hizmetler
- Vatandaş katılımı

Moon (2002), e-devlet uygulama modellerini kategorize etmek amacıyla kamu devlet kurumları için web sitesi değerlendirme kriterleri ortaya koymuştur. Bu kriterler: enformasyon dağılımı, çift yönlü iletişim, hizmetler, bütünlüşme ve siyasi katılım'dan oluşmaktadır. Holzer ve Melitski (2003) ise bu kriterlere "güvenlik" faktörünü eklemişlerdir.

Syracuse Üniversitesi'nden Dwyer ve arkadaşları, 1999 yılında ABD'de belediyelerin web sitelerini incelemeye aldıkları çalışmalarını, 2002 yılında gözden geçirerek, belirledikleri değerlendirme kriterleri çerçevesinde olumlu yönde bir değişiklik olup olmadığını araştırmışlardır (Dwyer vd, 1999). Araştırmacılar, bir Belediyenin web sitesi değerlendirmesini 7 farklı kategoride ele almışlardır. Bunlar;

- İçerik (Bütçe, toplantı ve hizmetlerle ilgili bilgiler, e-posta ile geri bildirim sağlama, belli bir konuyla ilgilenen kişiye ulaşma bilgileri, belli bir konuyla ilgili linkler)
- Sayfa Tasarımı (Site konulara göre başlıklar verilerek mi tasarlanmış?, Belli bir enformasyona ulaşmak için düzenlenmiş link sayısı nedir?)
- Sayfa düzenlemesi (Sayfanın genel olarak düzenlenme şekli [ilk bakışta görünüşü sade mi, yoksa karmaşık mı], Grafik ve metinleri rahat görme ve okuma olanağı)
- Sayfanın güncellenme sıklığı
- Webmaster (Web sitesinden sorumlu kişinin iletişim bilgileri)
- Grafik ve linklerin çalışma düzeni (Sitede grafikler kolay ve hızlı indirilebiliyor mu, linkler çalışıyor mu?)
- Arama motorlarında kayıt (Yahoo, ya da Google'a belediyenin ismini ya da anahtar bir sözcük yazarak ilk tıklamada ulaşmak mümkün mü?)

Seitel da web sitesi yönetiminde dikkat edilmesi gereken unsurları şöyle belirtmektedir (2001:307):

- Süresi dolmuş link bulundurmamak
- İletişim bilgileri ve yollarını açıklamak, mümkün kılmak
- Enformasyonun sayfaya gözün okuma yönü doğrultusunda yerleştirilmesi
- Doğru renk kullanımı
- Kullanım kolaylığı sağlamak
- Sitenin var oluş amacını doğru saptamak

Bir iletişim aracı olarak halkla ilişkiler amaçlı kurumsal web sitesinin öncelikle enformasyon veren, etkileşime açık bir yapısı olmalı ve sitenin kullanımını sağlamak için de görsel tasarımı yönünden nitelikli kılınarak çok yönlü bir 'kullanıcı dostu' olmak zorundadır. Çalışmamızın kapsamı bakımından belirtmek gerekirse, bir belediyenin sosyal paydaşlarına enformasyon akışını sağlayacak web sitesinin tasarım yönünden kullanıcı dostu olması, hem bu işlevini kolaylıkla yansıtmayı, hem estetik ve algısal yönden yeterli olmasını

gerektirecektir (Bkz. Haig, 2000). Örneğin renk körlüğü bulunanlar için kırmızı ve yeşil kullanmanın isabetsizliği de en azından görsel algılama nedeniyle göz önünde bulundurulur (http://www.jessett.com/web_sites/design/index.shtml).

Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitelerinin Ana Sayfalarının Karşılaştırmalı İncelenmesi

İki web sitesinin ana sayfaları Haziran 2007 ve Ağustos 2007’de on beşer günlük iki ayrı periyodla incelenmiştir. Bulgular tablo üzerinde gösterilmiş, açıklamaları da ilgili yerde yapılmıştır. İnceleme kuruluşların www.london.gov.uk (LBY) ve www.ibb.gov.tr (İBB) web adreslerinde ana sayfaları yönünden yapılmıştır.

Konu, Amaç ve Sınırlar

Bu çalışmada, iki metropol kentin belediyesi olan İstanbul ve Londra Büyükşehir Belediyelerinin kurumsal web sitelerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Bu incelemede, iki farklı sitenin birbirleriyle benzerlik farklılıkları ile web sitesi tasarımı yönünden ölçütlere uygunluğu belirlenmek istenmektedir.

Literatürde de görüleceği gibi, bir kurumsal web sitesi gerek tek yönlü (statik bir yapıda olmasa bile), gerek iki yönlü (etkileşimli) işletilebilmektedir. Kullanıcının yapacağı tüm katkılar, soru ve cevaplar etkileşimli/iki yönlü iletişim modeli olarak ifade edilmişlerdir. Ayrıca Kotler ve Lee’nin ifade ettiği gibi bir web sitesi hem iletişim kanalı (dolayısıyla en azından enformasyon sağlayan bir kaynak) olabilmekte, hem de pazarlama terimiyle söylendiği gibi kamu kuruluşlarının hizmet ve işlemlerinin vatandaşlara ulaştırıldığı bir ‘dağıtım kanalı’ (dağıtım yeri/noktası) olabilmektedir. İncelememiz dağıtım kanalı (e-devlet uygulamaları) yönünü kapsamamaktadır. Yine literatürde belirtildiği gibi, kurumsal web sitesi tasarımında ana sayfa ilk adımı oluşturur; kullanıcıyı siteye çeker ya da çekmez. Bu zorunluluk nedeniyle de kullanıcı dostu bir tasarımla etkileşim sürecinin devam etmesinin yolunu açması gerekir. Ana sayfa, bir web sitesinin ilk izlenimini verir ve ilk enformasyon kaynağı olarak rolü önemlidir. İncelemede iki web sitesinin yalnızca ana sayfaları karşılaştırılmış ve inceleme konusu ‘bir enformasyon kaynağı olarak web sitesinin tasarım boyutu’ ile sınırlandırılmıştır.

Metod

Bu çalışmanın inceleme bölümünü oluşturan iki ayrı büyükşehir belediyesinin web sitesi ana sayfalarının karşılaştırılmasında niteliksel bir yöntem izlenmiştir. Niteliksel yöntemin dünya görüşü olarak bilinen ‘yorumlamacı’ yaklaşım ve yine niteliksel yöntemin temel kuralları olarak bilinen araştırma nesnesine mesafeli yaklaşıma, niteliksel örneklem seçimi, alternatifli sorgulama,

betimleme ve kavramsallaştırma (Bkz. Strauss ve Corbin, 1998; Daymon ve Holloway, 2001) bu incelemede göz önünde bulundurulmuştur.

Bu inceleme göstergebilimsel çözümlene, içerik ya da metin çözümlenmesi olarak tasarlanmamıştır. Web sitelerinin incelenmesi sonucunda elde edilen veriler ve değerlendirilmesi niceliksel değil, nitelikselidir. Bulgular bu niteliksel verilere dayalı betimleyici ifadelerdir.

İncelemeye alınan Londra Büyükşehir Yönetimi* (LBY) ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB); iki metropol kentin öncelikle 'aykırı durum örnekleme'ne uygun düşebileceği öngörüsünden yola çıkarak ve ayrıca 'ölçüt örnekleme' (bkz. Yayınoğlu, 2005:87) yönünden de ele alınarak seçilmişlerdir. Bu nedenle, literatür incelemesi sonucunda saptanmış olan ve web sitesi tasarımı yönünden bulundurulması önerilen koşullar ölçüt olarak alınmıştır. Bu iki kent bir yerel yönetim kuruluşunca idare edilmektedirler, popülerdirler, çok büyük nüfus barındırmaktadırlar (Londra, 7 milyon; İstanbul, 12 milyon civarında) ve uzun süredir kendi kurumsal web sitelerine sahiptirler. Bu temel nitelikler karşılaştırma yapma açısından ortak zemini sağlamakta, diğer yandan da iki farklı toplumdaki farklı özelliklere göre şekillenen uygulamaları karşılaştırma potansiyeli sunmaktadır.

Ölçütlerin oluşturulmasında öncelikle internet ve web sitesi literatüründe açıkça sıralanan 'bulunması gerekli nitelikler' listelerinden yararlanılmış ve ikinci adım olarak bunlar arasından da halkla ilişkiler amaçlı enformasyon kaynağı olarak bulundurulması gerekenler irâdi olarak seçilmiştir. Üçüncü adımda ise bu ölçütler (web sitesinde bulunması gerekli nitelikler) önce birbirleriyle ilişkileri yönünden sınıflandırılmış, daha sonra da yine literatürden yararlanılarak bu sınıflandırmaları ifade eden isimler konularak (etiketleme işlemi) 'bir enformasyon kaynağı olarak web sitesinin tasarım boyutları' olarak belirlenmişlerdir. Diğer bir deyişle, seçilen bu ölçütler, amacımıza uygun olarak ana sayfa tasarımında temel olarak bulunması gereken boyutları oluşturan bileşenlerdir. Kategorileştirme sırasında yapılan işlem gereğince her bir boyut (kategori) doğal olarak çeşitli bileşenlerden oluşmuştur. Ölçütlerin nasıl olmasının beklendiği ile ilgili açıklamalar bulguların sunulduğu bölümde ilgili yerlerde belirtilmiştir.

Kullanılan boyutlar ve bileşenleri şöyledir:

- *Kullanım Kolaylığı* Boyutu – site haritası bulundurma, çevrimiçi hizmetler menüsü bulundurma, site içinde arama motoru bulundurma, link sayısı ve görünürlükleri, sitenin indirilme süresi, indirilebilir dosyalar bulundurma.

* Orjinali; Greater London Authority. Bu ifade, kurumun kendi web sitesinin Türkçe sayfalarında (<http://www.london.gov.uk/languages/turkish.jsp>) 'Büyük Londra İdaresi' olarak çevrilmiştir. Londra kent yönetimi 'belediye' olarak ifade edilmemiştir. Biz burada çevirinin ruhuna sadık kalarak fakat daha iyi bir Türkçe ifade olması bakımından 'Londra Büyükşehir Yönetimi' olarak kullanılmaktayız.

- *Görsel Çekicilik* Boyutu – ana sayfa arka plan (fon) tasarımı ve okunabilirlik özelliği, fontların kullanımı, sadelik, kısalık ve netlik.
- *Bilgilendirici Olma* Boyutu – kuruluşa ait enformasyon bulundurma, basın odası bulundurma, kuruluşla iletişim/temas bilgileri bulundurma, sıkça sorulan sorulara yer verilmesi, şehir rehberi bulundurulması, ilgili başka linkler bulundurulması, haberler ve duyurulara yer vermesi, başka dil seçenekleri bulundurulması.
- *Eğlenceli ve İlginç Olma* Boyutu – animasyon ve grafik bulundurma, misafir defteri, soru-cevap, anket, oylama vb. bulundurma, canlı kamera yayını, video/müzik/oyun vb. bulundurma.
- *Güncellik* Boyutu – güncel enformasyon, güncelleme sıklığı.

Aşağıda, Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi web sitelerinin 2 Haziran 2007 tarihli ana sayfaları örnek olarak verilmiştir.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kurumsal Web Sitesi Ana Sayfası

tr.tr-TR/AnaSayfa

İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

BAŞKANIN PROGRAMI

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı Kadir Toprakçı'nın günlük programını görmek için tıklayınız.

GÜNÜN PROGRAMI ▶

MORAL BUL İSTANBUL

ÖSS Öncesi Moral Festivali

HABERLER

Merkezefendi Geleneksel Tıp Festivali başladı

Zeytinburnu Belediyesi tarafından düzenlenen "Merkezefendi Geleneksel Tıp Festivali" bugün mesir macunu dağıtımıyla başladı.

İBBWEB 01.06.2007

İSTANBUL HARİTASI

İstanbul Haritasını kullanarak Adres, Yür. Yolu Analizi ve İETT durak araması yapabilirsiniz.

İLAN - REKLAM

Çeltiler Müdürlüğü Mükellef Rehberi Reklam Yönetmeliği

- Sorgulama
- Siparişleme
- Edeme

2 Haziran Cumartesi

02.06.07 02:20 İSTANBUL

73° 2 km/s

13 km

15°C 13.4 rütub 99.68

ÜYE GİRİŞİ

Kullanıcı Adı Şifre

Şifremi Unuttum | Üye Olmak İstiyorum

BASIN BÜLTENLERİ

- ▶ İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin Levent'teki İETT Garajı Arazisi İçin Düzenlenen İhaleyle İlişkin Açıklaması
- ▶ 'Köln Kultur Günlere' Başlıyor
- ▶ Eski İETT arazisi ile ilgili açıklama

İstanbul 2007 Etkinlik

TIKLAYINIZI..

İstanbul'un değişik yerlerinden

13 Kamerayla canlı görüntü

ÖSS - OKS Deneme Sınavları ve Bilgilendirme

2007 Ömranıy İzci Yaz Kampı Ön Kayıt Giriş

AFET KOORDİNASYON MERKEZİ

Edirnekapi-Sultançiftliği Hafif Metro'su Ağustos ayında hizmete giriyor...

Edirnekapi-Sultançiftliği Hafif Metro Hatlında kontrol amaçlı ilk

İETT ile 'Piknikli Günlere' 2 Haziran'da başlıyor...

İETT'nin yaz aylarında mesire yerlerine düzenlediği piknikli



İSTANBUL AS YOLUNDA



SOSYAL TESİSLER



YATIRIM PROGRAMI



İBB YÖNETİM ŞEMASI



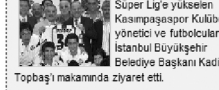
PERFORMANS PROGRAMI



SANTİYE KAMERALARI

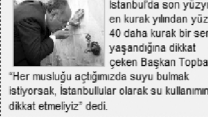
Saatte 25 bin yolcu taşıma kapasiteli hatın tamamının Ağustos ayında hizmete alınması planlanıyor.

1. Lige yükselen Kasımpaşa'dan Başkan Topbaş'a ziyaret...



başlıyor. Her yıl tekrarlanarak geleneksel hale getirilen seferlere İstanbulluların bu yıl da büyük ilgi göstermesi bekleniyor.

Başkan Topbaş'tan 'su tasarrufu' çağırısı...



İLGİLİ HABERLER

- Büyükşehir Zabıta'dan koordinasyon toplantısı
- Zabıta Tüketici Hakları seminerleriyle Yeniköy'de...
- "Köln Türk firmaları olmaksızın düşünülemez"
- Tataristan Kültür Günleri başlıyor...
- 'İstanbul Deri Moda Fuarı' açıldı
- Büyükşehir Dünya Çevre Gününü kutluyor
- Ümraniye İzcı Kampı'nda 21 branşta eğitim...
- İBB Memur Sınavı...
- Zabıta Memuru sınavı...
- Zabit Futbol Turnuvasında final heyecanı...



| |
|--------------------------------|
| BELEDİYE MECLİSİ |
| BELEDİYE ENCÜMENİ |
| BEYAZ MASA |
| BİLGİ EDİNME BAŞVURUSU |
| EVDE SAĞLIK HİZMETİ BAŞVURUSU |
| EVRAK TAKİBİ |
| FENNİ SİCİL MÜRACAATI |
| HAL VE BALIK FİYATLARI |
| HAVA KALİTESİ |
| İDO ON-LİNE BİLET SATIŞI |
| İDOŞ ON-LİNE ŞUBE |
| İMAR PLANI İLANLARI |
| INVESTMENT PORTAL |
| İSKİ E-ÖDEME |
| İSTANBUL ÇEVRE DÜZENİ PLANI |
| İSTANBUL VE DEPREM |
| İSTANBUL İTFAİYESİ |
| İŞYERİ AÇMA/ÇALIŞMA RUHSATI A |
| KADIN KOORDİNASYON MERKEZİ |
| KÜTÜPHANELER VE MÜZELER |
| KÜTÜPHANE KİTAP KATALOĞU |
| STRATEJİK PLANLAMA |
| SOSYAL TESİSLER VE KOŞKLER |
| SPOR TESİSLERİ |
| ŞEHİR TİYATROLARI |
| TOPLU KONUT PROJELERİ |
| TOPLU ULAŞIM HİZ. FAALİYETLERİ |
| UKOME KARARLARI |

Londra Büyükşehir Yönetimi Kurumsal Web Sitesi Ana Sayfası

Adres <http://www.london.gov.uk/>

LONDON

Search Search Mayor of London Search

2008 LONDON 2012



güncel

[Home](#) | [About](#) | [City Hall](#) | [Contact](#) | [FAQ](#) | [Help](#) | [Jobs](#) | [Site map](#) | [Directory](#)

[London Life](#) | [Mayor of London](#) | [London Assembly](#) | [Media Centre](#)

The Londoner wins award



[The Mayor of London's newspaper wins top award for journalism](#)

The Londoner, the monthly free newspaper published by the Mayor of London, has won the Journalism Award in the council publication section at the annual Good Communications Awards.

[View a list of all previous news items that have appeared in this space.](#)

Get sporty!



Sporting facilities and venues across the capital are taking part in London Summer of Sport. Many of the events are free, so this is an opportunity for Londoners to participate in all sorts of sports, and a great chance to try a new sport.

More news

[Mayor welcomes new campaign to help rape and sexual assault victims](#)
1-6-2007

[Mayor takes concerns about London's waste to European Commission](#)
30-5-2007

[London Mayor issues appeal for end to Pride ban after arrests and violence in Moscow](#)
28-5-2007

[Remarks about Israeli Ambassador 'demean London Assembly' says Deputy Mayor](#)
28-5-2007

GLA Group

Rise Youth Slam

Green record

Updates

GLA Group

Rise Youth Slam

Green record

Updates

**LONDON
LONDON
LONDON
LONDON
LONDON**


 [News feeds](#)
[Tour de France](#)[The Londoner](#)[Abolition of the Slave Trade](#)[Protecting free travel for young Londoners](#)[Congestion Charge](#)[Young London](#)[Wildweb](#)[Your views](#)[Webcasts](#)[Tenders](#)[Events calendar](#)

[Further information and links to the GLA Group websites are available](#)

Greater London Authority
London Development Agency
London Fire and Emergency Planning Authority
Metropolitan Police Authority
Transport for London

As part of the [Rise Londonwide Youth Slam Championship 2007](#) over forty young performers are preparing to take London's City Hall by storm for the semi-finals on 5 and 6 June 2007.

The Mayor has responded to [journalist Andrew Gillian's claims](#) in the Evening Standard of 16 May 2007, who has challenged the record of the Greater London Authority on the environment.

[Terms and conditions](#)[Accessibility](#)[Privacy](#)[Freedom of information](#)[Top of page](#)[Home](#) | [About](#) | [City Hall](#) | [Contact](#) | [FAQ](#) | [Help](#) | [Jobs](#) | [Site map](#) | [Directoov](#)

Bulgular

Literatürden faydalanarak ortaya konan ve bunlar arasından konu sınırlaması çerçevesinde iradi olarak seçilen beş boyuta ait bulgular aşağıda belirtilmektedirler.

1. Kullanım Kolaylığı Boyutu

Web sitesinin kullanım kolaylığı temel niteliklerin başında gelmektedir. Kullanış kolaylığı olmayan web sitelerinin kullanıcıyı siteden uzaklaştırdığı bilinmektedir. Bu amaçla çoğu kurumsal web sitesinde kullanıcının profili ve kullanım amacı gözetilerek kolaylaştırıcı birçok uygulamaya yer verilir. Örneğin, site içi arama motoru, site haritası, görünürlüğü ve algılamayı sağlayan makul sayıda linkler ve sitenin kullanım amacına uygun çevrimiçi hizmetler linki en çok görülen uygulamalardır. Tüm bunların öncesinde, sitenin açılma hızı asıl belirleyici faktör olarak durmaktadır. Zira, ağır açılan web sayfası kullanıcının beklemeksizin siteden ayrılmasına yol açar. Literatürde belirtildiği gibi, web sitesinin ekranda görünmesi için geçecek sürenin on saniye civarında olması gerekmektedir (Haig, 2000:31).

İndirilme süresi kavramı, bir web sitesinin bilgisayar ekranında görünmesi için geçen süre anlamında kullanılmaktadır. Site tasarımında görsel çekiciliği yüksek olan çok sayıda grafik, resim, animasyon gibi uygulamalar bu süreyi uzatmaktadır. Site ziyaretçileri/kullanıcılarının sabırsızlığı ve zaman darlığı büyük ölçüde kabul edilmiştir. Sitenin, kullanıcı dostu diye de adlandırılabilir makul bir süre içinde açılması gerekmektedir (Levine, 48).

İndirilebilir dosya terimi ise, web sitesinde yer alıp, kullanıcının kendi bilgisayarına aktarabildiği veri dosyalarını kastetmektedir. Çoğu kez, bu tür indirilebilir dosyaların bileşik nitelikte (örneğin, HTML ve kelime işlem programı dosyalarının bileşimi) olduğu görülmektedir. İncelenen her iki web sitesinin ana sayfalarında indirilebilir dosya bulunmamaktadır.

Tablo 1. Kullanım Kolaylığı Boyutu

| Kullanım Kolaylığı Boyutunun Bileşenleri | Londra Büyükşehir Yönetimi | İstanbul Büyükşehir Belediyesi |
|--|----------------------------|--------------------------------|
| 1.1. Site haritası bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 1.2. Çevrimiçi Hizmetler menüsü bulunduruyor mu? | Hayır | Evet |
| 1.4. Site içinde arama motoru bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 1.3. Link sayısı | 50 | 100'den fazla |
| 1.4. Sitenin indirilme süresi | 10 saniyeden az | 10 saniyeden az |
| 1.5. İndirilebilir dosyalar bulunduruluyor mu? (Büyükükleri) | Evet (40 k'dan büyük) | Hayır |

Yukarıda sayılan kolaylaştırıcı uygulama unsurları tabloda yer almaktadır. Her iki sitenin ana sayfasında site haritası bulundurdukları saptanmıştır. Aynı şekilde arama motoru bulundurdukları da görülmektedir. Fakat, Londra Büyükşehir Yönetimi (LBY) web sitesi ana sayfasında çevrimiçi hizmetler linki bulunmazken, İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) ana sayfasında bu uygulama mevcuttur. Link sayıları bakımından da her iki sitenin birbirinden oldukça farklı tasarlandığı anlaşılmaktadır. Londra Büyükşehir Yönetimi (LBY), sade ve göreceli olarak az sayıda (50 tane) link bulundururken, İBB'nin sayfasında yüzden fazla link tespit edilmiştir. Çok sayıda link bulunması bunların birbirinden ayırt edilebilmesi için gereken boş alan kullanımını azaltmaktadır. Linklerin font ve renk kullanımı ile arka planın rengi ve tek tonlu olması algılamının daha da zorlaşmasını engellemiştir. Her iki sitenin de indirilme hızı (açılma süresi)

literatürde saptanmış olan on saniye kuralına uymaktadır. Günümüzün kişisel masaüstü bilgisayarlarının sahip olduğu ortalama konfigürasyonlu bir makinayla denendiğinde; her iki web sitesinin ana sayfaların indirilme süresinin dört saniye ile on saniye arasında değişebildiği görülmüştür. Enformasyon kaynağı olma yönünden önemli görülen ve kullanıcının kendi bilgisayarına indirebileceği dosyaların LBY’de bulunduğu ancak önerilen büyüklük sınırının üstünde olduğu görülmektedir. Zira bu dosyaların önemli bir kısmı video kayıt arşividirler. İBB, indirilebilir dosya bulundurmamaktadır.

2. Görsel Çekicilik Boyutu

Web sitesi sayfalarının görsel çekiciliği, Haig’in ifadesiyle ‘ilk görüşte aşk’ faktörü de siteyi ilk kez ziyaret edenlerin kalıcılığını sağlamak açısından önemli görülmektedir. Görsel çekicilik kişiden kişiye belli ölçülerde değişiklik göstermekle birlikte görsel algımanın ve estetik kuralların getirdiği temel bir tasarım çizgisi de söz konusudur. Web sitesinde arka plan olarak kullanılan fonun rengi ve tonu, tasarım öğeleri arasındaki ayırt edici boşluklar, sadelik, font ve rengi, linklerde kullanılan kısa ve net ifadeler temel tasarım kuralları arasında kabul görmüşlerdir. Bir önceki bölümde söz edilen ‘kullanım kolaylığı’ boyutunun bir bileşeni olan sayfadaki link sayısı aynı zamanda görsel çekicilik boyutunda da rol oynamaktadır. Öncelikle kullanıcının yapmak istediği işlemleri olabildiğince az sayıda tıklamayla yapabilmesi için ana sayfada karşısına çıkarılan linklerin sayısı arttıkça, sadelikten uzaklaşmakta ve kalabalık bir ortam yaratılmaktadır. Algımanın ve görünürlüğün azaldığı bu tür sayfalarda görsel çekicilik de azalmaktadır.

Literatürde de belirtildiği gibi, açık renk bir fon, bu fonda tek bir ton kullanılması, fontların koyu renk olarak kullanılması asgari koşul olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak font seçiminde öncelikle Verdana’nın tercih edilebileceği, bununla birlikte Arial, Georgia, Helvetica gibi fontların da tasarım uygulamasında iyi sonuçlar verdiği belirtilmektedir. Genellikle yaygın biçimde kullanılan Times New Roman fontu web sitesi tasarımında iyi sonuçlar vermemektedir. Fontların büyüklüklerinde yerine göre farklılaşmaya gidilmesi de önerilmektedir. Link başlığı ile alt başlık, giriş cümlesi ya da metin içindeki anahtar cümlenin font büyüklüklerinin farklılaştırılması belirtilmektedir. Karmaşa ve çokrenklilik (iki ya da üç ana renkten fazlasını kullanmak), fazla sayıda resim, grafik, animasyon kullanımı, linklerde uzun ifadelere yer verilmesi görsel çekicilikten uzaklaştırmakta, kullanıcının algılamasını zorlaştırmaktadır (Haig, 2000:34-35). Diğer yandan, özellikle grafik ve animasyon uygulamaları kullanıcının ilgisini çekmekte, eğlendirici özellik sunmaktadır. Bu açıdan her iki nokta arasındaki denge ön plana çıkmaktadır.

Tablo 2. Görsel Çekicilik Boyutu

| Görsel Çekicilik Boyutunun Bileşenleri | Londra Büyükşehir Yönetimi | İstanbul Büyükşehir Belediyesi |
|--|--|---|
| 2.1. Arka plan tasarımı ve Okunabilirlik | Beyaz Fon, koyu renk metin, tek tonlu. | Beyaz Fon, koyu renk metin, tek tonlu. |
| 2.2. Font kullanımı a. Ana font b. Alt Başlık, Anahtar Cümleler ve Giriş Cümleleri | a. Arial, İki renk (kırmızı tonları ve lacivert tonları) b. Büyüklüklerde farklılaşma var | a. Arial, ikiden fazla renk (Koyu mavi, lacivert, kırmızı ve dişi font) b. Büyüklüklerde farklılaşma var |
| 2.3. Sadelik | Evet | Hayır |
| 2.4. Kısalık ve Netlik | Evet | Evet |

Her iki web sitesinin de tasarım ilkelerinin başında yer alan arka plan renk seçimi, metinlerin font renklerinin seçimi, arka planın tek tonlu olması gerekliliği noktalarına dikkat ettiği görülmektedir. Aynı şekilde her iki web sitesi de Haig tarafından önerilen fontlardan biri olan Arial'i kullanmıştır. Buna paralel olarak fontların renk çeşitliliği önerildiği gibi sınırlı tutulmuş ve seçtikleri iki ana renk ve tonları kullanılmıştır. Ayrıca, link ana başlığı ile alt başlıklar arasında font büyüklüklerinde farklılığa gidilmiş, ancak giriş cümlesi, anahtar cümle yönünden örneklere rastlanmamıştır. Siteler; link sayısı, renk çeşitliliği, hareketli ve grafik tasarım uygulamaları ile bağlantılı olarak ortaya çıkan tasarım sadeliği yönünden incelendiğinde ise LBY'nin web sitesinin çok sade bir görünüme sahip olduğu, buna karşılık İBB'nin sadelikten uzak olduğu görülmektedir. Buna neden olarak çok sayıda grafik ve animasyon, çok sayıda fotoğraf ve resim ve yüzden fazla link sayısı gösterilebilir. İlgi çekici ve eğlendirici olma ile sade ve anlaşılır olma arasındaki dengenin bozulmuş olduğu da ifade edilebilir. Her iki web sitesi de ana sayfa linklerinde kısa ve net ifade kullanmışlardır. Bu yönden değerlendirildiğinde, kullanıcının algılamasında kolaylık sağlanabileceği anlaşılmaktadır. LBY web sitesi ana sayfasında sadelik, arka plan tasarımı, font kullanımı, kısa ve net olma yönünden tam bir bütünlük sergilenmekte, ancak grafik ve animasyon kullanımından kaçınılmış olması bu sitenin ilgi çekici ve eğlendirici olma özelliğini de azaltabilmektedir. Diğer yandan İBB, diğer unsurları yerine getirmekle birlikte sadelikten uzak düşen tasarımı nedeniyle bu boyutun diğer bileşenlerini gölgelemiş gibi görünmektedir.

3. Bilgilendirici Olma Boyutu

Web sitesinin bir iletişim aracı olarak kullanımına bağlı olarak sitede

bulundurulan enformasyon ve kullanıcıyı bilgilendirme boyutu göz ardı edilemez bir ağırlığa sahip olmaktadır. Vatandaşın enformasyon edinme hakkını ön plana çıkaran ve yapmakla yükümlü bulunduğu eylem ve işlemler konusunda gerekli ve yeterli enformasyonu sağlamak amacıyla web sitesi önemli bir araç haline gelmiştir. Bu boyutun bileşenleri olarak, ilgili kuruma ait enformasyon, basın bilgilendirici bir basın merkezi, kurumla irtibata geçmek için kullanılacak kanallar, kültürlerarası iletişim ortamı yaratmak açısından kullanılan yerel dil dışında farklı bir dil ya da dillerde enformasyon sağlama, yaygın olarak merak edilen bilgiler, şehir hakkında doyurucu enformasyon ve site ziyaretçisinin başvuru amacıyla paralel olarak kendisini ilgilendirebilecek diğer kurumsal web sayfalarının linkleri ve vatandaşın faydalanacağı haberler/duyurular linklerini bulundurmamak sayılabilir.

Tablo 3. Bilgilendirici Olma Boyutu

| Bilgilendirici Olma Boyutunun Bileşenleri | Londra Büyükşehir Yönetimi | İstanbul Büyükşehir Belediyesi |
|---|----------------------------|--------------------------------|
| 3.1. Kuruluşa ait enformasyon/linkler bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.2. Ana sayfada Basın Odası/ Basın Bültenleri linki bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.3. Kuruluşla iletişim linkleri/enformasyonu bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.4. Sıkça Sorulan Sorular (SSS) linki bulunduruyor mu? | Evet | Hayır |
| 3.5. Şehir Rehberi linki bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.6. İlgili başka linkler bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.7. Haberler ve Duyurular linki bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.8. Başka dil seçeneği var mı? | Evet | Evet |

LBY web sitesi bilgilendirici olma boyutunda yer alan bileşenlerin hepsine sitede yer verirken, İBB web sitesinde basına yönelik enformasyon sağlayan ayrı bir bölüm olmadığı, fakat 'Basın Bültenleri' başlığı altında bültenleri bulundurduğu görülmektedir. Aynı zamanda vatandaşın en çok ilgilendiği bölümlerden birisi olan "Sıkça Sorulan Sorular" bölümüne de sahip olmadığı

görülmektedir. İBB web sitesinde yer alan ilgili başka linkler ve kuruluşa ait iletişim linkleri de sitenin ana sayfasının en üstünde son derece silik ve ilk bakışta dikkat çekmeyecek bir yerde konumlandırılmıştır. LBY web sitesinde, alternatif diller başlığı altında on üç dil seçeneği sunmakta, İBB ise tek bir yabancı dile (İngilizce) yer vermektedir. Her iki web sitesinde de kentle ilgili çeşitli enformasyonun yer aldığı kent rehberi bulunmaktadır.

4. Eğlenceli ve İlginç Olma Boyutu

Web sitelerinin kullanıcı açısından yeterince enformasyon sağlaması, işlem yapabilme açısından kolay ve kullanışlı olması gibi yaşamsal öneme sahip faktörlerin yanı sıra, eğlenceli ve ilgi çekici olması da sitenin tercih edilmesine neden olmaktadır. Böyle bir sitede geçirilen süre artmakta ve bu da sitenin anlaşılması ve daha iyi tanınması için fırsat yaratmaktadır. Böylece kuruma yönelik algılama olumlu yönde etkilenebilmektedir. Eğlenceli ve ilginç kılabilmek için web sitelerinde genellikle grafik ve animasyon, resim ve fotoğraflar, kısa anketler, "bunları biliyor muydunuz?" köşesi, oylama, misafir defteri, video, müzik, canlı kamera yayını gibi görsel-işitsel uygulamalar, hatta oyunlar ve sitenin kişiselleştirilebilme olanağı yer almaktadır. Oyunların etkileşimli olması ve ayrıca kurumun iş alanıyla ilişkili olması gibi özellikler, site ziyaretçisini eğlendirirken aynı zamanda bilgilendirecek ve kuruma yönelik algılamayı olumlu yönde etkileyecektir. Tüm bu faktörler site kullanıcısı/ziyaretçisini kurumla karşılıklı etkileşim içine sokarak, taraflar arasında etkili ve verimli bir ilişki yaratılmasına katkı sağlayacaktır.

Tablo 4. Eğlenceli ve İlginç Olma

| Eğlenceli ve İlginç Olma Boyutunun Bileşenleri | Londra Büyükşehir Yönetimi | İstanbul Büyükşehir Belediyesi |
|---|----------------------------|--------------------------------|
| 3.1. Animasyon ve grafikler bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.2. Misafir defteri, soru-cevap köşesi, anket-oylama vb. sayfalar bulunduruyor mu? | Evet | Evet |
| 3.3. Kullanıcıya göre kişiselleştirilebiliyor mu? | Hayır | Hayır |
| 3.4. Canlı kamera yayını, video, müzik, oyun köşesi sayfası bulunduruyor mu? | Evet | Evet |

Her iki belediyenin de web sitelerinde genel olarak grafik ve animasyonlara yer verdikleri görülmektedir. Son yıllarda çeşitli belediyelerin uyguladıkları canlı trafik kamerası yayınına, İBB'nin web sitesinde yer verilmiştir. Özellikle İstanbul gibi trafik sorunu yaşayan bir metropolde büyükşehir belediyesinin bu uygulaması, siteye pek çok sayıda kullanıcıyı çekebilmektedir. LBY ise web sitesinde belediye başkanının basın toplantılarının video görüntülerinin arşivini kullanıcıya sunarak toplantıları izleme olanağı vermektedir. Ayrıca sitede misafir defterine yer verilmiştir. Her iki sitede de kullanıcıya göre kişiselleştirme uygulaması bulunmamaktadır.

5. Güncelleme / Güncellik Boyutu

Levine'in ifade ettiği gibi (2000;180) iyi bir web sitesinin temel özelliklerinden birisi de sık sık değişmesi ve daima güncel olmasıdır. Kuruluşların web siteleri hedefleri ile paralel olarak farklı içerik ve tasarıma sahiptirler. Ancak tüm kurumsal web siteleri için önemli olan ortak özellik, sitenin güncel olmasıdır. Güncelliği olmayan web sitesi çok kısa süre içinde kullanıcı açısından işlevini yitirecektir. Web sitesi kullanıcısı ile uzun süreli bir ilişki kurulabilmesi için kullanıcının siteye sık girmesini sağlamak gerekmektedir. Birkaç kez belli bir siteye giriş yapan kullanıcı, burada yer alan enformasyonun güncel olmadığını anladığı zaman siteye gelmeyi durduracaktır. Web sitesinde yer alan haberlere bakarak bir sitenin güncellenmesi ile ilgili bilgi edinmek mümkündür.

Tablo 5. Güncelleme / Güncellik Boyutu

| Güncelleme/Güncellik Boyutunun Bileşenleri | Londra Büyükşehir Yönetimi | İstanbul Büyükşehir Belediyesi |
|--|----------------------------|--------------------------------|
| 8.1. Web sitesinde bulunan enformasyonlar güncel mi? | Evet | Evet |
| 8.2. Web sitesinin güncellenme sıklığı nedir? | 2 günde bir | Her gün |

Web sitesi güncelliği açısından bakıldığında her iki metropol belediyesinin web sitesinde yer alan enformasyonun güncel olduğu görülmektedir. Ancak, LBY'nin güncelleme periyodu İBB'den uzundur. Dikkat çekici bir diğer konu da bu sitenin günün tarihini belirtmeyişidir. Buna karşılık İBB günün tarihini belirtmekte, güncellemeyi ise hızlı yapmaktadır. Bu bağlamda İBB'nin web sitesinin çoğu kez aynı gün içinde bile birden fazla güncellenmesi dikkat çeken bir uygulamadır.

Değerlendirme ve Sonuç

Londra Büyükşehir Yönetimi (LBY) ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) kurumsal web sayfalarının ana sayfalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi sonucunda bazı belirgin farklılaşmalar bulunduğu görülmektedir:

- LBY ana sayfa tasarımı oldukça sadedir. Link sayısı bakımından (50'ye karşı 100) aralarında büyük bir fark olduğu görülmektedir. Buna karşılık İBB web sitesinin neredeyse sınırları zorlayıcı bir yoğunluğu olduğu belirlenmiştir.
- İBB ana sayfasında 'etkileşimlilik' niteliğine biraz daha vurgu yapan 'çevrimiçi hizmetler linki' bulunmakla birlikte LBY ana sayfası, hizmetlerin duyurumunu ve haberleri ön plana çıkaran bir yapıdadır.
- LBY ana sayfasında kullanıcı için önemli ölçüde yol gösterici olan 'sıkça sorulan sorular' linki bulunmakta, İBB ana sayfasında ise bulunmamaktadır. Vatandaşa daha kapsamlı bir enformasyon sağlaması nedeniyle böyle bir link bulundurulması genellikle tercih edilir.
- İBB ana sayfası; tasarımın algılanmasıyla ilgili sınırları zorlamakla birlikte grafik ve animasyonlar gibi uygulamalar nedeniyle LBY'nin durağan görünüşüne karşılık hareketlilik sunmaktadır.
- LBY'nin dikkat çekici uygulaması ise 'Başkan'ın gerek basın konferanslarını gerek katıldığı 'soru-cevap' (people's question time) oturumlarının canlı yayını ve arşiv kayıtlarına ana sayfaya konulan link yoluyla ulaşılabilmesidir.
- İBB ana sayfası LBY'den daha çabuk güncellenmektedir.

Sonuç olarak belirtmek gerekirse, araştırma için seçilen iki Büyükşehir belediyesinden Londra Büyükşehir Yönetimi web sitesinin, görsel olarak daha sade ancak işlevsel bir yapıda olduğu belirlenmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi web sitesi ise görsel açıdan daha hareketli, çok renkli ve yoğun görünümüne eşlik eden sürekli güncelliği ile dinamik bir yapıdadır. Çalışmamız her iki kurumun web sitesi yönetiminde ana sayfa tasarımı yönünden önerilen temel standartları büyük ölçüde yerine getirdiğini, kullanım yönünden de enformasyon sağlayan bir iletişim aracı olarak betimlenebileceğini göstermektedir. Bu çalışmada ortaya çıkan bir sonraki soru ise iki kurumun da web sitelerini 'etkileşimlilik' ve 'vatandaşın katılımı' boyutlarında ne ölçüde kullandıklarını sorgulamak olabilir.

Daha önce de belirtildiği gibi kamu yönetimi alanında enformasyon toplumuna dönüşüm programları dünyada hızla devam etmektedir. Bu süreçte, internet ve kurumsal web sitesi uygulamalarından halkla ilişkiler yaklaşımıyla yararlanmak zenginlik katmaktadır. İsteyen herkesin dünyanın her yerinden "7 gün 24 saat" enformasyona ulaşımının sağlanması, devletin vatandaşa "bir tık" uzaklığında olması "şeffaf devlet" anlayışını yaratarak, devlet-vatandaş ilişkilerini farklı bir düzeye taşımış ve "halk için var olan devlet" kavramının güçlenmesini sağlamıştır. Yerel yönetimler, halka en yakın kamu yönetimi birimleri olarak özellikle yerel halkın istek ve ihtiyaçlarını en etkin biçimde karşılamakla

yükümlüdürler. Elektronik ortamı en hızlı ve etkin biçimde kullanarak e-belediyeciliğe geçmeleri, hem yönetim hem de vatandaş açısından olumlu sonuçlar getirecektir.

Dünyanın en geniş iletişim ağlarına sahip olan gelişmiş ülkeler, e-devleti uzun yıllardan beri hayata geçirerek bu yolda bir hayli yol almışlardır. Türkiye ise e-devlete geçiş sürecinin henüz başında sayılmakla beraber bu alanda gelişmiş ülkelerle arasındaki farkı kapatmaktadır. Enformasyon çağına geçen toplumlarda, halkına daha iyi hizmet vermek isteyen belediyelerin kurumsal web sitesi tasarımında aldıkları yolun ötesine geçerek e-dönüşümü etkili biçimde sağlamaları bir gereklilik olarak gözükmektedir. Katılımcı, şeffaf, bilgi açığını giderebilen, vatandaş odaklı, hizmette kalite prensibi olan ve sürekli gelişmeyi ilke edinmiş belediyecilik anlayışı, aynı zamanda kurumsal web sitesine yansıtılmalıdır.

Kaynakça

AKTAŞ Ziya (2004), "Bilgi Toplumu ve eDevlet derken, şimdi de eKurum mu?" <http://www.digitaldevlet.net> , [29.07.2007]

ASHCROFT Linda ve Hoey Clive (2001), "PR, Marketing and the Internet: Implications For Information Professionals" *Library Management*, Vol.22 ss. 68-74.

ANSELMÍ Luca, CAPOCCHI Alessandro, LAZZINI Simone (2002); "The Role of ICTS in the Management of Local Municipalities", International Symposium on Learning Management and Technology Developement in the Information and Internet Age – The Convergent Paths of Public and Private Organizations, University of Bologna, November.

AYDEDE Ceyda (2001), *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler*, Ankara:MediaCat.

BEARD Mike (2001), *Running a Public Relations Department*, London: Kogan Page.

CAPRIOTTIPaul, MORENO Angeles (2007), "Corporate Citizenship and Public Relations: The Importance and Interactivity of Social Responsibility Issues on Corporate Websites", *Public Relations Review*, Vol. 33.

COOLEY Tracy (1999), "Interactive Communication – Public Relations On the Web", *PR Quarterly*, Summer 1999, ss.41-42.

CUTLIP Scott M., CENTER Allen H., BROOM Glen M. (1999), *Effective Public Relations*, NJ: Prentice Hall.

DWYER Carol, CONNORS Hilary, KORETZ Pamela, KNOWLE Susan (1999), "Municipal Web Sites in Onondaga County: A Study Comparing Selected Characteristics - December, 1999" www.maxwell.syr.edu/benchmarks/newsite/reports/web/Web_Sites.doc

HAIG Matt (2000), *E-PR: The Essential Guide To Public Relations On the Internet*, UK: Kogan Page, 2000.

HART-TEETER (2003), "The New E-Government Equation: Ease, Engagement, Privacy and Protection", Prepared by Hart-Teeter for the Council for Excellence in Government. April 2003. <http://www.excelgov.org>. [31.07.2007]

HOLTZ Shel (1999), *Public Relations On the Net*, New York: Amacom.

HOLZER Marc; Melitski, James (2003), *A Comparative E-Government Analysis of New Jersey's 10 Largest Municipalities*, New Jersey: Cornwall Publication

KAZANCI Metin (2002), *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, 4. Bası, Ankara: Turhan.

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

KOTLER Philip, Lee Nancy (2007), *Kamu Sektöründe Pazarlama – Kamu Kuruluşlarının Performansını Geliştirmek İçin Bir Yol Haritası*, Zeynep Kökkaya Chalar (Çev.), İstanbul: MediaCat.

LEVINE Michael (2004), *Halkla İlişkiler: Bir Gerilla Savaşı*, çev: Günhan Güney, İstanbul: Rota Yayınları.

MOON Jae (2002), "The evolution of E-Government Among Municipalities: Rhetoric or Reality", *Public Administration Review*, Vol.62, No.4, ss.424-433.

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

NEWSON Doug, TURK VanSlyke Judy, KRUCKEBERG Dean (22004), *This Is PR – The Realities of Public Relations*, 8th ed., Canada: Thomson-Wadsworth.

SEITEL Fraser P. (2001), *The Practice of Public Relations*, 8th ed., USA: Prentice-Hall.

ÜLGER Billur (2004), *İşletmelerde İletişim ve Halkla İlişkiler*, İstanbul: Der Yayınları.

YAYINOĞLU Eraslan Pinar (2005), *Halkla İlişkilerde Araştırma*, İstanbul: Birsen Yayınevi.

WELCH Erich W., CHARLES C. Hinnant, M. JAE Moon (2004); "Linking Citizen Satisfaction With E-Government And Trust in Government", *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 15 No:3.

http://www.jessett.com/web_sites/design/index.shtml, "design principles", [26.08.2007].

<http://info.cern.ch/>, [07.12.2007].