

# Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği

Araştırma Makalesi  
Alınış Tarihi: 30 Mayıs 2019  
Kabul Tarihi: 02 Ekim 2019

*Tuğberk KAYA\**  
*Ahmet Selim ÖVER\*\**

**Öz:** Sosyal medyanın insan hayatına girmesiyle birlikte kamu kurumlarında da hızla kullanılmaya ve kurum yöneticileri tarafından etkin bir iletişim aracı olarak algılanmaya başlanmıştır. Özellikle kurumlar elektronik devlet hizmetiyle katılımcılarla interaktif bir ilişki içerisine girerken, aynı zamanda kurum imaj ve prestijini de bu ölçüde artırmayı hedeflemiştir. Katılımcıların devletle iletişiminin en çok kurulabildiği alanlardan biri web siteleri olduğu için, bu araştırma çalışmasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Devleti Bakanlıklarının ve İçişleri Bakanlığı'na bağlı 28 belediyeden aktif web sayfası bulunan 17 belediyenin web sayfaları, elektronik katılımcılık (e-katılımcılık) bağlamında içerik analiz yöntemi uygulanarak incelenmiştir. Çalışma kapsamında bakanlık ve belediyelerin belirlenen 5 ana kategori ve 30 kriter ile kurum çalışma prensip ve alanları, web sayfanın içerisinde bulunan kategorileri, sosyal medya araçları, iletişim kanalları ve kurumun sunmuş olduğu diğer aktivitelerin neler olduğu, hangi bilgilerin web site bünyesinde bulunduğu, bu bilgilerin e-katılımcılık bağlamında ne katkı sağladığı araştırılmış ve gözlemlenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen verilere göre belediyelerin, bakanlıklara oranla daha çok hizmet sunduğu ve e-katılımcılık yönünden daha etkin oldukları tespit edilmiştir. Özellikle basın arşivi ve elektronik hizmette belediyelerin, bakanlıklardan daha fazla aktif hizmet sunduğu saptanmıştır. Bakanlıkların birçoğunun web sayfalarının tek bir şablon içerisinde kullanıldığı ve bu şablon içerisinde birçok eksik unsurların bulunduğuda tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda bu eksiklerin giderilip, daha etkin ve kullanıcı dostu web sitelerinin tasarlanması adına öneriler yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, E-Devlet, E-Katılımcılık, Web 2.0, İçerik Analizi, Nitel İnceleme

*Atatürk  
Üniversitesi*

## Analysis of Ministry and Municipality Websites in the Context of E-Participation with Content Analysis Method – TRNC as a Case Study

**Abstract:** Social media use increased steadily in the recent decade by citizens, private sectors and public sector organizations. Provision of e-government practices created interactive dialogue between the public sector organizations and citizens which also aimed to increase institutions' image and reputation. Websites are the one of the main areas where users can have interaction within governments. Therefore, ministry and municipality websites of Turkish Republic of Northern Cyprus had been analysed by the content analysis method according to the level of e-participation maturity. Therefore, the content of ministry websites of Turkish Republic of Northern Cyprus and 17 out of 28 municipality websites had been analysed according to the level of e-participation. The ministry and municipality websites had been categorised under 5 main

\* Dr. Öğr. Üyesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ORCID-ID: 0000-0002-1796-2279

\*\* Araştırma Görevlisi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ORCID-ID: 0000-0001-6977-3958

## *Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

*categories and 30 grading criteria. Organizations' working principles, categories of the websites, social media tools, communication channels, organization activities, the content of information and the impact to e-participation had been observed and examined. The research results indicate that municipality websites provide more services and they are more e-participative than ministry sites. E-services and press archive are the areas where municipality websites are more active than ministry websites. It was also observed that most of the ministries' web pages were created with a single template which has many missing elements. Recommendations had been made in order to complete missing elements and to have effective, user-centred e-government websites.*

**Keywords:** *Social Media, E-Government, E-Participation, Web 2.0, Content Analysis, Qualitative Analysis*

### **I.Giriş**

Dünyada ilim ve teknolojideki gelişimin de etkisiyle iletişim teknolojilerinde son zamanlarda çok hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Bu dönüşümle birlikte iletişim teknolojilerinde de yeni yeni kavramlar meydana gelmektedir. Bunlar; sosyal medya, yeni medya, sosyal ağlar, internet dünyası gibi birçok farklı isimlerde kullanılırken, bu kavramlardan iletişim medyasının bir parçası olan sosyal medya, kitleleri ve insanları bir araya getiren ve aralarındaki etkileşime doğrudan etki eden bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Erkek, 2016). Sosyal medya gibi çağın teknolojileri zaman ve mekândan bağımsız, insanın tüm algılarına hitap eden, sadece sosyal, ekonomi veya kültürel sınırlar çerçevesinde kalmayıp yeni kavramlarla da insanı birinci derecede etkileyen bir konum haline gelmiştir (Yeniçifti, 2014; Kaya, 2019b).

Gelişen sosyal medya ile halkla ilişkiler bağlamında birçok yenilikler meydana gelmiştir. Önceleri yazılı veya elektronik ortamlarda yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri; şimdilerde internet ve ya sosyal medya üzerinden yürütülmektedir (Arslan, 2017). Kurum kuruluşlar ise sosyal medya araçlarını kamuoyunu tanıma, kendini tanıtma ve karşılıklı planlı çalışma gibi faaliyetlerde kullanırken, halkla ilişkiler bağlamında kurum imajını geliştiren ve iyileştiren sosyal medya aynı zamanda hedef kitlelerle çevrimiçi bir iletişim olarak da kullanılmaktadır (Kocabaş, 2016). Sonuç olarak hızlı, masrafsız ve kolay erişim imkânı sağlayan internet tabanlı bu uygulamalar ve özellikle sosyal medya, kamu kurum ve kuruluşlarının halkla ilişkiler bağlamında en çok tercih edilen medya araçları haline gelmiştir (Arslan, 2017).

Kamu kurumlarının, belediyelerin veya özel sektörün sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılmış birçok araştırma makalesi bulunurken, bu araştırmalara ek olarak "Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği" adlı makale çalışmasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Bakanlık ve Belediyeleri'nin web siteleri karşılaştırmalı olarak içerik analiz yöntemiyle incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu çalışma ile kamu kurumlarında kullanıcı odaklı web sitelerinin tasarlanmasının öneminin vurgulanması ve ilgili literatüre katkı konması hedeflenmektedir.

## II. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş, Sosyal Medya ve Web 3.0'a Genel Bakış

İletişim her çağda olduğu gibi günümüzde de bir ihtiyaç aracı olarak görülmüş ve alternatif iletişim araçları aranmıştır. Çağın iletişim araçlarından olan internet, dünyaca kabul görmüş bir teknoloji olup, insan hayatında önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Kurum içi bilgi paylaşımı sağlamak amacıyla ortaya çıkan, ucuz ve ulaşılması kolay olan ve günden güne daha da gelişen internet teknolojisi ile birlikte kullanıcılar daha fazla bilgiye ulaşmakta, bilgilerini saklamakta ve faaliyetlerini paylaşmaktadır (Yıldırım & Kalandar, 2018). Bu vesileyle “World Wide Web” olarak tanımlanan ve internetin kullanımı için geliştirilmiş olan bu tarayıcı ile kullanıcılar sesli veya görüntülü iletişim kurabilmekte ve multimedyanın bütün fonksiyonları ile iletişim sağlayabilmektedir (Yılmaz, 2015).

İnsanların son zamanlarda vazgeçilmezi haline gelen internet, Web 2.0 teknolojisinin insan hayatına dâhil olmasıyla birlikte sadece içerik üreticilerinin değil, bütün katılımcıların aktif rol oynadığı ve paylaşımında bulunabildiği bir ortam haline gelmiştir. Web 1.0 ile sadece içerik üreticileri tek yönlü olarak paylaşımında bulunabiliyorken, Web 2.0 ile insanlar interaktif olarak günün bütün zaman diliminde iletişimde bulunabilmektedir (Genç, 2015). Darcy DiNucci tarafından ilk kez kullanılan Web 2.0, insanların sosyal etkileşimine, topluluk oluşumuna ve kolektif projelerin başarıya ulaşmasında öncü olmuştur (Kaya, 2017). Sosyal medya kavramı ilk olarak 1995 yılında eski sınıf arkadaşlarının bir birlerini bulup, iletişimlerini sürdürebilmeleri amacıyla açılan classmates.com sitesi ile kullanıma girmiştir (Kaya ve Bicen, 2016). İnternetin ikinci nesli olarak tanımlanan ve 2004'ten bu yana katılımcıların etkileşimli paylaşımında bulunabildiği ve iletişim kurabildiği bu ortam internet tabanlı platform olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2015).

Teknolojik ve ideolojik esaslar üzerine kurulan bu uygulamalar ve insan hayatına büyük oranda etki eden internet tabanlı Web 2.0 teknolojisi ile birlikte kullanıcılar, interaktif katılım gerçekleştirmekte ve içerikler oluşturmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2012). Aynı zamanda Web 1.0 ile internet ortamındaki bilgiler sadece kullanılabiliriyorken, Web 2.0 ile internet ortamındaki bilgiler değiştirilebilmekte, düzenlenebilmekte ve kontrol edilebilmektedir (Eralp, 2018). Belirtildiği gibi Web 1.0 ile Web 2.0 teknolojisi arasında ciddi oranda farklar bulunmaktadır. Bu farklar şu şekilde sıralanabilir:

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

Tablo 1. Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki farklar

Web 1.0	Web 2.0
<ul style="list-style-type: none"><li>- Programcının yaptığı web sayfası</li><li>- Uzmanlar içerik yapabiliyor</li><li>- Sıkı kontrol</li><li>- Tek yönlü</li><li>- Britannica Online ansiklopedisi</li><li>- Yayımlama</li><li>- Hiyerarşik</li><li>- Durağan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kullanıcının dahil olduğu internet sayfası</li><li>- Herkes içerik yapabiliyor</li><li>- Seyrek kontrol</li><li>- Çift yönlü</li><li>- Wikipedia</li><li>- Katılım</li><li>- Dinamik ve serbest</li><li>- Sürekli güncellenen</li></ul>

Kaynak: (İşlek, 2012:14)

Web 2.0'ın kapsadığı sosyal medya platformları, etkileşim ve paylaşımı odak noktasına almakla birlikte kullanıcıların, diğer kullanıcılar ile çevrimiçi olarak video, fotoğraf, haber, yazı gibi unsurları paylaşmaya olanak sağlayan web portalı olarak da tanımlanmaktadır (Çimen vd, 2015). Sosyal medya bir başka ifadeyle betimlenecek olursa teknolojinin gelişimiyle birlikte bilgilere daha kolay ve daha hızlı ulaşmanın dijital platformlar şekline dönüştürülmüş halidir (Eralp, 2018). Sosyal medya kavramı herkes tarafından farklı şekilde yorumlansa da en genel tanım itibarıyla dijital platformların interaktif rol oynadığı, insan hayatını kolaylaştıran, bilgi içerikli platformlar bütünüdür denilebilir.

Sosyal medya kullanıcıların iletişim kurduğu, çevrimiçi platformlarda bir araya geldiği, fikir ve görüşlerini paylaştığı, sosyal etkileşimin ön planda olduğu web tabanlı sistem bütünüdür. Görsel, işitsel veya metinsel gibi özellikleri içinde barındıran sosyal medya, insanların birbirleriyle iletişim kurabildiği bir ortamdır (Taşdemir, 2018). Gerek vatandaşların gerekse kurumların günlük uygulamalarında sosyal medyanın etkisini görmek mümkündür. Sadece halkla ilişkiler alanına bağlı kalmayıp, kurumlara stratejik önem sağlayan örtük bilgi paylaşımında da sosyal medya kullanılmaktadır (Kaya ve Sağsan, 2016). Yapılan araştırmalarda doktorların, öğretim üyelerinin ve bankacıların sosyal medya kullanımının kurumun örtük bilgisinin artmasında etkili olduğu görülmüştür (Kaya ve Sağsan, 2015; Kaya ve Erkut, 2016; Kaya ve Erkut, 2017). Başka bir tanımla sosyal medya kişilerin kendi içeriklerini ürettikleri ve oluşturdukları ürünleri dijital ortamda paylaştığı sosyal ağ bütünüdür. Bununla beraber sosyal medyada çok daha hızlı erişim sağlanarak günlük hayattaki olaylar, sosyal aktiviteler güncel olarak takip edilebilirken, bilgiye ulaşımında büyük bir olanak sağlamaktadır. Sosyal medya aslında bir bakıma “paylaşmak” kavramının eş anlamıdır (Şengöz & Eroğlu, 2017).

Web 3.0 ise ilk defa 2001 yılında W3C tarafından kullanılmaya başlayan bir anlamsal web altyapı teknolojisidir. Yapısal olarak Web 3.0, kişiye özel etkili bilgi ve sonuçlar veren, web sitelerinde otomatik analizlerle çıkarımlarda bulunan, kişisel farklılık ve özelliklerin web tabanlı siteler üzerinde toplanıp analiz edilmesini sağlayan portallara verilen genel addır. Henüz projeler geliştirilme aşamasındadır ve intranet üzerinde deneysel çalışmalar yapılmaktadır (Demirli & Kütük, 2010). Yakın gelecekte milyonlarca veriyi bağlantısız bir şekilde bütünleştirecek olan Web 3.0, verilerin değişik şekilde bağlanarak depolamasını sağlayacaktır. Web 3.0 teknolojisi, internet üzerindeki verilerin cümleler ile birbiriyle ilişkilendirileceği ve ifade edileceği, internetin büyük bir veri tabanını dönüştürecek, makinelerin konuşmayı öğrenip birbiriyle iletişime geçeceği, sorular sorabileceği ve insanlara yanıt verebileceği bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Yağcı, 2011). Kullanıcıyı tanıyan akıllı sistem olarak tanımlanan ve semantetik web olarak da adlandırılan Web 3.0, sistem içerisinde hafızasında tuttuğu bütün verileri en doğru ve en hızlı şekilde analiz ederek kullanıcıya bilgi üretiminde kolaylık sağlayan bir sistemdir (Askeroğlu & Karakulakoğlu, 2019).

### III. Sosyal Medyanın E-Katılımcılık ve Halkla İlişkiler Bağlamı

Kamu yönetimi açısından halkla ilişkiler bağlamı iki boyutta incelenmektedir. Bunlardan birincisi tanıtma ikincisi ise tanımadır. Tanıtma, hizmet veren kurum tarafından bilgi akışı sağlanarak katılımcılara kurumu tanıtmaya ve olumlu gösterme şeklinde tanımlanırken aynı zamanda kurum amaç ve politikalarını, ürün ve hizmet faaliyetlerini açıklık ilkesiyle insanlara aktarma çabası olarak da gösterilir. Tanıma ise örgüt çevresinde bulunan insanların görüş ve yorumlarını alma, merak ettiklerini öğrenme; dilek, istek veya şikâyetlerin karşılanması gibi kurum yönetimin kararlarına doğrudan etki eden bir araç olarak görülmektedir (Yağmurlu, 2011a). Araştırmacı bir başka çalışmada ise Türkiye'deki internet siteleri üzerinde gerçekleşen faaliyetlerin ağırlıklı olarak kurumu tanıtmaya amacıyla gerçekleştiğini vurgulamıştır (Yağmurlu, 2011b).

Özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya kavramı sadece insanların günlük yaşantısına etki eden bir ortam olmaktan çıkıp, devletler ve vatandaşlar arasındaki etkileşimi esas almış bir olgu konumuna gelmiştir. Bu kapsamda kurum ve kuruluşlar sosyal medya kavramını sadece tek yönlü bilgilendirme olarak görmekten çıkıp, hedef kitlenin istek ve beklentilerine yanıt veren bir araç düşüncesine gelmiştir (Aydın, 2018). Bundan dolayı halkla ilişkiler uzmanları sosyal medya kavramını “kriz ve etkinlik yönetiminde, kurumsal iletişim mesajlarını yaymada, kamuoyu oluşturma ve paydaşlarla işbirliği içerisinde girmede” en iyi iletişim aracı olarak görmektedirler (Yılmaz, 2015). Kamusal alanda sosyal medya araçlarının kullanılması, katılımcı açısından diyalogun teşvik edilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, vatandaşın demokratik katılımı veya sosyal meselelere çözüm bulunması gibi birçok yarar ve faydaları da bulunmaktadır (Gülaslan, 2018).

### *Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

Kamusal alanda sosyal medya kullanımının en temel gereksinimi e-devletin idari boyutu olan kamusal bilgi sistemine şeffaflık, denetim, katılım ve hesap verebilirlik gibi özelliklerde büyük katkı sağlamasıdır. Özellikle sosyal medya araçlarının hızlı, kolay ve masrafsız bir iletişim aracı olması ve sosyal medyanın kamu kurum ve kuruluşlarının önceliği haline getirilmesi, idari yönetime yeni katılım kanalları açması, vatandaşların karar verme süreçlerine etkin dâhil edilmesi, devlet-vatandaş etkileşimini artırması ve kamu kurumlarının şeffaf ve hesap verebilirlik özelliklerini artırması gibi birçok özelliğe sunmaktadır (Erkek, 2015).

Kurumun ana işlevleri arasında halkla ilişkiler ve halkla ilişkilere yönelik faaliyetlerin gösterildiği bu ortamda yerel yönetimlerin ne hizmet yaptığına ek olarak halkla ne kadar etkileşimde olduğu, ne kadar güven ve destek alabildiği önemlidir (Tunç, 2016). Bu kapsamda sosyal medyanın insan hayatında önemli bir yere geldiği günümüzde yerel yönetimlerin toplumla olan ilişkileri açısından sosyal paylaşım platformlarındaki paylaşımlarının incelenmesi bu ölçüde daha da önem kazanmıştır (Sayılanoğlu, 2018; Kaya, 2019a). Netice olarak kamusal hizmetlerin hedef kitleye ulaştırılmasında destek olan sosyal medya, bir yandan kamu-vatandaş iletişimini ve aktif katılımını sağlamış olurken aynı zamanda da kamu kurumlarının daha demokratik bir hizmet verme seviyesine ulaşmasında daha aktif rol oynamaktadır. Bu sayede ise kurumlar daha şeffaf, daha katılımcı ve daha hesap verebilir duruma gelmiştir (Kalfa & Adaş, 2019).

#### **IV. Elektronik Devlet**

Elektronik devlet (e-devlet) kavramı devletin kendi iç işleyişini, bilişim teknolojileri ortamına aktardığı ve akıllı devlet uygulaması ile zaman ve mekândan tasarruf sağlayarak şeffaf bir devlet yapısına büründüğü sistem bütününe verilen addır. E-devlet hizmetlerinin ilham kaynağı ilk olarak 1990'lı yıllarda ofis işlemlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş akışlarını hızlandırmasının yanı sıra, vatandaşların giderek internet ortamında daha fazla vakit harcaması, alışverişten eğitime birçok alanda e-aktivitelerin olması vatandaşların devletten elektronik ortamda istek ve beklentilerini artırmıştır. Bu kapsamla kamu kurumları vatandaşları birer müşteri olarak görmeye başlamış ve müşteri-vatandaş ilişkisinin memnuniyeti açısından hizmet vermeyi önceliği haline getirmiştir (Naralan, 2008). Literatürde de birçok farklı anlamı olan "e-devlet", ilk olarak 1993 yılında Ulusal Performans Araştırması'nda kullanılmış ve halkla paylaşılmıştır (Maraş, 2011).

E-devlet kavramının doğuşu bürokrasinin hantallaşmasından ve ihtiyaçlara yeterince cevap verememesinden kaynaklı oluşmuş bir sistemdir. Bu yüzden devletler vatandaşlarına daha iyi bir hizmet verebilmek adına bünyesine bilgi ve iletişim teknolojilerini dâhil etmeye başlamıştır. Devletlerin başlıca e-devlete geçiş sebepleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kamu ve özel sektör ortaklıklarının çoğalması
- Özel şirket ve resmi dairelerin birleştirilmesi
- Şirketler arası işbirliğinin artması
- Vatandaşın ihtiyaç duyduğu bilgiye hemen ulaşma isteğinin oluşması ve bu isteklerin artması (Örselli & Şahin, 2003).

Devletlerin vatandaşlarına sunduğu hizmetlerin -bürokrasinin yavaş işleyişi başta olmak üzere- yetersiz kalması ve ihtiyaçlara cevap verememesi, e-devlet sistemlerine geçişte en büyük etken olmuştur. Elektronik devlet hantal bir sistemin kamu kurumları tarafından yükümlü oldukları hizmetleri elektronik ortamda vatandaşlarına sunmalarıdır. Yani yeni devlet anlayışının “geleneksel devlet” anlayışından farklı olarak ağırlaşmış bürokrasinin yanı sıra hizmet kalitesinin yüksek ve hızlı olduğu bir sistem yapısına geçiş şeklinde de tanımlanabilir (Öztürk, 2019).

Tablo 2. Geleneksel devlet ile e-devlet arasındaki farklar

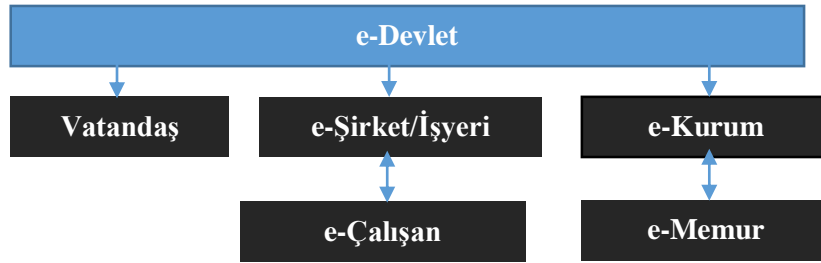
Geleneksel Devlet	E-Devlet
- Pasif Yurttaş	- Aktif Müşteri-Yurttaş
- Kâğıt Temelli İletişim	- Elektronik İletişim
- Dikey/Hiyerarşik Yapılanma	- Yatay/Koordineli Ağ Yapılanması
- Yönetimin Veri Yükleme	- Yurttaşın Veri Yükleme
- Eleman Yanıtı	- Otomatik Sesli Posta/Çağrı Merkezi vb.
- Eleman Yardımı	- Kendi Kendine Yardım/Uzman Yardımı
- Eleman Temelli Denetim Mekanizması	- Otomatik Veri Güncellemeyle Denetim
- Nakit Akışı/Çek	- Elektronik Fon Transferi (EFT)
- Tektip Hizmet	- Kişiselleştirilmiş/Farklılaştırılmış Hizmet
- Bölünmemiş/Kesintili Hizmet	- Bütünsel/Sürekli/Tek-Duraklı Hizmet
- Yüksek İşlem Maliyetleri	- Düşük İşlem Maliyeti
- Verimsiz Büyüme	- Verimlilik Yönetim
- Tek Yönlü İletişim	- Etkileşim
- Uyruk İlişkisi	- Katılım İlişkisi
<b>Kapalı Devlet</b>	<b>Açık Devlet</b>

Kaynak: (Maraş, 2011:126)

Geleneksel devlet anlayışının özellikleri yukarıda sıralanmıştır. Bu yapı ile vatandaşlar çok fazla bürokrasi ile karşılaştıklarından dolayı, basit prosedürler dahi karmaşık birçok imza ile aylarca bekletilmekte, işlemler zamanında ve düzgün bir şekilde yürütülememektedir. Günümüzde ise kamu ve özel sektör bu geleneksel devlet anlayışından sıyrılmış olup yerini bilgi teknolojilerine bırakmıştır. Bu sayede örgüt yapıları, performans ve işleyişleri bakımından ciddi oranda etkilenmiştir. Çalışanlar kâğıt yerine byte, dosya dolapları yerine veri

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

tabanları sistemlerini kullanmaya başlamıştır. E-devlet ile birlikte kamular hizmet kalitesini güçlendirmiş ve klasik devlet anlayışından uzaklaşmıştır (Demirel, 2006). Böylelikle gelişen teknolojinin de etkisiyle bir yandan ihtiyaçlar karşılanmaya başlanmış bir yandan da geleneksel devletten uzaklaşıp yerini şeffaf, verimli, etkin ve demokratik devlet anlayışına bırakmıştır (Örselli & Şahin, 2003). E-devlet geleneksel devlete rakip değildir fakat devletin vatandaşlara vermesi gereken hizmetin daha verimli hale gelebilmesi için dönüştürülen bir alternatif kanaldır. Bundan dolayı e-devlete geçişle birlikte birçok kamu kurumlarının kaliteleri artırmış, sürekliliğini devam ettirmiştir (Baştan & Gökbnar, 2004).



Şekil 1. E-devleti oluşturan temel unsurlar Kaynak: (Demirel, 2006: 85)

E- devlet sistemini oluşturan bazı temel yapı taşları bulunmaktadır. Bunlar özel ya da kamu kuruluşları olsun e-vatandaş, e-şirket/işyeri, e-çalışan, e-kurum ve e-memur gibi e-devlet yapısını oluşturan önemli unsurlardır. Parçalar ayrılınca bütün bozulur gibi yaklaşımlar doğru değildir aksine her bir oluşum kendi içinde gelişerek “e” olgusuna kavuşacak ve e-devletin birer yapı taşı olacaktır (Demirel, 2006).

E-devlet kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde betimlemiştir örneğin Efendioğlu ve Sezgin (2007) elektronik devlet yapılanmasını “elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenilir bir araç” olarak tasvir ederken, Uğur ve Çütçü (2009) geleceğin teknolojisi olarak görülen elektronik devlet sistemlerini “sanal devlet” olarak tanımlamıştır. E-devlet sistemlerini Kaya vd (2016) ise hem finansal hem de operasyonel verimlilik açısından destek sağlayan bir yapı olarak tasvir etmişlerdir.

E-devlet modelinde kamusal alandaki bütün belgelerin yetkililerce takibinin yapılması, saat ve yerlerin belirlenmesi gibi teknik yapılara sahip; sır olmaktan çıkan ve bilinmezlikleri ortadan kaldıran bir oluşum içerisinde olmalıdır. E-devlet sistemi bünyesinde olması gereken bazı unsurlar şu şekilde sıralanmıştır:



- Vatandaşa sunulan hizmet eşit ve şeffaf olmalı,
- Devletin bireylere her türlü bilgi ve imkânı sağlamalı, eleştirilere açık olmalı,
- Devlet tarafından sağlanan bütün hizmetler elektronik ortamda sunulmalı,
- Devletin tüzel kişiler ile vatandaşla sunduğu hizmetler arasında tutarlılık olmalı,
- Elektronik ortamda sunulan hizmetler gerçek hayatta sunulan hizmetler ile tutarlı olmalı, devlet vatandaşın istek ve taleplerini karşılamalıdır (Öztürk, 2019).

### V. Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Kriterleri

Bu araştırmada kamusal alanda hizmet veren bakanlık ve belediyelerin, web sitelerinde sunmuş olduğu hizmetlerin neler olduğunu ve bu bilgilerin e-katılımcılık bağlamında ne ölçüde yararlı olduğu araştırılmış ve yorumlanmıştır.

Araştırma nitel gözlem tekniklerinden içerik analiz yöntemi ile, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Devlet Bakanlıkları ve Belediyelerini kapsayacak şekilde incelenmiştir. Nitel gözlem, Yıldırım'dan aktaran Karagöl (2018)'e göre; gözlem, görüşme veya doküman analizi gibi teknikleri kullanılarak, olayların veya olguların gerçekliğini ortaya konmasına yönelik araştırmanın izlediği süreci kapsadığını belirtmektedir. Bu kapsamda doküman incelemesi başlığı altında web siteler belirlenen ölçütler üzerinden incelenmiş ve analiz edilmiştir.

Araştırmada uygulanan içerik analiz kriter ve formları, literatür taramasında örnek olarak gösterilen Kaya, Sağsan, ve Medeni (2016)'nin "E-Katılımcılık Olgunluk Seviyesi için Temel Başarı Faktörleri: Kuzey Kıbrıs Belediyeleri Vaka Çalışması" formu ve Yaşar ve Altıncık (2018)'in "Türkiye Cumhuriyeti Bakanlıklarının Web Sitelerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Değerlendirilmesi" adlı makale çalışmasında uyguladığı ölçek formu kullanılarak yeni bir form oluşturulmuştur.

Araştırmada uygulanan ölçeğin operasyonel tanımları şu şekildedir:

Tablo 3. Operasyonel Tanımlar Listesi

Kategori	Operasyonel Tanım
<b>Bakanlık-Belediye Çalışanları ve Çalışma Prensipleri</b>	
Bakanlığın-Belediyenin Örgüt (Teşkilat) Şeması	Bakanlığın-Belediyenin çalışma işleyişini gösteren ve bu başlık altında yer alan şema veya açıklayıcı bilgiler.
Bakanın – Belediye Başkanın Özgeçmişi	Bakanın – Belediye Başkanının adı, eğitimi, önceden üstlendiği görevler, çalıştığı yerler ve mesleği hakkındaki bilgiler
Yönetici Konumundaki Üst Düzey Bürokratların Özgeçmişi	Yönetici (bürokrat) adı, eğitimi, önceden üstlendiği görevler çalıştığı yerler ve mesleği hakkındaki bilgiler

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

Bakanlığın-Belediyenin Çalışma ve Sorumluluk Alanları	Bakanlığın-Belediyenin sorumluluğunda olan kurum, kuruluşlar ve hizmet sunduğu alanlar
Vizyon	Bakanlığın-Belediyenin bakış açısı
Misyon	Bakanlığın-Belediyenin temel varoluş amacı
Basın Arşivi- Basın Bültenleri	Bakanlık-Belediye, bakan-yönetici ya da çalışanlar ile ilgili basında yer almış haberlere yönelik örneklerin yer aldığı bölüm / Bakanlığın-Belediyenin yayınlanmış basın bültenleri
<b>Site İçi Kategori Düzeni</b>	
Logo - Amblem	Bakanlığın-Belediyenin adını kendine özgü biçimde yansıtan karakter seti ya da grafik tasarım- özel tasarım ya da görsel obje
Arama Motoru	Web sayfasında aranan bilgiyi bulmaya yarayan araç
Dil seçeneği	Web Sayfasını farklı dillerde görüntüleme imkânı
Duyurular	Bakanlığın-Belediyenin duyurular başlığı altında verdiği, kurum çalışanları ve kamuyu ilgilendiren duyuruların yapıldığı bağlantı
Raporlar	Bakanlığın-Belediyenin faaliyetleri ile ilgili raporlara ulaşılabilen bağlantı
Yasal Belgeler	Bakanlık-Belediye içi yasal belgeler ve ya mevzuatların paylaşıldığı bağlantı
Etkinlikler	Bakanlığın-Belediyenin etkinlikler adı altında verdiği bağlantılar
Film ve/veya Tanıtım Videoları	Bakanlığın-Belediyenin kendisi ve/veya faaliyetleri ile ilgili film veya tanıtım videoları
Resim ve/veya Fotoğraflar	Bakanlık-Belediye ve faaliyetlere ait resim ve fotoğraflar
E-Hizmet	Bakanlık-Belediye politikalarının çevrim içi kullanılabilirliğini sağlayan bağlantı
Çevrimiçi Form	Web sayfası ziyaretçilerinin düşünce istek ve şikâyetlerini iletebilecekleri bir yazı alanının varlığı
<b>İletişim Bilgileri</b>	
Adres	Geleneksel iletişim bilgilerinin varlığı (telefon, fax, adres bilgisi)
Çağrı Hattı	Bakanlığın irtibat telefon numaralarının olduğu bağlantılar
E-posta	Bakanlık ya da sorumlu kişilere ait e-posta adresinin varlığı
Dilekçe Araçları	Web sayfası ziyaretçilerinin resmi talep niteliğinde iletebilecekleri bir yazı alanının varlığı
<b>Sosyal Medya</b>	
Facebook	Bakanlığın-Belediyenin sosyal paylaşım platformu facebook bağlantısı
Twitter	Bakanlığın-Belediyenin sosyal paylaşım platformu twitter bağlantısı

YouTube	Bakanlığın-Belediyenin sosyal paylaşım platformu YouTube bağlantısı
Instagram	Bakanlığın-Belediyenin sosyal paylaşım platformu instagram bağlantısı
Daha fazlası	Bakanlığın-Belediyenin şayet varsa diğer sosyal paylaşım platformları
<b>Diğer Aktiviteler</b>	
Sosyal sorumluluk	Bakanlığın-Belediyenin sosyal sorumluluk adı altında verdiği bağlantılar
Seminer ve Konferanslar	Bakanlığın-Belediyenin seminer ve konferanslar adı altında verdiği bağlantılar
Kutlamalar	Bakanlığın-Belediyenin kutlamalar adı altında verdiği bağlantılar

Kaynak: (Yaşar & Altıncık, 2018: 229-230; Kaya, Medeni & Sağsan, 2016:15)

Araştırma kapsamında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin bakanlıkları olan "Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Maliye, Milli Eğitim, İçişleri, Ekonomi ve Enerji, Sağlık, Tarım ve Doğal Kaynaklar, Bayındırlık ve Ulaştırma, Turizm ve Çevre, Çalışma ve Sosyal Güvenlik" bakanlıklarının web siteleri incelenmiştir.

Aynı zamanda İçişleri Bakanlığı bünyesinde hizmet veren 28 belediyenin aktif olan 17 tane belediye web sitesi de incelenmiştir. Bunlardan "Akdoğan, Gazimağusa, Erenköy, Vadili, İnönü, Dipkarpaz, Geçitkale, Serdarlı, Büyükkonuk ve Paşaköy" belediyelerin web siteleri bulunmazken, aktif hizmet veren "Lefkoşa, Girne, Güzelyurt, Gönyeli, Lefke, Lapta, Değirmenlik, Alsancak, İskele, Yeniboğaziçi, Alayköy, Dikmen, Çatalköy, Esentepe, Mehmetçik ve Tatlısu" belediyelerinin web siteleri, aynı kriterler üzerinden incelenmiştir.

Araştırma kapsamında kamu ve e-katılımcı bağlamında ilişkisi bulunan toplam 30 kriter belirlenmiş olup, bu kriterler üzerinde 3 tip sembol kullanılmıştır:

- "√" : Web site içerisinde bulunmaktadır.
- "√" : Web site içerisinde bulunmakta ancak bu özellik çalışmamaktadır.
- "–" : Web site içerisinde bulunmamaktadır.

#### A. Uygulama

Bakanlık web sitelerinin incelenmesi 18.05.2019 tarihinde saat 10:44 itibarıyla tamamlanmış ve tabloda belirtilen sonuçlar elde edilmiştir.

Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği

Tablo 4. Bakanlık Gözlem Form Çizelgesi

	Başbakanlık	Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri	Maliye	Milli Eğitim	İçişleri	Ekonomi ve Enerji	Sağlık	Tarım ve Doğal Kaynaklar	Bayındırlık ve Ulaştırma	Turizm ve Çevre	Çalışma ve Sosyal Güvenlik	
<b>Bakanlık Çalışanları ve Çalışma Prensipleri</b>												
1	Teşkilat Şeması	√	√	√	√	-	√	√	√	√	-	
2	Bakan Özgeçmiş	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
3	Bürokrat Özgeçmiş	√	√	√	√	-	-	√	-	√	√	
4	Çalışma Alanları	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
5	Vizyon	-	-	√	-	√	√	√	-	√	√	
6	Misyon	-	-	√	-	√	√	√	-	√	√	
7	Basın Arşivi	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
<b>Site İçi Kategori Düzeni</b>												
8	Logo	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
9	Arama Motoru	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	
10	Dil Seçeneği	-	√	-	-	-	-	-	√	√	√	
11	Duyurular	√	√	√	√	-	-	√	√	√	√	
12	Raporlar	√	-	√	-	-	√	√	√	√	-	
13	Yasal Belgeler	√	√	-	√	√	-	√	√	√	√	
14	Etkinlikler	-	-	-	-	-	-	-	√	√	-	
15	Tanıtım Videoları	√	√	-	-	-	-	√	-	√	√	
16	Fotoğraflar	√	√	-	-	-	-	-	√	-	√	
17	E-Hizmet	√	-	√	√	√	-	√	-	-	√	
18	Çevrimiçi Form	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>İletişim Bilgileri</b>												
19	Adres	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	
20	Çağrı Hattı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
21	E-posta	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	
22	Dilekçe Araçları	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
<b>Sosyal Medya</b>												
23	Facebook	√	√	-	-	√	√	√	√	√	√	
24	Twitter	√	√	-	-	√	√	√	√	-	√	
25	YouTube	√	√	-	-	√	√	√	-	√	√	
26	Instagram	-	-	-	-	-	-	√	-	√	-	
27	Daha fazlası	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>Diğer Aktiviteler</b>												
28	Sosyal Sorumluluk	-	-	-	√	√	-	-	-	√	√	
29	Seminerler	-	-	-	√	√	√	-	-	√	√	
30	Kutlamalar	√	-	-	√	√	√	√	√	√	√	
<b>Toplam:</b>		20	18	13	14	16	17	20	14	24	17	23

Belediye web sitelerinin incelenmesi 19.05.2019 tarihinde saat 11:50 itibariyle tamamlanmış ve tabloda belirtilen sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 5. Belediye Gözlem Form Çizelgesi

		Lefkoşa	Girne	Güzelyurt	Gönyeli	Lefke	Lapta	Beyarmudu	Değirmenlik	Alsancak	İskele	Yeniboğaziçi	Alayköy	Dikmen	Çatalköy	Esentepe	Mehmetçik	Tatlısu	
<b>Belediye Çalışanları ve Çalışma Prensipleri</b>																			
1	Teşkilat Şeması	√	-	√	-	√	√	-	-	-	-	√	√	-	-	-	-	-	-
2	Belediye Başkanı Özgeçmiş	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
3	Belediye Personel Özgeçmiş	√	-	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Çalışma Alanları	√	√	√	√	-	√	√	-	√	√	-	-	√	-	√	-	-	-
5	Vizyon	-	√	√	√	-	-	√	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-	-
6	Misyon	-	√	-	√	-	-	√	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-	-
7	Basın Arşivi	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
<b>Site İçi Kategori Düzeni</b>																			
8	Logo	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
9	Arama Motoru	√	√	-	√	-	√	√	√	√	√	-	-	√	-	√	-	-	√
10	Dil Seçeneği	-	-	√	-	√	-	-	-	-	√	√	-	-	-	√	-	-	-
11	Duyurular	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
12	Raporlar veya Meclis Kararları	√	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√	-	-	√	-	√	-	√
13	Yasal Belgeler	-	√	√	-	√	√	√	-	-	√	√	√	-	√	√	√	√	-
14	Etkinlikler	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√
15	Tanıtım Videoları	√	-	√	√	√	-	-	-	-	-	√	-	-	√	-	-	-	√
16	Fotoğraflar	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√
17	E-Hizmet	√	√	√	-	√	-	-	√	√	√	√	√	√	-	-	√	-	-
18	Çevrimiçi Form	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>İletişim Bilgiler</b>																			
19	Adres	√	√	-	√	√	√	-	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√
20	Çağrı Hattı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
21	E-posta	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	-	√	√	-	-	√
22	Dilekçe Araçları	√	√	-	√	√	√	-	√	√	√	√	-	-	√	√	√	√	√
<b>Sosyal Medya</b>																			
23	Facebook	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	-	√	-	√	-	√
24	Twitter	√	-	√	√	-	√	-	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	√
25	YouTube	√	-	√	√	√	√	√	√	-	-	√	-	-	-	-	-	-	√
26	Instagram	√	-	√	-	-	√	-	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	√
27	Daha fazlası	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Diğer Aktiviteler</b>																			
28	Sosyal Sorumluluk	√	√	√	√	-	-	√	√	√	√	-	√	√	√	-	√	-	-
29	Seminerler	√	√	√	√	-	√	√	√	-	√	-	√	-	√	-	√	-	-
30	Kutlamalar	√	√	√	√	-	-	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	-
<b>Toplam:</b>		24	20	23	19	18	15	15	20	13	19	15	12	4	14	14	14	14	8

## **VI. Bulgular**

Bakanlık ve belediyelerin sosyal medya kullanımı, halkla ilişkiler bağlamında son derece önemli olan günümüzde, sosyal medya hesapları üzerinden sundukları hizmetlerin neler olduğu da bir o kadar önemlidir. Yapılan bu araştırma çalışmasında bakanlık ve belediyelerin sosyal medya hesapları, kurum – e-katılımcı açısından ne derece sağlanabildiği, sunulan hizmetlerin neler olduğu ve bu hizmetlerin site bünyesinde ne ölçüde barındırıldığı gözlemlenmiştir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Başbakanlık ve Bakanlıklar başta olmak üzere, KKTC İçişleri Bakanlığı'na bağlı olan 28 belediyenin aktif hizmet sunan 17 belediyenin web sitesi içerik analiz yöntemiyle incelenmiş ve sonuçlandırılmıştır. Bu bilgilere ek olarak Gazimağusa belediyesinin web sitesi de bulunmaktadır ancak siteye erişim sağlanamamaktadır. Bu yüzden Gazimağusa belediyesinin web sitesi incelenmemiştir. Erişimi bulunmayan sitelerin ekran görüntüleri EK-1 ve EK-2 de belirtilmiştir.

### **A. Bakanlık Gözlem Form Bulguları:**

Yapılan gözlem sonucunda belirlenen 30 kriter içerisinden çalışmayan özellikler de çıkarılarak 24/30 oranla hizmet sunan “Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı” en başarılı hizmet sunan bakanlık olarak tespit edilmişken, 13/30 oran ile en düşük hizmet veren bakanlık, Maliye Bakanlığı olmuştur.

Gözlem sonucunda ilk dikkati çeken nokta “Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Maliye ve Milli Eğitim” bakanlıkları hariç diğer “Başbakanlık, İçişleri, Ekonomi ve Enerji, Sağlık, Tarım ve Doğal Kaynaklar, Bayındırlık ve Ulaştırma, Turizm ve Çevre, Çalışma ve Sosyal Güvenlik” bakanlıkları tek tip tema tasarımı çatısı altında hizmet vermesidir.

**Bakanlık Çalışanları ve Çalışma Prensipleri:** Teşkilat şeması İçişleri ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları hariç diğer bütün bakanlıklarda bulunmaktadır. Özellikle bakan özgeçmişine özen gösterilmiş ve bütün bakanlıklar ilgili bakanın özgeçmişlerini paylaşmıştır. Bürokrat özgeçmişine İçişleri, Ekonomi ve Enerji, Turizm ve Çevre, Tarım ve Doğal Kaynaklar bakanlıkları yer vermezken, diğer bakanlıklar üst düzey yöneticilerin özgeçmişlerini açıkça belirtmiştir. Kurumun entellektüel sermayesinin topluma yansıtılması açısından özgeçmiş ve uzmanlık alanlarının aktarılması önemlidir. Çalışma alanları bütün bakanlıklarda açıkça belirtilmiş olup, yine aynı şekilde bütün bakanlıklar basın arşivlerine özen göstererek haberleri servis etmişlerdir. Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı ve Dış İşleri, Milli Eğitim, Tarım ve Doğal Kaynaklar Bakanlıkları vizyon ve misyonlarını belirtmezken, diğer bakanlıklar açıkça vizyon ve misyonlarını belirttikleri gözlemlenmiştir.

**Site İçi Kategori Düzeni:** Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Ekonomi ve Enerji, Bayındırlık ve Ulaştırma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları site içinde kendi logolarını kullanırken, diğer bütün bakanlıklar “Başbakanlık” logosunu kullanmaktadır. Maliye Bakanlığı hariç diğer bütün bakanlıklarda arama motoru bulunmaktadır ancak bunlardan Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Milli Eğitim bakanlıkları hariç diğer tüm

bakanlıkların arama motorları aktif çalışmamakta ve hata vermektedir. Bayındırlık ve Ulaştırma, Turizm ve Çevre bakanlıkları hariç diğer tüm bakanlıkların geçmiş ve/veya gelecek faaliyetlerini gösteren etkinlikler takvimleri bulunmamaktadır. Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Milli Eğitim ve İçişleri bakanlıkları hariç diğer bakanlıklar raporlarını kategori düzeni çerçevesinde belirtmektedir. İçişleri, Ekonomi ve Enerji bakanlıkları hariç diğer bakanlıklar web sitelerinde duyurular bölümünde bakanlık duyurularını paylaşmaktadır. Maliye ve Sağlık Bakanlığı hariç diğer bakanlıklar yasal belgeleri sunarken bunlardan Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri ve İçişleri bakanlıklarının yasal belgeler kategorileri aktif hizmet vermemektedir. Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Bayındırlık ve Ulaştırma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik bakanlıklarının ikinci bir dil seçeneği olarak İngilizce dilinde aktif hizmet vermektedir. Tarım ve Doğal Kaynaklar bakanlığının yabancı dil seçeneği bulunmaktadır ancak aktif olarak çalışmamaktadır. Başbakanlık, Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri, Sağlık (sadece fotoğraflar kategorisi bulunmamakta), Bayındırlık ve Ulaştırma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları kurumu adına tanıtıcı fotoğraf ve videolar paylaşırken diğer kurumlar kategori halinde paylaşımında bulunmamaktadır. Sadece görsel adına basın arşivlerinde haber kaynağı içerisinde bulunan ilgili haberin görselleri bulunmaktadır. Devletin en önemli hizmet yapıtaşı olan e-hizmet bölümü Başbakanlık, Maliye, Milli Eğitim, İçişleri, Sağlık, Çalışma ve Sosyal Güvenlik bakanlıklarında bulunurken, diğer bakanlıklarda bu hizmetler sunulmamaktadır. Çevrimiçi formlar vatandaşların interaktif iletişim sağlayabildikleri birer ortam konumunda iken bakanlıkların hiçbirinde bu iletişim platformu bulunmamaktadır.

**İletişim Bilgileri:** Milli Eğitim Bakanlığının adres ve e posta bilgileri, Turizm ve Çevre Bakanlığının adres bilgileri hariç diğer tüm bakanlıklar açıkça adreslerini, çağrı hatlarını, e-posta servislerini ve dilekçe araçlarını web sitelerinde barındırmaktadır. Maliye Bakanlığının adres bölümü olmasına rağmen açık adresi net olarak belirtilmemiştir “Adres: Maliye Bakanlığı – Lefkoşa” şeklinde yazılmıştır. Kriter üzerine adres bölümü açık ve anlaşılır olması gerektiğinden dolayı bu adres kırmızı tik ile gösterilmiştir.

**Sosyal Medya:** Genel olarak tablo incelendiğinde Maliye ve Milli Eğitim Bakanlıkları hariç diğer bütün bakanlıkların Facebook, Twitter ve YouTube hesapları web sitelerine entegre edilmiştir. Sadece Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığının Twitter hesabı, Tarım ve Doğal Kaynaklar, Turizm ve Çevre Bakanlıklarının YouTube hesapları bulunmamaktadır. Ayrıca Sağlık, Bayındırlık ve Ulaştırma, Turizm ve Çevre Bakanlıklarının ise Instagram hesapları bulunmaktadır ancak bunlardan Turizm ve Çevre Bakanlığın Instagram bölümü çalışmamaktadır. Bütün bakanlıkların bu belirlenen kriterler dışında ekstra bir sosyal medya hesabı bulunmamaktadır.

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

**Diğer Aktiviteler:** Diğer aktiviteler bölümünün tespiti için öncelikle site içi arama motoru kullanılmaya çalışılmıştır. Arama motoru çalışmayan bakanlık ve belediyeler için basın arşivleri bölümünden geriye dönük tarihler ve gönderiler incelenerek, hangi birimlerin ne gibi faaliyetler sergiledikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda bakanlıklar, bu kategori durumu için genel olarak web sitelerinde kutlamalara ağırlık verdiği görülmüştür. Başbakan Yardımcılığı ve Dışişleri ile Maliye Bakanlığı hariç diğer bütün bakanlıklar kutlamalara yer vermiştir. Sosyal sorumluluk adı altında Milli Eğitim, İçişleri, Turizm ve Çevre ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları paylaşımlarda bulunurken diğer bakanlıklar bu alanda bir faaliyet gösteremedikleri gözlemlenmiştir. Milli Eğitim başta olmak üzere, İçişleri, Ekonomi ve Enerji, Bayındırlık ve Ulaştırma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik bakanlıkları ise seminer ve konferanslar organize ettikleri gözlemlenmiştir.

**B. Belediye Gözlem Form Bulguları:**

Yapılan gözlem sonucunda aynı şekilde uygulanan 30 kriterli tabloda, çalışmayan özellikler de çıkarıldığında 24/30 oranla hizmet sunan “Lefkoşa Türk Belediyesi” en başarılı hizmet sunan belediye olurken, 8/30 oran ile en düşük hizmet veren belediye ise Tatlısu Belediyesi olmuştur.

**Belediye Çalışanları ve Çalışma Prensipleri:** Belediye, belediye başkanı özgeçmişine özen göstererek (Gönyeli Belediyesi hariç) tüm belediyeler başkanın özgeçmişine sitede yer vermiştir. Ancak belediye başkanı kadar bürokrat özgeçmişine özen gösterilmeyerek Lefkoşa ve Değirmenlik belediyeleri hariç diğer bütün belediyeler bürokrat özgeçmişini paylaşmamıştır. Bununla beraber teşkilat şeması Lefkoşa, Güzelyurt, Lefke, Lapta ve Yeniboğaziçi belediyelerinde sıralanırken (Alayköy’de de bulunmakta ancak bağlantı çalışmamaktadır) diğer belediyeler sadece meclis üyelerini paylaşmaktadır. Çalışma alanları neredeyse yarı yarıya oranla belediyelerin “belediye” kategorilerinde belirtmeye çalışılmıştır. Güzelyurt’un misyonu hariç, Girne, Gönyeli, Beyarmudu ve Dikmen belediyeleri gelecek hedeflerine yönelik vizyon ve misyonlarını açıkça belirtmişlerdir. Belediyeler basın arşivlerine özen göstererek (Tatlısu Belediyesinin bağlantı linkinin bozuk olmasıyla birlikte) bütün belediyeler basın/haber arşivi bölümü oluşturmuş ve belediyenin işlemiş olduğu aktiviteleri düzenli olarak burada paylaşmıştır.

**Site İçi Kategori Düzeni:** Bütün belediyeler bakanlıklara nazaran kurumsal logoya sahip olduklarını göstererek sitelerinin en üstünde sergilemiştir. Duyurularda (yine Tatlısu Belediyesinin bağlantı linkinin bozuk olmasıyla birlikte) bütün belediyeler açıkça duyurularını belirtmiştir. Belediyeyi tanıtıcı fotoğraflar bölümü Girne, Beyarmudu, Alsancak ve Dikmen belediyeleri hariç diğer belediyeler tarafından paylaşılırken, (yine Tatlısu Belediyesinin bağlantı linkinin bozuk olmasıyla birlikte) özellikle tanıtıcı videolara özen gösterilmemiş olup Lefkoşa, Güzelyurt, Gönyeli, Lefke, Yeniboğaziçi ve Çatalköy hariç diğer belediyeler tanıtıcı videolarını yayınlamadığı gözlemlenmiştir. Gönyeli ve Alayköy belediyeleri hariç (Alsancak ve Dikmen belediyelerinde de bulunmakta



ancak aktif olarak çalışmamaktadır) diğer tüm belediyeler etkinlik takvimi oluşturarak vatandaşlarıyla paylaşmıştır. Güzelyurt, Lefke, İskele ve Yeniboğaziçi belediyelerinde ikinci bir dil seçeneği olarak İngilizce dili bulunmaktadır (Esentepe belediyesinde de bulunmakta ancak çalışmamaktadır). Yine Güzelyurt, Lefke, Yeniboğaziçi, Çatalköy ve Mehmetçik belediyeleri hariç diğer tüm belediyelerde arama motorları bulunmaktadır (Tatlısu'da bağlantı linki çalışmamaktadır). Belediyenin yasal tüzük ve belgelerine ilişkin Girne, Güzelyurt, Lefke, Lapta, İskele, Alayköy ve Çatalköy yer verirken (Beyarmudu, Yeniboğaziçi, Esentepe ve Mehmetçik belediyelerinin bölümleri bulunmakta ancak çalışmamaktadır) diğer belediyeler yasal belgelere ilişkin herhangi bir belge paylaşımında bulunmamışlardır. Raporlar bölümüne ek olarak "Meclis Kararları" ibaresinin eklenmesinin asıl sebebi Bakanlık ve Belediyelerin faaliyet raporlarını farklı isimlerle adlandırılabilceği düşünüldüğünden, belediye kararları rapor faaliyeti olarak ele alınmış ve bu şekilde incelemeye tabi tutulmuştur. Bu kapsamda Lefkoşa, Girne, Güzelyurt, Lefke ve Mehmetçik belediyelerinin rapor/meclis karar raporları bulunurken (yine Beyarmudu, Değirmenlik, İskele, Yeniboğaziçi, Çatalköy ve Tatlısu belediyelerinin bağlantı linkleri aktif çalışmamaktadır) diğer belediyeler bu raporlarla ilgili herhangi bir istatistiksel veri paylaşımında bulunmamışlardır. Bir kurumun vatandaşlarıyla iletişiminin en kuvvetli bağı olan E-hizmette ise Lefkoşa, Girne, Güzelyurt, Lefke, Değirmenlik, Alsancak, İskele, Alayköy, Dikmen ve Mehmetçik belediyeleri (Yeniboğaziçi belediyesinin e-hizmet bölümü bulunmakta ancak link bağlantısı çalışmamaktadır) aktif olarak vatandaşlarına elektronik hizmet sağlamaktadır. Bakanlıklarda olduğu gibi interaktif katılımın merkezi olan çevrimiçi formlar belediyelerde de bulunmamaktadır. Lefkoşa Türk Belediyesi, Lefke, Değirmenlik, Alayköy ve Dikmen belediyelerinde vatandaşlar elektronik olarak faturalarını ödeyebilmektedirler. Girne ve Güzelyurt belediyelerinde ise online olarak borç sorgulayabilmektedirler.

**İletişim Bilgileri:** İletişim bilgilerinde öncelikle bütün belediyelerin çağrı hatlarının bulunduğu gözlenmiştir. Adres bilgileri için Güzelyurt, Beyarmudu ve Alsancak, e-posta için Yeniboğaziçi, Dikmen ve Mehmetçik, Dilekçe araçları için yine Güzelyurt, Beyarmudu, Alayköy ve Dikmen belediyeleri hariç, diğer bütün belediyeler adres ve e-posta bilgilerini, buna ek olarak dilekçe kutularını servis etmiştir. Bazı belediyeler iletişim bilgilerini web sitenin iletişim bölümünde bulundururken bazı belediyeler ise ana sayfanın en alt kısmında iletişim bilgilerini paylaşmaktadır.

**Sosyal Medya:** Facebook bağlantısı için Alayköy, Dikmen ve Esentepe belediyeleri hariç diğer tüm belediyeler Facebook hesaplarını web sitelerinde paylaşmıştır. Diğer sosyal medya hesapları için o kadar ilgi gösterilmediği saptanmıştır. Lefkoşa, Güzelyurt, Gönyeli ve Değirmenlik belediyelerin Twitter hesabı bulunmaktadır. Lapta ve Tatlısu belediyelerinin hep Twitter hem Instagram hem de YouTube hesap bölümleri bulunmaktadır ancak bağlantı linkleri çalışmamaktadır. YouTube hesabı Lefkoşa, Güzelyurt, Gönyeli, Lefke,

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

Değirmenlik ve Yeniboğaziçi belediyelerinde bulunmaktadır. Lefkoşa, Güzelyurt ve Değirmenlik belediyelerinin Instagram hesabı bulunmaktadır. Bütün belediyelerin sosyal medya hesapları incelendiğinde belirtilen kriterler dışında ne belirtilenlerden bir fazla ne de belirtilen kriterlerin dışında başka bir sosyal medya hesapları bulunmamaktadır.

**Diğer Aktiviteler:** Belediyeler aktivitelerin çok yapıldığı kurumlar olarak öne çıktığından dolayı bakanlıklara nazaran belediyelerin sosyal sorumluluk, seminer ve kutlama gibi faaliyetleri daha yüksek oranda olduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda Lefke, Lapta, Yeniboğaziçi, Esentepe ve Tatlısu belediyeleri hariç diğer tüm belediyeler sosyal sorumluluk kapsamında en az bir faaliyeti bulunmaktadır. Seminerler kapsamında yapılan konferanslar veya eğitimler için yine Lefke, Alsancak, Yeniboğaziçi, Çatalköy ve Tatlısu belediyeleri hariç diğer tüm belediyeler faaliyetlerde buldukları gözlenmiştir. Aynı şekilde yine Lefke, Lapta, Çatalköy ve Tatlısu belediyeleri hariç diğer tüm belediyeler kutlamalar adı altında şenlikler veya özel gün kutlamalarında bulunmuşlardır.

## VII. Öneriler

Kamu kurum ve kuruluşların, araştırma kapsamı içerisinde belirtildiği gibi halka ilişkiler ve e-katılımcılık yönünden web sitelerinde olması gereken başlıca birçok özellik vardır. İlgili gözlem formunun ölçek kriterleri temel alındığında bakanlık ve belediyelerin hizmetleri karşılaştırılacak olursa bazı özellikler ön plana çıkmaktadır.

Başlıca bir kurumun şeffaflığı ve doğruluğu açısından, kurum içerisinde bulunan bütün personel birimin hangi bölümde ne gibi bir faaliyet yürüttüğü net bir şekilde ifade edilmesi/belirtilmesi gerekmektedir. Bu uygulama şeffaflığı artırmakla beraber, vatandaşlara yetkili kişiye ulaşma şansı verecektir. Özellikle kurum idaresinin e-katılımcılığın şeffaf ve doğruluğunun korunması açısından kurumun temel esasları içerisinde ilgili müdür ya da yönetici başta olmak üzere, personel birimlerinin bilgileri, şeması ve çalıştıkları birimin çalışma faaliyetleri net ve düzgün bir şekilde kamuoyuyla paylaşılması gerekmektedir. Özellikle “Bakanlık ve Belediye” kapsamında durum incelenecek olursa bu sayılan ölçütlerin tamamının net ve düzgün bir şekilde bakanlık ve belediye web sitelerinde düzgün bir biçimde paylaşılması gerekmektedir. Tablo incelendiğinde bakanlıkların teşkilat şeması ve bürokrat özgeçmişlerine, belediyelere nazaran daha fazla özen gösterildiği gözlemlenmiştir. Belediyelerin bu hususta bürokrat özgeçmişlerine biraz daha dikkat etmeleri gerekmektedir. Bakanlık ve belediyelerin, kurumun gelecek planlamasına dair misyon ve vizyon adlı altında, yakın zamana ilişkin faaliyet raporlarını veya ileriye dönük yapılacak olan plan veya projelerini insanlara duyurmaları şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından önemlidir. Bu kapsamda tablo bulguları göz önüne alındığında bakanlıkların belediyelerden daha fazla gelecek planlamalarına dair bilgileri barındırdıkları

görülmüştür. Ancak vizyon ve misyonu barındırmayan bakanlıkların özellikle bu kategorileri inşa etmeleri ve halk ile paylaşımları gerekmektedir.

Bir web sitesi tasarlanırken, şablonlar, kategoriler, tema şekli ve/veya diğer özellikleri önceden belirlenmeli ve ona göre bir taslak ortaya çıkarılmalıdır. Yani tema düzeni ve tasarım şekli, taslak oluşturulmadan önce yapılması gereken bir durumdur. Bu kapsamda özellikle bakanlıkların web sitelerinin tek bir tema çatısı altında bulundurulması, devletin bütünlüğü ve kullanıcı kolaylığı açısından çok önemlidir. Kurumlar, kendi özel logoları ve aktiviteleri ile kendi farklılıklarını sitelerinde yansıtabilirler. Planlanan faaliyetlere ilişkin bir etkinlik takvim bölümü, vatandaşların kurum tarafından yapılmış olan ve bu kapsamda bilmesi gereken faaliyet raporları, kurumun münhal duyuruları ya da ilanlarını paylaşabileceği bir duyuru bölümü, resmi bir kurum olduğunu ispat eden yasal belgeleri (yasalar veya tüzükler), kurumu pozitif yönde tanıtacak video/kamu spotu veya görselleri, site içi dolaşımının rahat olması ve aranan bilgilerin kısa sürede bulunabilmesini sağlayacak bir site içi arama motoru, ikinci ülke vatandaşları göz önünde bulundurularak, resmi kurum içerisindeki aktivitelerin takip edilebilmesini sağlayacak başta İngilizce olmak üzere alternatif dil seçenekleri, vatandaşlarla interaktif bir iletişim ile aktif katılım sağlanarak gelecek planlamasında iştirak hareket ederek, istek ve şikâyetlerin sunulabileceği (kastedilen istek/dilek/şikâyet kutusu değildir tam aksine bir üye sistemi şeklinde vatandaşların kimlik kartı numaraları ile girip, ilgili birimlerle form mantığıyla iletişim kurulduğu bir ortamın oluşturulması) bir çevrimiçi formunun bulundurulması, kurumun saygınlığı açısından pozitif yönde büyük önem arz etmektedir.

Özellikle Avrupa belediyelerinde yaygın olarak bulunan, başkana mesaj bölümü eklenerek, belediyelerin e-katılımcılık yönünün artırılması sağlanabilir. Bakanlıklara da bakana mesaj bölümü eklenmesi teorik olarak mümkün görülsede, bakanların gündelik programı düşünüldüğünde bakana mesaj bölümü pratikte etkin olarak kullanılamayabilir. Sunulan servisin hizmet vermemesi, uzun vadede e-devlet uygulamalarına olan inancı ve kullanım isteğini düşürme riski taşımaktadır.

Elektronik vergi ödeme imkanı sağlayan Maliye Bakanlığı sitesi, bu hizmetleri bakanlık sitesi üzerinden sağlamadığı için bütünlükçü bir bakış açısı sağlanamamıştır. E-vergi fonksiyonlarının bakanlık sitesi üzerinden sağlanması, bakanlık fonksiyonlarının elektronik ortamda da bütünlükçü bir şekilde sağlanmasını sağlayacaktır. Bakanlık bürokrat ve çalışanlarının özgeçmiş ve uzmanlıklarının web sitesinde gösterilmesi kurumun insan kaynağı ve entellektüel sermayesinin aktarımı açısından önem taşımaktadır. Web sitelerinde, bakanın ajanda ve takviminin bulunması kurum şeffaflığını artırmak açısından yararlı olacaktır. Bazı bakanlıkların sosyal medya hesapları olmasına rağmen web sitelerine entegre edilmediği görülmüştür. Sosyal medya hesaplarının web sitelerine eklenmesi e-katılımcılığın artması açısından önemlidir. Bakanlıkların adresleri web sitelerinde açık adres olarak Türkçe ve İngilizce olarak

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

yazılmalıdır. Ayrıca günümüz teknolojilerinin kullanımı düşünüldüğünde bakanlıkların adresinin lokasyonunun sağlanması, özellikle ülkede yaşayan yabancı nüfusun bakanlıklara ulaşımı açısından kolaylık sağlayacaktır. Aktif olan e-devlet hizmetlerinin portal aracılığı ile sitelere eklenmesi bütünsellik açısından önemlidir. 1 Nisan 2008’de hizmet vermeye başlayan KKTC E-Devlet Portalı’nın güncellenip aktif bir şekilde uygulamada olması, günümüzün gerekliliği olan e-vatandaş dönüşümüne yarar sağlayacaktır (Ek-3 ve Ek-4). Dijitalleşmenin stratejik avantaj olduğu günümüzde, kurumların etkin bir şekilde dijitalleşmesi elzem önem taşımaktadır.

Bir bakanlığın web sayfasındaki bir özelliğin aktif olarak çalışmaması, kurum imaj ve prestijini negatif yönde etkilemektedir. Bu sebeple bakanlıkların web siteleri istenilen ölçütlere uygun bir tasarıma kavuşması beklenmektedir. Belediyelerin web siteleri her bir belediyeye özgü dizayn edilmiş olup, bakanlıklara kıyasla e-katılımcılık yönünden daha gelişmiştir. Kurum şeffaflığı açısından bürokrasi bilgilerinin açıkça paylaşılması gerekmektedir. Diğer bir konu ise resmi bir kurumun vatandaşlarına sağlamış olduğu hizmetleri elektronik ortam üzerinden katılımcılara zaman, mekân ve/veya maliyetten tasarruf sağlayarak, vatandaşlarla iletişimi interaktif sağlayabileceği, hizmetler sunacağı e-hizmetlerdir. E-hizmet bir resmi kurumun elektronik hizmet olarak bütün bu sayılan özelliklerin dışında olması gereken en önemli özellikler arasında yer almaktadır. Tablolar incelendiğinde 6/11 oranla bakanlıkların, 1 tanesinin aktif çalışmadığı göz önüne alınıp çıkarıldığında 10/17 oranla e-hizmet veren belediyelerin, bakanlıklardan daha aktif hizmet verdiği görülmektedir (0,54<0,58). Bu ölçüde bakanlıkların elektronik hizmet faaliyetlerini daha çok artırmaları ve web sitelerinde e-hizmet sayısını artırmaları gerekmektedir.

Vatandaşların kurum ile iletişim kurabilecekleri, doğrudan ulaşabilecekleri bir bölümün olması, halkla ilişkiler ve e-katılımcılık açısından önemlidir. Özellikle kurumun ilgili birimleriyle irtibat kurabilecekleri çağrı hattı ve kodlarının (santral sisteminin) bulunması, WhatsApp/Viber mesajlaşma servislerinin eklenmesi, zaman tasarrufu sağlayarak katılımcılar tarafından işlemlerin çabucak yapılabilmesine yardımcı olacaktır. Kurumun e-posta adreslerinin açıkça gösterilmesi istek/dilekçe/şikâyet gibi belgelerin gönderimi, resmi yazışmaların açıklığı gibi birçok özellik için yardımcı olacaktır. Buna ek olarak yine istek/dilekçe/şikâyet gibi durumların yine zamandan kazanılarak bir dilekçe kutusu/aracı şeklinde iletişim bölümünde bulundurulması, vatandaşların kurum tarafın önemli görülmeleri bu ölçüde değerli hissetmeleri açısından önem arz edecektir. Buna ek olarak da adres bilgilerinin açık, anlaşılır ve düzgün bir biçimde yazılması da vatandaşların ilgili kurumu rahatlıkla bulabilmesine yardımcı olacaktır. Bütün bu özellikler çerçevesinde tablolar incelenecek olursa hem bakanlık hem de belediyeler tarafından iletişim bilgileri eksiksiz ve doğru bir biçimde paylaşıldığı görülmüştür. Birkaç bakanlık ve belediyelerin adres ve e-postaları hariç neredeyse bütün bilgiler tam olarak bulunmaktadır. Tabloda

görülen bakanlık ve belediyelerin, en kısa süre içerisinde iletişim bilgi eksikliklerini gidermesi beklenmektedir.

Günümüzde sosyal medyanın bu denli hızlı büyümesi ve gelişmesinin de etkisiyle kurum-vatandaş ilişkisinde yani “e-devlet ve e-katılımcılık” açısından ciddi anlamda önemli bir konuma gelmiştir. Kurumların sosyal medya hesapları ile vatandaşlarına bilgiler vermesi, duyurularda bulunması, yapılan icraat ve aktiviteleri videolarla görsellerle aktarması, kurum itibarı ve imajı açısından birer artı puan olarak görülmektedir. Bu kapsamda yeni medyanın öncülerinden olan Facebook, Twitter, Instagram veya YouTube gibi sosyal paylaşım platformlarının insan hayatına girmesiyle, özellikle resmi kurum ve özel sektörlerde halkla ilişkiler bağlamında iletişim aracı olarak en çok kullanıldığı şu günümüzde, kurumların sosyal medyayı etkin ve aktif kullanmaları, kurum açısından ekstra bir avantaj ve olumlu bir imaj yaratacaktır. Bütün bunlara bağlı olarak değerlendirme tablosu incelendiğinde bakanlıkların sosyal medya kullanımı açısından belediyelerden daha aktif oldukları gözlemlenmiştir. Bakanlıklar Facebook, Twitter ve YouTube gibi sosyal medya platformlarının birçoğunda aktif hizmet verirken, bir kaç belediye hariç belediyeler geneli sadece Facebook hesaplarında paylaşımında bulunmaktadır. Bu kapsamda belediyelerin bu tür sosyal medya platformlarını (özellikle Twitter, Instagram gibi) daha aktif kullanmaları gerekmektedir. Çünkü belediye-vatandaş ilişkisi bakanlık-vatandaş ilişkisine göre daha etkileşimseldir. Bu ölçüde halkla daha yakın ve iç içe olan belediyelerin sosyal medya platformlarını daha etkin kullanmaları, kurum açısından daha yararlı olacaktır.

Kurumların sosyal sorumluluk kapsamında projeler başlatması, bilgilendirici veya eğitici seminerler/konferanslar vermesi/hazırlaması, özel günlerde kutlama mesajları paylaşması veya özel günler için kutlamalar düzenlemesi, kurumun imajını olumlu yönde etkileyecek davranışlardır. Yine bu kapsamda tablolar incelendiğinde belediyelerin fark edilir ölçüde bakanlıklardan çok daha etkili ve aktif olduğu görülmektedir. Belediyeler başlatmış oldukları sosyal sorumluluk projeleri ile insanlarla daha ilgili iken aynı zamanda kutlamalar veya festivaller düzenleyerek sosyalleşmeye doğrudan etkili olduğu görülmektedir. Bakanlıklar aktiviteler kapsamında belediyelerden daha geri plandadır. Yeni gelen kuşakların teknoloji kullanımı düşünüldüğünde bakanlıkların paydaşlarla birlikte yürütebilecek sosyal sorumluluk projelerini elektronik ortamda başlatması hem e-katılımcılığı artıracak hem de yürütülen proje sayısına olumlu yansıtacaktır.

### **VIII. Sonuç**

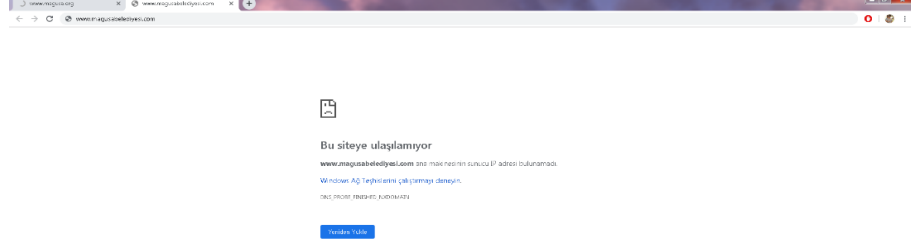
Bu çalışma sonucunda, bakanlık ve belediye web siteleri e-katılımcılık yönünden incelenmiş ve önerilerde bulunulmuştur. Elde edilen gözlem bulgularına göre belediye web sitelerinin, bakanlık web sitelerine oranla daha etkin ve aktif kullanıldığı gözlemlenmiştir. Özellikle nüfus olarak kalabalık olan Lefkoşa, Girne ve Güzelyurt gibi ilçe belediyelerinin diğer belediyelere nazaran

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*

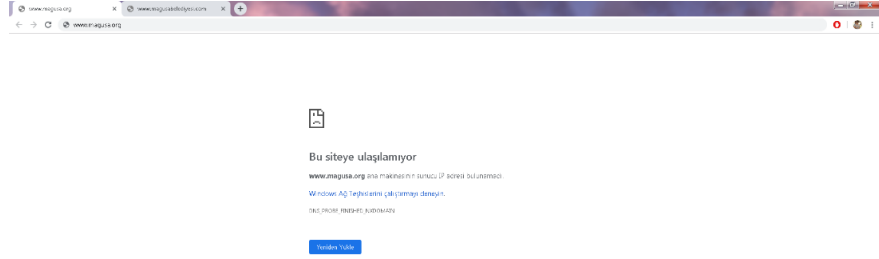
daha çok hizmet özelliklerine sahip olduğu saptanmıştır. Daha önce yapılan belediye sitesi incelemesi çalışmasında (Kaya vd, 2016) nüfusa oranla site gelişimi ters orantılı iken, güncel çalışmada çelişen bu sonuç son üç senede artan dijitalleşme farkındalığı ve vatandaşların talebi nedeniyle olabilir. Araştırma kapsamında web sitelerin içerisinde bulunan kategoriler ve sunulan hizmetler bazı alındığından dolayı temaların dizayn şekilleri, görünümü bu kapsamda incelenememiştir. Geçmiş çalışmalara kıyasla özellikle belediyelerin web site sayısında küçükte olsa bir artış görülmektedir. Kaya vd. (2016)'nın KKTC'de yapmış olduğu araştırma çalışmasında "28 belediyenin 16'sında internet sitesinin bulunduğunu" belirtmişlerdir. Ancak bu çalışma sonrasında aradan geçen 3 yıl içerisinde bu belediyelere 2 yeni web site daha eklenerek sayı 18'e ulaşmıştır. Erişim kısıtlılığından dolayı bu 18 belediyeden olan Mağusa Belediyesi'nin web sitesine teknik sebeplerden dolayı erişim sağlanamadığından (Bknz. Ek: 1 ve 2) bu kapsamda çalışmada aktif hizmet sunan 17 belediyenin web siteleri incelenmiştir. Bakanlık web sitelerinde genel olarak sunulmayan hizmet dışında sunulan hizmetlerin çalışmaması, web sitelerinin bilgi sağlama anlamında henüz yüzde yüz etkin olmadığını göstermektedir. Örneğin tek tema çatısı altında hizmet sunan bakanlıkların web sitelerinin hiçbirinde arama motorları çalışmamaktadır. Özellikle interaktif iletişimin öncülerinden olan form sistemi hem bakanlık hem de belediyelerce kullanılmaması ortaya çıkan başka bir eksikliklerdir. Vatandaşlarla iletişimin daha çok artırılması için çevrimiçi formların kullanılmasını kurum adına daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Sosyal medyanın etkin kullanımı ile formlar yerini sosyal medya tartışmalarına da bırakabilir. Hem bakanlıkların hem de belediyelerin iletişim kanalı olarak daha çok basın arşivlerini kullandıkları gözlemlenmiştir. Beklenti yönünde belediyelerin bakanlıklardan daha çok sosyal aktiviteler ile vatandaşlarına hizmet sunduğu görülmüştür. Belediyelerin yerinden yönetim felsefesi ile insan hayatına dokunan aktiviteler yapması ve bunu elektronik ortamda aktarması doğaldır. Kurum ve kuruluşların e-katılımcılık yönünden pozitif yönde iletişimini sağlanan hizmet ve çift yönlü diyalog araçları (soru – cevap, başkana mesaj, anket, oylama, düşünce bildirim formu vs) ile daha çok artırabileceği düşünülmektedir. Örneğin yapılacak olan sokak ismi değişikliklerinde vatandaşlara sosyal medya üzerinden anket yapıp vatandaşların e-katılımcılıkları artırılabilir. Siyasi istikrarsızlık sebebiyle hükümetlerin, dolayısıyla bakanlıkların sürekli değişmesi, e-devlet stratejisinin sürdürülebilir bir devlet politikası haline gelmesini engellemekte ve e-devlet uygulamalarını olumsuz yönde etkilemektedir. E-devletin hükümet politikası yerine devlet politikası olması, çağımızın olmazsa olmazı olan dijital vatandaş, dijital toplum, ve dijital devlet dönüşümü için önem taşımaktadır.

*Tuğberk KAYA, Ahmet Selim ÖVER*

**EK-1** Tarih: 27/05/2019 Saat: 11:03



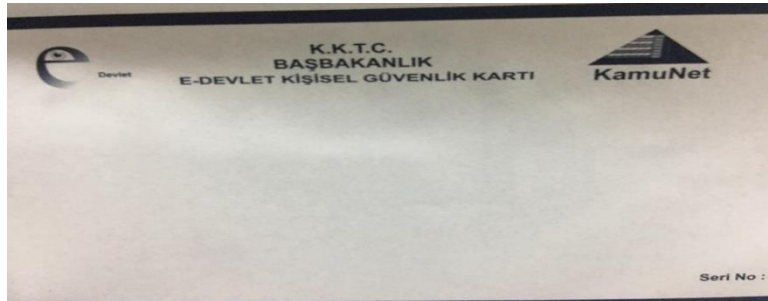
**EK-2** Tarih: 27/05/2019 Saat: 11:03



**Ek-3** Dönemin Başbakanı Ferdi Sabit Soyer'e Kamu Net üyeleri Gökhan Şengör, Necdet İcil, ve Eralp Curcioğlu tarafından KKTC E-Devlet Kapısı Kişisel Güvenlik Kartı takdimi - 26 Mart 2008



**Ek-4** KKTC E-Devlet Kişisel Güvenlik Kartı – Mart 2008



**Kaynaklar**

- Arslan, S. (2017). (*Proceedings Book*) *Kamu Kurum Ve Kuruluşlarının Halkla İlişkiler Faaliyelerinde Websitesi Ve Twitter Kullanımları: Kktc Cumhurbaşkanlığı Örneği*. (H. Kahya, Ed.). İstanbul.
- Askeroğlu, E. D., & Karakulakoğlu, S. E. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik ‘Yurttaş Gazeteciliği’: Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(1), 508–536.
- Aydın, M. P. (2018). *Belediyelerde Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme*. Marmara Üniversitesi.
- Baştan, S., & Gökbnar, R. (2004). Kamu Hizmetlerinin Sunumunda E-Devletle İlgili Yeni Gelişmeler: Tümleşik E-Devlet Sistemlerine Doğru. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 71–89.
- Çimen, M., Çizmeci, E., Deniz, S., & Erkoç, B. (2015). Hastane Tercihinde Sosyal Medya Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 1203–1210.
- Demirel, D. (2006). E-Devlet Ve Dünya Örnekleri. *Sayıştay Dergisi*, (61), 83–118.
- Demirli, C., & Kütük, Ö. F. (2010). Anlamsal Web (Web 3.0) Ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 9(18), 97–107.
- Efendioğlu, A., & Sezgin, E. (2007). E-Devlet Uygulamalarında Bilgi Ve Paylaşım Güvenliği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 219–236.
- Eralp, M. Ü. (2018). *Sosyal Medyada Gerçek Zamanlı Pazarlamanın Rolü: Hızlı Tüketim Markalarının Twitter Paylaşımları Üzerine İnceleme*. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Erkek, S. (2015). *Kamu İdareleri Ve Kuruluşlarında Sosyal Medya: Kavramsal Ve Ampirik Bir Çalışma (Türkiye Örneği)*.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 141–150.
- Genç, Y. E. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Bunun Satın Alma Davranışlarına Etkisi*. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Gülaslan, T. (2018). *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı Ve Yönetimi: Temel İlkeler Ve Öneriler*. Hacettepe Üniversitesi.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Kalfa, M., & Adaş, S. K. (2019). Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik Ve Spor Bakanlığının Analizi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8–21.



- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social Media: Back To The Roots And Back To The Future. *Journal Of Systems And Information Technology*, 14(2), 101–104.
- Kaya, T. & Sağsan, M. (2015). 'The Impact Of Tacit Knowledge Capacity On Social Media: An Empirical Research On Physicians İn North Cyprus' (Ssci) Proceedings 12th International Conference On Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning (Icickm 2015), 15-16 November 2015, Bangkok, Thailand.
- Kaya, T., Medeni, T., & Sağsan, M. (2016). Key Success Factors For E-Participation Maturity Levels: A Proposal For Case Study Of Northern Cyprus Municipalities. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 1(3), 11–18.
- Kaya, T., Sağsan, M., Medeni, T., & Medeni, İ. T. (2016). A Situation Analysis For Northern Cyprus Municipalities: Key Success Factors For Effective Participation. *International Journal Of Ebusiness And Egovernment Studies*, 8(2), 1–17.
- Kaya, T. & Bicen, H., (2016) The Effects Of Social Media On Students' Behaviors; Facebook As A Case Study. *Computers İn Human Behaviors*, 59, Pp. 374-379.
- Kaya, T., & Sağsan, M. (2016). The Concept Of 'Knowledgization' For Creating Strategic Vision İn Higher Education: A Case Study Of Northern Cyprus. *Education & Science*, 41 (184). [Http://Dx.Doi.Org/10.15390/Eb.2016.6195](http://dx.doi.org/10.15390/eb.2016.6195)
- Kaya, T. & Erkut, B. (2016). 'The Tacit Knowledge Capacity Of Lecturers: A Cross-Country Comparison' (Ssci) Proceedings 17th European Conference On Knowledge Management (Eckm 2016), 8-9 September 2016, Belfast, Northern Ireland.
- Kaya, T. & Erkut, B. (2017). 'Tacit Knowledge For Strategic Advantage: Social Media Use Of Employees İn The Financial Sector' (Ssci) ' Proceedings Of The 18th European Conference On Knowledge Management (Eckm 2017) 7-8 September 2017, Barcelona, Spain.
- Kaya, T. (2017) Zero-Budget Marketing Strategy: The 'Can Kid' Social Responsibility Project. *Management And Business Research Quarterly*. Vol 3. Pp. 61-77
- Kaya, T. (2019a). The Maturation Of Electronic Government Practices İn Northern Cyprus: A Comparative Study Of Northern And Southern Nicosia. Lambert Academic Publishing
- Kaya, T. (2019b). 'Artificial Intelligence Driven E-Government: The Engage Model To Improve E-Decision Making', 'Proceedings Of The 19th European Conference On Digital Government' (Ecdg 2019) 24-25 October 2019, Nicosia, Northern Cyprus.
- Kocabaş, İ. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya: Arçelik Ve Bosch Markalarının Kurumsal Facebook Ve Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 69–

*Bakanlık ve Belediye Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle E-Katılımcılık Bağlamında İncelenmesi: KKTC Örneği*  
91.

- Maraş, G. (2011). Kamu Yönetimlerinde E-Devlet Ve E-Demokrasi İlişkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (37), 121–144.
- Naralan, A. (2008). E-Devlete Etki Eden Faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 1–12.
- Örselli, E., & Şahin, A. (2003). E-Devlet Anlayışı Sürecinde Türkiye. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 321–342.
- Öztürk, G. (2019). *Türkiye’de E-Devlet Sürecinde Elektronik Tebligat Ve Kayıtlı Elektronik Posta (Kep) Uygulaması*. Hacettepe Üniversitesi.
- Sayılanoğlu, S. (2018). Kurumsal İletişim Bağlamında Belediyelerde Kurumsal Twitter Hesabı Kullanımı. *Çomü Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 389–406.
- Şengöz, A., & Eroğlu, E. (2017). Örgütlerde Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal Medya Alguları, Amaçları Ve Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 503–524.
- Taşdemir, N. (2018). *İhracatta İnternet Ve E-Ticaretten Faydalanma Yolları Ve Bir Uygulama*. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Tunç, A. (2016). Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Kilis Belediyesi Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 77–88.
- Uğur, A. A., & Çütçü, İ. (2009). E-Devlet Vetasarruf Etkisi Kapsamında Vedop Projesi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1(2), 1–20.
- Yağcı, Y. (2011). *Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0*. (A. Yıldızeli, A. Arıkan, & T. Çakmak, Eds.). İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.
- Yağmurlu, A. (2011a). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 5–15.
- Yağmurlu, A. (2011b). Siyasal Katılım Ve Halkla İlişkiler: Ankara Merkez İlçe Belediyeleri İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme. *Türk İdare Dergisi*, (471–472), 197–216.
- Yaşar, İ. H., & Altıncık, H. (2018). Türkiye Cumhuriyeti Bakanlıklarının Web Sitelerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (55), 224–236.
- Yeniçifti, N. T. (2014). İletişimsel Eylem Ve Facebook: Gezi Parkı Olaylarında Sosyal Medyanın Gücü. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 263–284.
- Yıldırım, S., & Kalandar, M. (2018). Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Kavramsal Bir Bakış. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 569–578.
- Yılmaz, M. (2015). *Üniversitelerde Halkla İlişkiler: Kurumsal Web Sayfaları Ve Sosyal Medya Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme*. Selçuk Üniversitesi.
- Yılmaz, N. (2015). *İnsan Kaynakları Yönetiminin Görünen Yüzü: Fortune 500 İşletmeleri Web İçerik Analizi*. Namık Kemal Üniversitesi.