



Article Arrival : 02/08/2020

Published : 10.10.2020

Doi Number  <http://dx.doi.org/10.26449/sss.2741>Reference  Akman, E. & Küfrevi, Ö. (2020). "Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Türk Dili Konuşan Ülkelerin Cumhurbaşkanlıklarının Web Sayfa Kullanımı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:6, Issue:71; pp:4265-4288

## BİR SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK TÜRK DİLİ KONUŞAN ÜLKELERİN CUMHURBAŞKANLIKLARININ WEB SAYFA KULLANIMI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

A Comparative Analysis Of The Use Of Web-Pages By Presidents Of Turkish-Speaking Countries As A Tool Of Political Communication

Dr. Öğretim Üyesi. Erdoğan AKMAN

Dr. Öğretim Üyesi, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Bişkek/KIRGIZİSTAN  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3781-4860>,

Ömer KÜFREVI

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim dalı Yüksek lisans öğrencisi,  
Bişkek/KIRGIZİSTAN  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6719-5904>

### ÖZET

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanması ile birlikte iletişim hayatın her alanında daha da önemli hale gelmektedir. İletişim teknolojilerindeki meydana gelen gelişmeler ışığında kitle iletişim araçları yapısal ve biçimsel olarak değişime uğramaktadır. Artık kitle iletişim araçları çok geniş kitlelere hitap edebilmekte ve insanlar arasında bilgi paylaşım hızını artırmaktadır. İnsanlar arasında bilginin çok hızlı bir biçimde paylaşılmaya başlaması, mobil iletişimin devreye girmesi, yeni sosyalleşme mekânlarını ortaya çıkarmaktadır. Bunun sonucunda insanlar arası ilişkiler, iletişim, sosyalleşme süreci, yaşam biçimi, çevreyle olan etkileşim de derinden etkilenmektedir. Bu diğer alanlarda olduğu gibi bütünsel bir varlık olarak toplumun en önemli bileşenlerinden biri olan siyasal alanda da yeni yapılanmaları gerektirmekte; doğal olarak siyasal iletişim olgusunu ve uygulamasını etkilemektedir. Bu anlamda yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı fırsatlar siyasal iletişimin işlevlerini ve imkânlarını değiştirmektedir. Artık siyasal iletişim internet ağları üzerinden daha kolay, hızlı ve etkili bir şekilde gerçekleşmektedir. Şu anda internet siyasal aktörler ile toplum arasındaki etkileşim için en etkili ortamdır. Siyasal aktörler daha geniş ve heterojen bir kitleye daha hızlı ve ucuz ulaşabilmek, faaliyetler hakkında bilgileri hızlı ve uygun maliyetli bir şekilde iletmek ve çeşitli konularda halkı bilgilendirmek gibi internetin sunduğu imkânlardan yararlanmaktadır. Artık siyasal iletişimin bir aracı olarak internet; hedef kitleye ulaşmanın ve etkili mesaj göndermenin çeşitli potansiyel yollarına, çevrimiçi mesaj alışverişi olasılığına, çok sayıda mesaja anında erişime; bunların hepsini yerine getirirken zaman ve mekân sınırlamalarına bağlı kalmama özelliğine sahiptir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türk dili konuşan ülkelerin cumhurbaşkanlıklarının resmi web sayfa kullanım pratiklerini görmek; web sayfa nasıl, ne

### ABSTRACT

Today, with the acceleration of technological developments, communication becomes more and more important in all areas of life. Mass media are changing structurally and formally in the light of developments in communication technologies. Now, mass media can appeal to very large audiences and the speed of information sharing among people increase. The rapid sharing of information between people, the introduction of mobile communication reveals new places of socialization. As a result, interpersonal relationships, communication, socialization process, lifestyle, and interaction with the environment are also deeply affected. As in other areas, this requires a new structuring in the political field, which is one of the most important components of society as a holistic entity; this naturally influences the phenomenon and practice of political communication. In this sense, the opportunities provided by new communication technologies change the functions and possibilities of political communication. Political communication now takes place more easily, quickly and effectively over internet networks. The internet is currently the most effective medium for interaction between political actors and society. Political actors benefit from the opportunities offered by the internet, such as reaching a wider and more heterogeneous audience faster and cheaper, conveying information about activities in a fast and cost-effective manner, and informing the public on various issues. Now, as a tool of political communication, the Internet has various potential ways of reaching the target audience and sending effective messages, the possibility of online message exchange, instant access to a large number of messages, while not being bound by time and space constraints.

In this context, the aim of the research is to see the official website usage practices of the presidencies of the Turkic-

düzye ve hangi amaçlar doğrultusunda kullandıklarını durum tespiti olarak ortaya koymaktır. Çalışmada Türk dili konuşan ülkelerin internet kullanım düzeylerine ilişkin bilgilere ve söz konusu ülkelerin siyasi kültür anlayışına, yeni medya teknolojileri kullanım özelliklerine yer verilmiştir. Bu çerçevede araştırmanın örneklemini Türk dili konuşan 5 ülkenin cumhurbaşkanlıklarının resmi web sayfaları ile sınırlı tutulmuş olup, web sitelerin incelenmesi için Gibson ve Ward'ın "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites" (2000) skalası kullanılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** siyasal iletişim, internet, web siteleri

speaking countries; how, at what level and for what purposes they use the website as a due diligence. The study includes information on the level of Internet use in Turkish-speaking countries, understanding of the political culture of these countries and the use of new media technologies. In this context, the sample of the study was limited to the official websites of the presidencies of 5 Turkish-speaking countries, and Gibson and Ward's "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Site" (2000) scale was used to examine the websites.

**Key words:** political communication, internet, websites.

## 1. GİRİŞ

İletişim, insanın varoluşunun vazgeçilmez bir unsurudur. İnsanın çevresinde bulunan, hayat dünyasını oluşturan her şey iletişimsel bir ortamdır. Bu özelliği ile iletişim öncelikle sosyal bir süreç olarak belirtilir. Bu süreç toplumun her alanı için geçerlidir. Geleneksel olarak, sosyal sistem çoğu zaman toplumun dört alanının birleşimi olarak tanımlanır bunlar: sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasaldır. (Bovin, 1983'den akt. Хубецова, 2017: 16).

Her iletişim alanının belirlediği hedefine göre kendine özgü özellikleri vardır. İletişim alanlarındaki hedef belirleme süreci basitleştirilmiş bir biçimde aşağıdaki gibi tanımlanabilmektedir:

- ✓ Ekonomik alanda- toplumun varlığı için maddi temeli muhafaza etmek ve ticari kuruluşlara kar sağlamak;
- ✓ Sosyal alanda- sosyal yapının sürdürülebilirliğini sağlamak, sosyal topluluklar içinde ve arasında bağları sürdürmek;
- ✓ Kültürel alanda- kültürel değerlerin yeniden üretimi ve aktarımı;
- ✓ Siyasi alanda, devlet iktidarının edinilmesi, kullanılması ve elde tutulması (Bovin, 1983'den akt. Хубецова, 2017: 17).

Belirtildiği üzere, siyasi alan, bütünsel bir varlık olarak toplumun en önemli bileşenlerinden biridir. Toplumun bir dizi alt sistemden oluşan bir sistem olarak görme geleneği, Ludwig von Bertalanffy sistemlerinin genel teorisi ve Norbert Wiener'in siberetik fikirlerinin popülerlik kazanmaya başladığı yirminci yüzyılın ortalarında atılmıştır. "Siyasal iletişim" kavramı ise, siyaset bilimi bağlamında ilk doğrudan Friedrich Ratzel (1903) tarafından kullanılmıştır: "Bilgi aktarımı politik olarak tüm iletişim hizmetlerinin en önemlisidir" (Graçev, 2003'ten akt. Володенков, 2011b: 22). İkinci Dünya Savaşından sonra Batı toplumunda yaşanan değişim ve gelişimler doğrultusunda ortaya çıkan ve sosyal ve siyasal bilimlerin kesişme noktasında bağımsız bir yön kazanan siyasal iletişim, daha sonra siyasal süreçlerin demokratikleşmesi, siberetik teorinin gelişmesi, yeni iletişim sistemleri ve teknolojilerinin rolünün ortaya çıkması ve büyümesi neden olmuştur (Ratzel, 1903'ten akt. Мелконян, 2017: 29).

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanması ile birlikte iletişim hayatın her alanında daha da önemli hale gelmektedir. İletişim teknolojilerindeki meydana gelen gelişmeler ışığında kitle iletişim araçları yapısal ve biçimsel olarak değişime uğramaktadır. Artık kitle iletişim araçları çok geniş kitlelere hitap edebilmekte ve insanlar arasında bilgi paylaşım hızını artırmaktadır. İnsanlar arasında bilginin çok hızlı bir biçimde paylaşımaya başlaması, mobil iletişimin devreye girmesi, yeni sosyalleşme mekânlarını ortaya çıkarmaktadır. Bunun sonucunda insanlar arası ilişkiler, iletişim, sosyalleşme süreci, yaşam biçimi, çevreyle olan etkileşim de derinden etkilenmektedir (Doğan ve Ertan, 2016: 140). Bu diğer alanlarda olduğu gibi bütünsel bir varlık olarak toplumun en önemli bileşenlerinden biri olan siyasal alanda da yeni yapılanmaları gerektirmekte; doğal olarak siyasal iletişim olgusunu ve uygulamasını etkilemektedir (Aziz, 2019: 4).

Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı fırsatlar siyasal iletişimin işlevlerini ve imkânlarını değiştirmektedir. Artık siyasal iletişim internet ağları üzerinden daha kolay, hızlı ve etkili bir şekilde gerçekleşmektedir. Şu anda internet siyasal aktörler ile toplum arasındaki etkileşim için en etkili ortamdır. Siyasal aktörler daha geniş ve heterojen bir kitleye daha hızlı ve ucuz ulaşabilmek, faaliyetler hakkında bilgileri hızlı ve uygun maliyetli bir şekilde iletmek ve çeşitli konularda halkı bilgilendirmek gibi internetin sunduğu imkânlardan yararlanmaktadır (Кислицына & Кислицын, 2013: 210). Yeni iletişim



teknolojilerinin yarattığı olanaklar sayesinde profesyonelleşen siyasal iletişim çalışmaları yapılmakta; hedef kitleye ulaşmanın çeşitli yeni yolları keşfedilmektedir.

Artık siyasal iletişimin bir aracı olarak internet; hedef kitleye ulaşmanın ve etkili mesaj göndermenin çeşitli potansiyel yollarına, çevrimiçi mesaj alışverişi olasılığına, çok sayıda mesaja anında erişime; bunların hepsini yerine getirirken zaman ve mekân sınırlamalarına bağlı kalmama özelliğine sahiptir (Кислицына & Кислицын, 2013: 210).

Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türk dili konuşan ülkelerin cumhurbaşkanlıklarının resmi web sayfa kullanım pratiklerini görmek; web sayfa nasıl, ne düzeyde ve hangi amaçlar doğrultusunda kullandıklarını durum tespiti olarak ortaya koymaktır.

Çalışmada Türk dili konuşan ülkelerin internet kullanım düzeylerine ilişkin bilgilere ve söz konusu ülkelerin siyasi kültürü anlayışı, yeni medya teknolojileri kullanım özelliklerine yer verilmiştir.

## 2. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Siyasal iletişim, yaygın olarak liderlerin ve bağlı oldukları siyasi partilerin seçim dönemlerinde uyguladığı, hedef kitlenin tutum ve oy verme davranışlarını yönlendiren iletişim faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Çakır, 2016: 8). Ancak siyasal iletişim denilince “seçim dönemlerinde gerçekleştirilen bir dizi iletişim etkinliği” anlaşılma alışkanlığına karşı Yavaşgel, iletişim süreci içine siyasal öğelerin katılması, tüm iletişim tekniklerinin ve yöntemlerinin bu siyasal öğeler etrafında kurgulanıp uygulanması siyasal iletişimi oluşturduğunu ileri sürmektedir. Siyasal iletişim demek için iletişim biliminin kullandığı tüm yöntemler ve kitle iletişim araçları sürece dâhil olmalı ve iktidarlar veya iktidara aday olanlarla kamuoyu arasında aracı olarak belli amaçlara hizmet etmelidir (Yavaşgel, 1997: 219). Bu durumda siyasal iletişim, süreklilik gerektiren etkinlikler bütünüdür. Bu açıdan gerek iktidardakilerin gerekse muhalefettekilerin yeni iletişim teknolojileriyle birlikte genişleyen ve etkinliği daha da artan kitle iletişim araçları aracılığıyla kamuoyunun güvenini kazanmak ve desteğini sağlamak için bu etkinliği sürekli olarak devam ettirmeleri gerekmektedir (Öksüz ve Yıldız, 2004: 993). Bu bağlamda siyaset, toplumdaki farklı kesimlerin ve güç odaklarının ortak bir zeminde uzlaştırılmasıdır. İletişim ise ortak semboller oluşturma ve bunlar üzerinde tartışarak bir uzlaşmaya varma sürecidir (Oktay, 2002: 7). Bu yönüyle siyasal iletişim, bir siyasi kimliği veya imajı oluşturacak her etkeni içermektedir. Burada iletişimi siyasallaştıran unsur, mesajın kaynağı değil içeriği ve hedefidir. Siyasal iletişimde mesaj, siyasi amaca uygun içeriğiyle kamuoyunu ikna etmeyi ve seçmenin oyunu hedeflemektedir (Yıldız, 2012: 9). Siyasal iletişim kavramını Aziz, aşağıdaki gibi tasımlamıştır: “Siyasal aktörlerin farklı koşullara yönelik olarak belirlenen ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, pratiğe dökmek üzere farklı iletişim tür ve tekniklerinin kullanılarak yapılmasıdır” (Aziz, 2019: 3).

Siyasal iletişim aşağıdaki özellikleri taşımaktadır:

- Siyasal iletişim sadece semboller ve işaretler yoluyla bir konuşma etkileşimi veya ikna kabiliyeti olarak değil, aynı zamanda iktidarın kendisini kullanma fırsatı olarak da sunulur;
- Siyasal iletişim, siyasi metinlerin siyasi sistemin çeşitli unsurları arasında ve aynı zamanda siyasi ve sosyal sistemler arasında etkileşime girdiği, siyasi bilgilerin aktarılma sürecidir;
- Siyasal iletişim, siyasal sistemin bir bölümünden diğerine ve siyasal sistem ile sosyal sistem arasında hareket ettiği için siyasal bilgiyi aktarma süreci olarak tanımlanır;
- Siyasal iletişim, seçkinlerden kitlelere giden sinyallerin tek yönlü bir yönelimini değil, siyasette en çeşitli etkiye sahip olan toplumdaki tüm gayri resmi iletişim süreçlerini kapsar (Рахматуллина & Нуриев, 2018: 2198).

Yukarıdakilere dayanarak, siyasi iletişim, resmi ve gayri resmi etkileşimleri sırasında yürütülen siyasi aktörler arasında bilgi alışverişi süreci olarak tanımlanabilir. Genel itibariyle siyasal iletişimin temel amacı, çeşitli siyasi süreçlerin içeriğini ve doğasını, örneğin devlet iktidarı alanındaki değişiklikleri doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen kamuoyu ve kitle bilinci oluşturmaktır (Рахматуллина & Нуриев, 2018: 2199). Hobbes (1991), siyasal iletişimin değerini, iktidarın egemen gücünü yürütme, yargı ve devletin diğer dalları ile bağlayan “devlet yönetiminin sınırları” olarak nitelmiştir (akt. Володенков, 2011a: 74).

Siyasal iletişimin başlangıç noktası, Aristoteles’e kadar uzanmaktadır. Ancak bugünkü anlamıyla siyasal iletişim kavramı ilk kez Birinci Dünya Savaşı sırasında bilim camiasında tartışılmaya başlamıştır. Daha

sonraları bu kavramın kitle iletişim araçlarının siyasal yaşama etkilerini konu alan araştırmalara denk düştüğü görülmektedir. İkinci Dünya Savaşından sonra ABD ve daha sonra Avrupa ülkelerinde hızla yaygınlaşan kamuoyu araştırma şirketleri ve enstitüleri, devletlerin araştırma birimleri, akademisyenler, siyasal iletişim alanının bilimsel olarak oluşturulmasına katkıda bulunmuşlardır. Siyasal iletişim çalışmalarının bağımsız bir bilimsel alan olarak oluşması birkaç nedenden kaynaklanmıştır. Bunlar: savaş sonrası demokratikleşme dalgası; siberetik teorisinin ortaya çıkışı ve gelişimi; yeni iletişim teknolojilerinin ve sistemlerinin ortaya çıkışı ve aktif kullanımındır (Грачев, 2004: 328).

İlk başlarda siyasal aktörlerin seçmen kitlesi ile kurduğu bir iletişim olarak algılanan siyasal iletişim, sonraları özellikle de seçim kampanyaları sırasında, iktidardaki siyasetçilerle muhalefetteki siyasetçiler arasındaki söylem değiş tokuşu anlamını taşımaya başlamıştır. Giderek bu alan genişleyerek önce kamuoyunun oluşturulmasında medyanın rolünü sonra da, kamuoyu araştırmalarının siyasal yaşam üzerindeki etkilerini kapsamına almıştır. Özellikle kamuoyunun ilgi alanlarıyla, siyaset adamlarının davranışları arasındaki ayrılıkları inceleme konusu olmuştur (Değirmenci, 2003: 31). Siyasal iletişimin, bir yönüyle siyasette denetim ve şeffaflığı sağlaması, diğer yönüyle de siyasetçilerin ona seçmenleri demokratik ikna metotlarıyla etkilemelerine yardımcı olan bir araç görevi vermeleri (Yıldırım, 2012: 202) etkinliğini hızla artırmasına yol açmıştır. Dolayısıyla siyasal iletişim, siyaset gibi toplumun belirli bir alanında gerçekleştirilen kitle iletişimidir. Bilgi alışverişi, siyasi bilginin iletimi, siyasi faaliyetin yapılandırılması ve ona yeni bir anlam kazandırılması süreçleri bütünüdür. Ana siyasi iletişim türü seçim kampanyalarıdır. Siyasette kullanılan iletişim teknolojileri propaganda, siyasi reklamcılık, siyasi halkla ilişkiler ve siyasi imaj oluşturmaktır (Зазаева, 2007: 179).

Son yıllarda siyasal iletişim alanında yapılan araştırmalar bağlamında siyasal alanının kendisinin de dâhil olduğu üç katılımcının öne çıktığı görülmektedir. Onlar; devlet ve ona hizmet eden siyasal aktörler; sivil toplum kuruluşları (belirli bir siyasi eğilime, tüzel kişiliklere ve seçmenlere sahip bir çeşit kuruluş) ve siyasetin tartışıldığını ve hem kamusal hem de siyasal alanı etkileyen medya (Лиллекер, 2010: 10-11). Dolayısıyla günümüzde siyasal iletişim, hükümet temsilcileri ve vatandaşlar arasındaki siyasi etkileşime ilişkin tüm ilişkilerin yanı sıra siyasi otoritelerin eylemleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilimsel araştırma alanı haline gelmiştir (Грачев, 2004: 328). İnternetin daha etkin kullanılmaya başlaması ile siyasal iletişimin etkinliği daha fazla artmıştır. Çünkü modern dünyada toplumun varlığında anahtar bir unsur olarak kabul edilen iletişimdir.

### 3. SİYASAL İLETİŞİMDE İNTERNET VE WEB SAYFA KULLANIMI

Bilgi teknolojileri gittikçe toplumsal yaşamın her alanına girmektedir. 1950'li yıllarda bilgisayar kavramının gelişim göstermeye başlaması ile cihazlar arası veri aktarımı olanaklı hale gelmiştir. Bugünlerde milyonlarca insanı birbirine bağlayan en gelişkin sivil ağa dönüşen internet, hızlı bir şekilde dünya geneline yayılarak, ekonomiden sağlığa, kültürden sanata, eğlenceden bilime kadar çok alanda kullanılmaya başlamıştır. İnternet kullanımının her geçen gün hızlı artış göstermesi, siyasi amaçla kullanımını da beraberinde getirmiştir. Bu son zamanlarda çok yaygın kullanılmaya başlayan, “ağ politikası”, “dijital-politik”, “bilgisayar aracılı siyasal iletişim”, “dijital demokrasi”, “iletişim demokrasisi”, “siber demokrasi”, “elektronik hükümet”, “elektronik vatandaşlık” gibi yeni terimlerden de anlaşılmaktadır (Морозова, 2011: 156). Bu tür iletişim özellikleri bilgi ve iletişimin yayılması, vatandaşların çıkarlarının birleştirilmesi gibi demokratik sürecin en önemli işlevlerini yerine getirmekle beraber siyasi katılımı teşvik etmek için de kullanılmaktadır (Зазаева, 2017: 177). Bu bakımdan internetin siyasi amaçla kullanılmasındaki en önemli özellik, “yaygın bir dilsel etki ortamı yaratması: ikna, tartışma ve bireysel hedeflere ulaşmak için bir propaganda” olmasıdır (Асмыс, 2005: 29). Siyasi amaçla kullanılan internetin birçok işlevi mevcuttur. Siyasi aktörlerin kamuoyu oluşturması için gözettiği hedefi elde edebilecek etkiye sahip olduğu için artık çok tercih edilir nitelik kazanmıştır. Bu etkinin çok yönlü olması, “politik entegrasyon ve mobilizasyon işlevleri, siyasi sosyalleşme işlevi, siyasi-pazarlama, siyasi-reklam, siyasal imaj, manipülatif işlev, kontrol işlevi” gibi terimler bu işlevin değişmez olduğunu göstermektedir (Соленикова 2007: 12'den akt. Морозова, 2011: 159). Bu yönleriyle internet basitçe birkaç farklı özelliğe sahiptir. Buna göre; siyasi aktörler ile toplum arasında etkileşimin oluşmasını sağlar. Siyasi aktörlerin faaliyetleri hakkında bilgileri hızlı ve uygun maliyetle iletir; (ııı) hedef kitleye ulaşmanın ve etkili mesaj göndermenin çeşitli imkanlarını sunar. Siyasi aktör ile toplum arasında çevrimiçi mesaj alışverişi olasılığını, çok sayıda mesaja anında erişimi imkanı hale getirir. Bunların hepsini yerine getirirken zaman ve mekan sınırlamalarına bağlı kalmama özelliğine sahiptir (Кислицына & Кислицын, 2013: 210).



Ancak kitlesel siyasi katılımın, yeni bilgi aktarım kanalları aracılığıyla gerçekleştirilen siyasetin birçok temel işlevinden yalnızca biri olduğu unutulmamalıdır. Temsili demokrasi kurumlarını güçlendirebilecek yeni iletişim araçları için eşit öneme sahip işlevler şunlardır: partiler arasında rekabet ve adayların rekabet koşullarını sağlamak, sivil toplumu harekete geçirmek ve dahil etmek, karar alma sürecinde şeffaflığı sağlamak ve sorumluluğu artırmak (Зазяева, 2017: 177).

Bu bakımdan web sitelerin siyasal aktörlere kolaylık sağlayacak birçok işlevi vardır. Bunlar (Gibson ve Ward, 2000:304-305):

*Enformasyon sağlanması:* Bu, siyasal aktörlerin kimliklerini ve politikalarını (yani, tarihsel geçmişini, genel yönelimlerini ve mevcut faaliyetlerini) kamuya açık bir oy kazanma faaliyetinden ziyade eğitimsel ve sosyalleştirici bir şekilde daha geniş kitleleri bilgilendirme çabalarını ifade etmektedir. Bu işlev, birçok bilgiyi kaydedebilmesi, geniş kitlelere hızlı şekilde ulaşım sağlayabilmesi, bunun yanı sıra temel ve geçmiş bilgilerin kaydedilebilmesi açısından bir avantaj sağlamaktadır.

*Kampanyaların düzenlenmesi:* Siyasal aktörlerin yaptığı çoğu şey bir anlamda siyasi kampanyası olarak yorumlanabilse de, burada kampanya kelimesi ile seçmenleri kendi saflarına alabilmek için siyasal aktörlerin yürüttükleri faaliyetler kastedilmektedir. Modern kampanyalar web sayesinde kolaylıkla düzenlenmekte buna göre: bilgi için daha fazla alan ve daha fazla bireysel kontrol, parti mesajlarının daha fazla uzmanlaşabileceği veya hedeflenebileceği anlamına gelmektedir. İletişim hızı, bilgilerin sürekli olarak güncellenmesine izin verir. Web sayfaların dinamik multimedya formatı, mevcut kitlelere ve aynı şekilde yeni bir kitleye ulaşmanın yeni bir yolunu sunar. Etkileşimli iletişim akışı, tarafların mesajlarını bireysel olarak seçmenlere iletmeleri ve ayrıca seçmenlerin görüşlerini e-posta veya görüş anketleri yoluyla ölçmeleri için sıkça fırsatlar olduğu anlamına gelir. Genel olarak, bu medyanın geniş erişimi ve düşük maliyeti, özellikle küçük partiler tarafından destek için rekabet etmek için çekici bir ek alan haline getirmektedir.

*Kaynak oluşturulması:* Bu işlevle, siyasal aktörlerin mali destek sağlama ve yeni üye almaya ilişkin çabaları kastedilmektedir. Web iletişiminin dolaysız ve etkileşimli doğası, geniş küresel erişimiyle birleştiğinde, yeni üyelerin ve finansal bağışların yapılması için büyük bir potansiyel yaratmaktadır. Web üzerindeki finansal işlemlerin artan güvenliği göz önüne alındığında, bu tür kaynak oluşturma araçlarının kullanımı cazip hale gelmektedir.

*Ağ oluşturulması ve organizasyonun güçlendirilmesi:* Bu, siyasal aktörlerin iç ve dış bağlantıları oluşturmak ve güçlendirmek için yapmış oldukları çalışmaları ifade etmektedir. İç bağlantılar, partilerle seçim bölgesindeki seçmenler arasında, partilerle seçim bölgesinden seçilen politikacılar arasında, partiyle partinin karar mekanizmasında bulunan yöneticiler arasında ve son olarak partiyle çeşitli baskı grupları arasında (işçi sendikaları veya kadın örgütleri gibi) kurulan bağlantılardır. Dış bağlantılar, parti ile çıkar grupları, devlet daireleri veya medya kuruluşları gibi diğer organlar arasındaki bağlantıları içerir.

*Katılımın teşvik edilmesi:* Bu, partilerin vatandaşların siyasi sürece katılımını artırma çabalarını ifade eder. Web bunu çeşitli şekillerde tanıtabilir. Bunlar: Daha fazla bilgi, daha hızlı ve multimedya biçiminde sunmak. Bilgi toplamayı kolaylaştırmak. Web'in küresel erişimi, tarafların herhangi bir olay ve gösteriyi daha fazla insana tanıtmasına izin vermek. Etkileşimli iletişim olanaklarını artırmak. Bir partiye katılmak veya bir partiye yardım etmek için yeni fırsatlar ve ayrıca doğrudan parti liderleriyle temasa geçmek ve tartışmak için daha fazla şans sunmak. Ayrıca, "gerçek zamanlı" tartışma ve sohbet gruplarını kullanarak, vatandaşların birbirleriyle tartışmaya girmesi de mümkündür.

Siyasal iletişim alanında yeni imkânlar sunan internet ve web sayfaları kullanıcılar için bilgi erişimi için hızlılık, kolay erişilebilirlik ve diğer iletişim kanalları ile iç içelik özellikleri ile ayrıcalık kazanmaktadır.

#### 4. TÜRK DİLİ KONUŞAN ÜLKELER VE İŞBİRLİKLERİ

Sovyetler Birliğine üye ülkelerin 1991'de bağımsızlıklarını ilan etmesi ve onları ilk olarak Türkiye'nin tanınmasının ardından Azerbaycan, Kırgızistan, Kazakistan, Türkiye, Türkmenistan ve Özbekistan arasında her alanda ikili ve çok taraflı ilişkiler sürdürülmeye başlamıştır. Bu doğrultuda iletişim, ulaştırma, kültür ve eğitim, ticaret-ekonomi alanlarındaki ilişkilerin artırılmasına dayalı dış politika stratejisini uygulamaya koymuşlardır (Amirbek vd., 2017: 166). Söz konusu ülkeler kendi aralarında ikili ve ulusal ilişkiler kurmanın yanı sıra bölgesel işbirliklerini hayata geçirmekteler.

Bölgesel kuruluşların en önemlisi ve diğer beş kuruluşun da bağlı ilişkili olduğu çatı kuruluş rolüne sahip olan ve bu rolü giderek güçlenen Türk Dili Konuşan Ülkeler İşbirliği Konseyi (Türk Keneşi)'dir (turkkon.org). Türk Keneşi'nin kuruluş temeli, "Türk Dili Konuşan Devletler Devlet Başkanları Zirvelerine dayanmaktadır. İlk zirve, 30-31 Ekim 1992 tarihinde Ankara'da yapılmış, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Türkmenistan Cumhurbaşkanları ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Turgut Özal ve Başbakan Süleyman Demirel katılmıştır (turkkon.org, 2017: 30). 1998'de Astana'da gerçekleştirilen 6. Zirve'de, kalıcı bir sekreteryaya kurulmasına karar verilmiştir. 3 Ekim 2009 tarihinde Türk Dili Konuşan Ülkeler İşbirliği Konseyi (Türk Konseyi), Türk dili konuşan ülkeler arasında kapsamlı işbirliğini teşvik etmek amacı ile uluslararası bir örgüt olarak kurulmuştur. Türk Konseyi'nin kurucu üyeleri Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye'dir. Ekim 2019'da Bakü'de gerçekleştirilen 7. Zirve sırasında Özbekistan, Konsey'e tam üye sıfatıyla katılmıştır. Macaristan ise Eylül 2018'de Kırgızistan'ın Çolpon-Ata şehrinde düzenlenen Türk Konseyi 6. Zirvesi sırasında gözlemci statüsü kazanmıştır (turkkon.org).

Türk Konseyi, Türk Dili Konuşan Ülkeler arasındaki işbirliği mekanizmalarının en üstünde yer alan çatı kuruluş olarak kabul edilmektedir. Türk Konseyi'nin bu çerçevede ilişkili kurumları aşağıda sunulmuştur:

- ✓ **TÜRKSOY (Uluslararası Türk Kültür Teşkilatı):** 1993 yılında kurulmuştur. Merkezi Ankara'dadır. Taraflar arasında bilim, eğitim, kültür ve sanat alanlarında işbirliğinin geliştirilmesini, Türk dünyasının ortak değerlerinin uluslararası seviyede tanıtılarak kitlelere yayılmasını, Türk Dili Konuşan Ülkeler arasındaki kültürel bağların derinleştirilmesini amaçlamaktadır.
- ✓ **TÜRKPA (Türk Dili Konuşan Ülkeler Parlamenter Asamblesi):** 2008 yılında imzalanan İstanbul Anlaşması'yla kurulmuştur. Merkezi Bakü'dedir. Türk Dili Konuşan Ülkelerin Parlamentoları arasındaki işbirliğini derinleştirmek amacıyla faaliyet göstermektedir.
- ✓ **Türk İş Konseyi:** Kurucu belgesi 2011 yılında imzalanmıştır. Dört ülkenin özel sektör kuruluşlarını birleştirerek, ekonomik işbirliğinin ileriye götürülmesi yolunda Türk Konseyi tarafından yürütülen çalışmalarda önemli rol oynaması beklenmektedir. Türk Konseyi Üye Ülkelerinin Oda Başkanları, Türk İş Konseyi çatısı altında yılda bir kere bir araya gelmektedirler. Bu çerçevede, Türk İş Konseyi'nin Beşinci Toplantısı, 3 Nisan 2017 tarihinde "Atameken'in ev sahipliğinde Astana'da gerçekleştirilmiş olup, Türk İş Konseyi'nin Sekreteryasının İstanbul'da teşkil edilmesi hususunda mutabakata varılmıştır (mfa.gov.tr).
- ✓ **Türk Kültür ve Mirası Vakfı,** Türk Dili konuşan ülkeler halkları arasındaki tarihi bağları, ortak dil, kültür ve gelenekleri temel alarak, Türk kültür ve mirasını korumak, araştırmak ve desteklemek amacıyla 23 Ağustos 2012 tarihinde Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye'nin ortak kararıyla kurulmuştur. Kurumsallaşma süreci devam eden vakfın merkezi Bakü olup, depozitör ülke Azerbaycan Cumhuriyeti'dir.
- ✓ **Türk Akademisi Uluslararası Teşkilatı/International Turkic Academy (Turkic World Educational and Scientific Cooperation Organization: TWESCO),** Türk kültürünün tarihi ve manevi rolünü, Türk halklarının dünya medeniyetinin gelişimine, insanlığın tarihi ve kültürel mirasına katkısını araştırma, Türk Dili konuşan ülkeler ve halkları arasında eğitim ve bilimsel işbirliğinin teşvik edilmesi, akademik araştırma ve eğitimin desteklenmesi, Türk halklarının bütünleşmesini kolaylaştırma amacıyla Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye arasında 23 Ağustos 2012 tarihinde kurulmuştur.
- ✓ **Türk Üniversiteler Birliği,** Orhun Süreci olarak belirlenen süreçte Türk Konseyi'ne üye ülkeler arasında yükseköğretim alanında işbirliğini geliştirerek Türk Konseyi Yükseköğretim Alanı oluşturmak amacıyla 29 Mart 2013 tarihinde Türk Konseyi çatısı altında kurulmuştur. Teşkilatın ana karargâhı Ankara'da bulunmaktadır (Bıyıklı, 2018: 18).

Türk dili konuşan ülkelerin kuruldukları tarihten itibaren ilişkilerini ve faaliyetlerini geliştirerek devam ettirmişler ve amaçları doğrultusunda önemli aşamalar kaydetmişlerdir.

## 5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada, Türk dili konuşan ülkelerin cumhurbaşkanlıklarının web sayfaları özelinde incelenmektedir. Cumhurbaşkanlık web sayfalarının kullanım kolaylıkları ve sayfa tasarımı içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu çerçevede web sayfa özelliklerini daha etkin olarak kullanan siteler nicel olarak belirtmeye çalışılmıştır. Çalışmada Gibson ve Ward'ın "A Proposed Methodology for Studying the



Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sitesi” (2000) skalası kullanılmış ve Öksüz ve Yıldız’ın “Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: Türkiye ve ABD’deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi” (2004), bununla birlikte Fidan ve Özer’in “Siyasi Partilerin Siyasal İletişim Aracı Olarak Web Sayfalarını Kullanımı” (2014) çalışmaları irdelenmiştir.

Hamil ve Gregory (1997) başarılı bir web sitesinde bulunması gereken özellikler olarak bilgi zenginliği, düzenli güncelleme, yönlendirme, etkileşim ve geri dönüşümü belirtmektedir. Scanlon vd. (1998) de web site tasarım faktörleri arasında bulunması gereken özellikler olarak içerik, arama, bağlantılar, yönlendirme, grafik ve güvenilebilirlik özellikleri belirtilmiştir (Bayram ve Yaylı, 2009: 356).

Yen, Hu ve Wang de çalışmalarında değerlendirme ölçütü için içerik ilişkili özellikler olarak doğruluk, konuya uygunluk ve bütünlük, iletişim şekli, güncellik; tasarım ilişkili özellikler olarak sayfaların boyutu ve görünüşü, yönlendirme, yüklenme hızı ve güvenliğinin kullanılabilirliğini belirtmiştir (Yen vd., 2007: 157). Bu bakımdan araştırmanın amacı, Türk dili konuşan ülkelerin cumhurbaşkanlıklarının resmi web sayfa kullanım pratiklerini görmek; web sayfayı nasıl, ne düzeyde ve hangi amaçlar doğrultusunda kullandıklarını durum tespiti olarak ortaya koymaktır.

Bu amaçla aşağıdaki soruların cevabı araştırılmıştır:

- ✓ Cumhurbaşkanlıkları web sayfaları ile gereken işlevleri yerine getirmekte midir?
- ✓ Bu işlevleri ne kadar iyi veya etkili bir şekilde yerine getirmektedir?
- ✓ Cumhurbaşkanlıkların web sayfaları tasarım açısından farklılık göstermekte midir?

Bu çerçevede Türk dili konuşan 6 ülke (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Türkiye, Türkmenistan, Özbekistan) çalışmanın evreni olarak seçilmiştir. Ancak Türkmenistan’ın Cumhurbaşkanlığı’nın resmi sitesinin olmamasından ve diğer Türk dili konuşan ülkelerin üye olduğu ve temsil ettiği uluslararası Türk Dünyası kuruluşlarına az katılım göstermesinden dolayı Türkmenistan dışında diğer 5 ülkenin cumhurbaşkanlıklarının resmî web sayfaları ile sınırlı tutulmuştur.

### 5.1. Web Sitesi Değerlendirme Ölçütleri

Web sayfalarının analizi, pek çok disiplin ile birlikte siyasal iletişimin de ilgilendiği önemli bir çalışma haline gelmiştir. Bu analizlerde kullanılan yaklaşımlar kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmalarda cevaplandırılması gereken asıl soru, çalışmayı uygulayan bilim dalına göre farklılık gösterse de sitenin amacı ve biçimsel yapısı ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte internet, onun içerisinde web sayfalarının siyasal amaçlı kullanımından hükümetler, devlet birimleri, siyasal partiler, resmi kuruluşlar, uluslararası örgütleri ve sivil toplum kuruluşları gibi birçok organizasyonun yararlandıkları görülmektedir. Bu bağlamda birçok niceliksel ve niteliksel araştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmanın içerik analiz kodları yukarıda belirtilen çalışmalarda yer alan bilgilerden esinlenerek oluşturulmuştur.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır: kapsamlı ve detaylı olarak web sayfaların bilgi sunum işlevi ve bilgilerin sunum özellikleri. Bilgi sunum işlevinde web sayfaların ana hatları bakımından çalışmanın birinci ve ikinci sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışmanın ilgi duyulan ikinci bileşeninde, bu işlevleri yerine getirmedeki etkinlikleri altı temel özellik üzerinden bakılmaktadır: (a) görsellik, (b) erişilebilirlik / gezilebilirlik, (c) güncellik ve (d) görülebilirlik düzeyine bakılmaktadır. Araştırmada cumhurbaşkanlık web sayfalarının sunum özellikleri kısmında aşağıdaki her madde bağlamında verilen puanlamalar çerçevesinde incelenmiştir.

Görsellik özelliğine bakmak için web sayfaların ana sayfalarında görülen fotoğraf ve grafiklerin mevcut sayısı belirtilmiş, bunun yanı sıra hareketli simgeler, ses ve videoların olup olmadığına dikkat edilmiş, var ve yok şeklinde işaretlenmiştir ve yüzdesi çıkarılmıştır.

Erişilebilirlik/gezilebilirlik düzeyinde metinlerin çerçeve seçeneği ile belirlenip belirlenmemiş olması, tüm sitenin sadece salt metinlerden oluşup oluşmadığı, metinlerin indirilmeye ve çıktı almaya kolay olup olmaması, yabancı dil seçeneği ve görme engelliler için yazı seçeneğine bakılmış, var ve yok şeklinde işaretlenmiştir ve yüzdesi çıkarılmıştır.

Bunun yanı sıra sitelerde bilgilerin güncelleme sıklığını görmek amacıyla bir hafta boyunca (21 Ağustos - 28 Ağustos 2020 tarihleri arası) sitelere belli aralıklarla bakılmıştır.

Site içerisinde başka bir bölüme geçmek için tasarlanan ipucu seçenekleri, başka bir dış kaynağa yönlendirecek sekme veya seçenekler, web sayfa adresleri, arama motoru, haber ve olay arşivi, menü çubuğu ve sosyal medya bağlantılar özelliklerinin olup olmamasına göre, var ve yok şeklinde işaretlenmiş ve toplam sayısı çıkarılmıştır.

## 5.2. Araştırmanın Bulguları Ve Yorumları

### 5.3. Web Sayfaların Bilgi Sunum İşlevleri

Araştırma kapsamında örneklem olarak seçilmiş ülkelerin cumhurbaşkanlıklarının web sayfalarında bilgi sunum işlevlerinde genel olarak ülke ve cumhurbaşkanı ile ilgili bilgilerin yer alıp almadığı üzerinde durulmuştur.

**Tablo 1.** Bilgi sunum işlevi

		AZ	KG	KZ	UZ	TR
1	Cumhurbaşkanı h.da	✓	✓	✓	✓	✓
2	Ülke tarihçesi	✓	✓	✓	-	-
3	Belgeler / kararlar	✓	✓	✓	✓	✓
4	Anayasa / kanunlar	✓	✓	✓	✓	-
5	Politikalar / olaylar	✓	✓	✓	✓	✓
6	Ulusal semboller	✓	✓	✓	✓	✓
7	Güncel basın açıklamaları	✓	✓	✓	✓	✓

Tablo-1 de belirtildiği şekliyle, cumhurbaşkanlık sitelerinin bilgi sunum işlevi olarak büyük benzerlikler gösterdiğine dikkat çekilmiştir. Farklı bir özellik Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlık sitesinin diğerlerine kıyasla daha kapsamlı olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı sitesinde ülke tarihçesi ve anayasa kanunlarıyla ilgili bilgi sunumu verilmemiştir. Bunun yanı sıra eski Sovyetler Birliği (SSCB) ülkeleri kapsamında bulunan Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Özbekistan'ın bilgi sunum işlevlerinin aynı şekilde olduğu, sadece ülke tarihçesi ile ilgili bilginin Özbekistan'ın sitesinde yer almadığı görülmektedir.

### 5.4. Web sayfaların bilgi sunum özellikleri

Bilgilerin sunum özellikleri dört alt başlık üzerinden bakılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen her bir web sayfasının işlev ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin ne kadar donanımlı olduğu ve bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri, bu bağlamda da interneti kullanım amaçları doğrultusunda ne kadar etkin ve ne ölçüde kullanabildiği ortaya konulmuştur.

**Tablo 2.** Görsellik

			AZ	KG	KZ	UZ	TR	
GÖRSELLİK	Sayfa tasarımı	Grafikler	-	-	-	-	-	
		Fotoğraflar	10	4	7	1	6	
		Haraketlilik imajlar	1	1	1	1	1	
		Toplam	11	5	8	2	7	
	Multimedya	Ses	-	-	-	-	-	
		Video	1	1	1	-	1	
		Animasyon	-	-	-	-	-	
		Toplam	1	1	1	-	1	
	Genel toplam			12	6	9	2	8

Tablo-2'de görüldüğü gibi, görsellik bakımından Cumhurbaşkanlıkları sayfaları tasarım ve multimedya açısından incelenmiş; kullanım kolaylığı, sadeliği, hareketliliği ve görsel etkisi gibi etkenler dikkate alınmıştır. Buna bağlı olarak web sayfalarında birçok görselin kullanılması dikkat çekici veya dikkat dağıtıcı özellikte olduğu görülmüş, az görsel kullanılan sayfalarda istenilen bilgiye erişim kolaylığı görülmüştür. Bu bağlamda bakıldığında en çok görselin kullanıldığı Azerbaycan Cumhurbaşkanlığı sayfası görsel açıdan dikkat çekici özelliği ile ön plana çıkarken yine dikkat dağıtıcı özelliğiyle de ön plana çıkmaktadır, birçok görselin kullanılması ulaşılmak istenilen bilgiye ulaşmada oldukça dikkat dağıtıcı görülmüştür. Sadelik konusunda en az görselin kullanıldığı Özbekistan Cumhurbaşkanlığı sayfası ön plana çıkmaktadır, sadece tek görselin kullanıldığı sayfada web sayfasında konu başlıkları altında verilen bilgilere ulaşmanın oldukça kolay olduğu anlaşılmıştır. Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye



Cumhurbaşkanları sayfalarında görsellik bakımından belirli bir denge gözetilmiş, hem görsellik hem de sadelik bakımından sayfa ziyaretçilerine kullanım kolaylığı sağladığı görülmüştür.

**Tablo 3.** Erişebilirlik

ERİŞEBİLİRLİK		AZ	KG	KZ	UZ	TR
	Çerçeve seçeneği	✓	✓	✓	-	✓
	Sadece metin seçeneği	✓	✓	-	✓	-
	Yükleme ve çıktı alma kolaylığı	✓	✓	✓	✓	✓
	Görme engelliler için seçenek	-	-	-	-	-
	Yabancı dil seçeneği	✓	✓	✓	✓	✓

Tablo 3'te belirlenen erişebilirlik özelliğine göre, tüm web sayfaların genel itibari ile birbirine benzerlik göstermiş olmuş olmasına rağmen çerçeve seçeneği Özbekistan Cumhurbaşkanlığı web sayfalarının diğer web sayfalarda olduğu şekliyle fotoğraflarla belirlenerek çerçevelere ayrılmadığı görülmüştür. Bununla birlikte Azerbaycan'ında de aynı özellikleri taşıyan sekmeleri mevcuttur ve bu açıdan Azerbaycan web sayfasında hem çerçeve seçeneğinin bulunduğu hem de sadece metin seçeneğinin bulunduğunu görmek mümkündür.

Yabancı dil seçeneği açısından Kırgız Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı web sayfasının sadece iki dilde (Kırgızca ve Rusça) olduğu, diğer 4 ülkenin İngilizce dillerinin dahil olduğu ve bunlar içerisinde Türkçe, İngilizce, Fransızca ve Arapça dilleri Türkiye Cumhurbaşkanlığının web sayfasında belirtilmiştir. Diğerlerinden farklı olarak Özbekistan Cumhurbaşkanlığının web sayfasında Özbekçe hem Latin harfleri ile hem de Kiril harfleri ile belirtilmiş seçenekleri mevcuttur.

Güncellik açısından tüm web sayfa peyderpey güncellendiği için onların tablosunu yapmaya gerek duyulmamıştır. Her web sayfasının 1-2 gün içerisinde haber güncellemesi yaptığı, diğer bilgilerin ise çoğu zaman sabit olarak kaldığı görülmüştür.

**Tablo 4.** Gezinebilirlik

GEZINEBİLİRLİK		AZ	KG	KZ	UZ	TR
	Site içi bağlantılar	✓	✓	✓	✓	✓
	Dış bağlantılar	✓	-	✓	-	✓
	Arama motoru	✓	✓	✓	✓	✓
	Arşiv	✓	✓	✓	✓	✓
	Sosyal medya bağlantıları	✓	✓	✓	✓	✓

Gezinebilirlik (tablo 4) açısından en zengin iç ve dış bağlantılara sahip içeriğin Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlık web sayfasına ait olduğu görülmüştür. Site içi bağlantıların 6, dış bağlantıların 7 olarak sayıldığı bu bakımdan diğer web sayfalarından daha fazladır. Ayrıca web sayfaları içerisinde önemli bir diğer özellikte Kırgız Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı web sayfasında görülmektedir; cumhurbaşkanı ile ilgili haberlere ülke haritası şeklinde gösterilen tablolara ayrılarak verilmiştir. Haritada belirlenen bölgelere tıklayarak o bölgeyle ilgili cumhurbaşkanı faaliyetlerine ulaşmak mümkündür. Bununla birlikte hem haber arşivinin hem de diğer bilgilerin arşiv bölümü bulunmaktadır. Bu özellik sadece Türkiye ve Azerbaycan cumhurbaşkanlıklarının web sayfalarına aittir. Diğer web sayfaların sadece haber arşivleri mevcuttur.

## 6. SONUÇ

İnternetin siyasal iletişim açısından daha etkin kullanılmaya başladığı modern dünyada web sayfaların kullanım kolaylığı işlevsellik açısından büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda iki yönlü eş zamanlı ve karşılıklı etkileşime dayanan iletişim sayesinde ve web sayfaların içindeki çoklu metin (hypertext) içeren linkler aracılığıyla gruplar ve kişiler arasındaki yatay ve dikey iletişim imkânları açısından çalışma kapsamında ele alınan tüm cumhurbaşkanlık web sayfaları gereken işlevleri yerine getirdiği gözlemlenmiştir. Tüm web sayfalarından cumhurbaşkanı faaliyetlerinin güncel paylaşımı ve yayınlanan fotoğraflara kolay erişim ve indirme imkânı hem vatandaşları bilgilendirmek hem de basın-yayın mensuplarının görselleri kullanabilmesi açısından faydalı olduğu görülmektedir.

Bilgilerin sunum özellikleri bağlamında cumhurbaşkanlık web sayfalarının her ülkenin bayrak ve arma rengine, geleneksel ve dini motivlere uygun olarak tasarlanmıştır. Ayrıca menü, çerçeve, hareketlilik özelliklerinin tüm web sayfalarında benzer bir tasarım çerçevesinde olduğu görülmektedir.

Genel olarak araştırma kapsamında incelenen kurumsal web sayfaları görünürde her ne kadar farklılıklar olsa da “İşlevsellik Özellikleri” ve “Bilgi Sunum Özellikleri” bakımından oldukça benzerlik göstermektedir.

#### KAYNAKÇA

Amirbek, A, Anuarbekuly A, ve Makhanov K. (2017). Türk Dili Konuşan Ülkeler Entegrasyonu: Tarihsel Geçmişi ve Kurumsallaşması. Bölgesel Araştırmalar Dergisi, 1 (3): 164-204.

Baran, M. (2014). Siyasal iletişim çalışmalarında yeni medya teknolojilerinin kullanımı. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı, İstanbul.

Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(27): 347-379.

Çakır, H. ve Tufan, S. (2016). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye’de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 30 (41): 7-28.

Doğan, A. ve Ertan, T. (2016). Siyasal İletişim Aracı Olarak ABD Başkanlık Seçimlerinde Twitter’ın Kullanımı: Hillary Clinton ve Donald Trump Örneği. Atatürk İletişim Dergisi, (11): 139-157.

Eraslan, M. ve Küçük Durur, E. (2018). Siyasal İletişim ve Medya Bağlamında Siyasal Reklam Aracı Olarak Propaganda. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4 (2): 193-204. DOI: 10.31463/aicusbed.445100.

Gibson, R.& Ward, S. (2000), A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites. Social Computer Rewiev, 18, 301-319.

Göktaş, P. ve Çarıkçı, İ. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 2 (1): 7-33.

Öksüz O. ve Turan Yıldız E. (2004). Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: Türkiye ve ABD’deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi, 2nd International Symposium Communication In The Millenium: Dialogue Between American And Turkish Scholars, İSTANBUL, TÜRKİYE, 17-19 Mart 2004, ss.: 989-1005

Özer, M. (2015). Siyasal İletişimin Etkinliğinde Algılama Yönetiminin Rolü. Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 3 (7): 166-197.

Silsüpür, Ö. (2016). Siyasal iletişim aracı olarak Twitter’ın kullanımı: 7 Haziran 2015 genel seçimi üzerine bir çalışma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi 4 (2): 0-0. DOI: 10.19145/gujofoc.77651

Yıldırım, Y. (2012). İletişimsel Eylem Kuramı Işığında Siyasal İletişim ve AK Parti Örneği. Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries), 7 (1): 195-226.

Yıldırım, Y. (2014). İletişimsel Eylem Kuramı Işığında Siyasal İletişim ve AK Parti Örneği. Akademik İncelemeler Dergisi, 7 (1): 195-225.

Yıldız, M. (2012). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Meclis Televizyonu. Yasama Dergisi, 20.

Yen, B., Hu, P.J.H. & Wang, M. (2007). Toward an Analytical Approach for Effective Web Site Design: A Framework for Modeling, Evaluation and Enhancement. Electronic Commerce Research and Applications 6, 159–170.

Алтунян А. Г. (2006). Анализ политических текстов. М. : Логос.

Балашов А. Н. (2014). Интернет-активность российских политических партий: политологический анализ. Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, 3, 107-116.

Володенков С. В. (2011a). Коммуникационные основы современного политического управления. Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология, 11 (3): 74-78.



Володенков С. В. (2011b). Политическая коммуникация и современное политическое управление. Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки, 6, стр.: 22-31.

Гаврилова М. В. (2008). Методы и методики исследования политической коммуникации. СПб. : Изд-во Невского ин-та яз. и культуры.

Грачев М.Н. (2004). Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей.

Зазаева, Н. Б. (2007). Политическая коммуникация: лекция. Философия и общество, (4 (48)), 175-187.

Лиллекер Д. (2010). Политическая коммуникация. Ключевые концепты. Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр».

Мелконян, Н. (2017). Виды и функции обратной связи в диалоговых политических коммуникациях. Вестник Ереванского университета. Социология, Экономика, 2 (23):29-36.

Рахматуллина З. Б. (2018). К вопросу о политической коммуникации / З. Б. Рахматуллина, Р. Р. Нуриев // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург. — Екатеринбург: УрФУ, стр.: 2196-2200.

Чекменев Д. С. (2016). Функции общественно-политического дискурса. Университетские чтения-2016. Пятигорск: ПГЛУ, стр.: 212-217

Хубецова З. Ф. (2017). «Политическая коммуникация. Теория, образование, опыт: учеб. пос.: в 2 ч. Ч. 1: Исследование и преподавание политической коммуникации / науч. ред. С. Г. Корконосенко. — М.: ООО «Смелый дизайн»; СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. школа журн. и мас. коммуникаций», 142 с.

<https://www.turkkon.org/tr/turk-konseyi-hakkinda> (Erişim Tarihi: 20.03.2020).

<http://www.mfa.gov.tr/turk-konseyi.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 20.03.2020).

