T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İNTERNETİN SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI [İKTİDAR VE ANAMUHALEFET PARTİLERİNİN WEB SAYFALARI ANALİZİ]

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ERGÜN KÖKSOY

ANABİLİM DALI: İLETİŞİM BİLİMLERİ
PROGRAM : İLETİŞİM BİLİMLERİ

KOCAELİ - 2008

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İNTERNETİN SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI [İKTİDAR VE ANAMUHALEFET PARTİLERİNİN WEB SAYFALARI ANALİZİ]

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ERGÜN KÖKSOY

ANABİLİM DALI: İLETİŞİM BİLİMLERİ
PROGRAM : İLETİŞİM BİLİMLERİ

DANIŞMAN: DOÇ. DR. METE ÇAMDERELİ

KOCAELİ - 2008

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İNTERNETİN SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI [İKTİDAR VE ANAMUHALEFET PARTİLERİNİN WEB SAYFALARI ANALİZİ]

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZİ HAZIRLAYAN: ERGÜN KÖKSOY
TEZİN KABUL EDİLDİĞİ ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU TARİHİ VE NO: 30/04/2008-2008/12

PROF. DR. FÜSUN ALVER	**DOÇ. DR. METE ÇAMDERELİ**	**DOÇ. DR. NİGAR PÖSTEKİ**
……..	**.....**	**.....**

KOCAELİ - 2008

Özet

İnternetin Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı
[İktidar ve Ana Muhalefet Partilerinin Web Sayfaları Analizi]

Bu çalışma, internetin siyasal iletişim aracı olarak kullanımını ve siyasal partilerin internet ve web sayfa kullanım amaçlarını, üç ülkenin iktidar ve ana muhalefet partileri üzerinden, incelemeyi amaçlamaktadır. İnternetin 1960'ların ortalarında Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkışından günümüze kadar gelen süreci anlatılacaktır. Ayrıca 1990'lardan bugüne kadarki internet ve siyasal iletişim ilişkisine değinilecektir. İnternetin gelişme süreci kısa bir sürede siyasal partilerin sunumu tartışmalarına yol açmıştır. Batı dünyasında internet ve diğer bilgi teknolojileri, politik organizasyon ve kurumları yeniden canlandırma yolunda fırsatlar sunan ortamlar olarak görüldü. Bu gerçeklikten yola çıkarak çalışmada, siyasal partilerin politikalarını potansiyel seçmenlerine sunmak için web sayfalarını ve bilişim teknolojilerini nasıl ve hangi amaçlar doğrultusunda kullandıkları incelenecektir.

Araştırma 3 ülkedeki toplam 6 politik partinin web sayfalarının karşılaştırılmasını amaçlıyor. Bu çalışmada üç ülkenin siyasal iletişimde internet kullanımının farklı teknolojik seviyeleri olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla, Türkiye'den Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), İngiltere'den İşçi Partisi (Labour) ve Muhafazakar Parti (Tory), Amerika Birleşik Devletleri'nden Cumhuriyetçi Parti (RNC) ve Demokrat parti (DNC) araştırma için seçilmiştir.

Abstract

Using İnternet As A Political Communication's Tools

[Analysis of Goverment's and MainOpposition's Parties' Webpages]

The analysis covers usage of internet as a political communication's tool and how political parties use internet and webpage across a number of contexts but has particular emphasis on Turkey, England and United States's dominant political parties. Beginning with an İnternet's historical overview, will be explained the rise of the İnternet since the mid-1960s in the US and then spread across the world. Also, it will be mentioned how to been procesed the relation between internet and political Communication so far since the mid-1990s. The development of the Internet in a period of change has meant that it quickly became intertwined with debates about reviving representative political parties. The İnternet and other İnformation Communication Technologies (ICTs) have been seen as offering a possible means of reinvigorating political organisations and institutions in the west World. The study examines political parties how to use the Web sites and enformation technologies to promote themselves, to represent their politics to potential voters.

This paper examines making up a comparative analysis of six political party representing three different country has been aimed. In such a study, it is thought that with regard to illuminating the point of three countries with the possession of different technological levels have been reached in İnternet usage in political communication. With that purpose, Justice and Development Party (AKP) and Republican People`s Party (CHP) from Turkey, Labour Party(labour) and Conservative Party (Tory) from England, Republican Party (RNC) and Democratic Party (DNC) from United States of America, have been selected as the subject in our websites researches.

Önsöz

İletişim teknolojileri, politik aktörlerin hedef kitleleriyle iletişim kurma biçimlerini etkilemiş, herbir medya teknolojisi bir önceki eski iletişim formlarını yıkarak, yeni iletişim biçimleri yaratmak suretiyle mevcut sosyal ilişkilerin ve kurumların yeniden biçimlendirilmesine katkıda bulunmuştur. Bu saptama, yazılı kaynaklar olan kitap, afiş, gazete, dergi, işitsel bir araç olan radyo; görsel ve işitsel kaynaklar olan sinema, televizyon ve nihayet internet iletişimi için geçerlidir. İletişim araçları, sadece mesajların iletilme biçimini değil, mesajın içerik özelliklerini, şeklini ve etkinlik derecesini de etkilemektedir

Başlangıçta askeri ve bilimsel kaygılarla keşfedilen bilgisayar ve internet, günümüz modern yaşamın bütün kurumlarına ve sistemine entegre edilmiştir. İnternet; interaktif, katılımcı, hızlı, ekonomik ve uluslar arası erişilebilirlilik özellikleriyle geniş bir kullanıcı ağına sahip olmuştur. Siyasal iktidara gelmek için seçmelerin kanaat ve oylarına ihtiyacı olan siyasal partilerde 1990'lardan itibaren internetin bu fırsatlarından yararlanma yollarını aramaya başladılar.

Günümüze kadarki süreçte internetin siyasal partiler tarafından kullanılmasıyla ilgili olarak yapılan çalışmalarda, genel olarak internetten yararlanma biçimleri ve kullanım amaçlarının neler olduğu sorunsalları öne çıkmıştır. Bu sorunun ortaya konulmasının amaçlandığı "İnternetin Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı [İktidar ve Ana muhalefet Partilerinin Web Sayfaları Analizi]" adlı bu çalışmada fikirlerini, sabrını, güvenini esirgemeyen değerli danışman hocam Doç. Dr. Mete Çamdereli ve emeğini, zamanını, yönlendiriciliğini, dostluğunu esirgemeyen Doç. Dr. Emine Yavaşgel hocalarıma sonsuz minnettarlığımı ve şükranlarımı sunuyorum.
Sağolsunlar, varolsunlar…

Ergün Köksoy
Kocaeli, 2008

İNTERNETİN SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI
[İKTİDAR VE ANA MUHALEFET PARTİLERİNİN WEB SAYFALARI ANALİZİ]

Özet……i
Abstract…….....ii
Önsöz…….……iii
İçindekiler…….....iv
Kısaltmalar……...……...vii
Tablolar, şekiller, Fotoğrafik Metaryeller……...viii
Giriş.....1

BİRİNCİ BÖLÜM
İnternet ve İletişim

1.1. İnternetin Gelişimi…….……..…….3
1.1.1. İnternetin Kapsamı……...……6
1.1.2 İnternetin Çalışma Sistemi……...…9
1.1.3 İnternete Erişim Nedenleri…….11
1.1.4 Dünyada İnternet Kullanımı..……13
1.1.5 Türkiye'nin Ağa Bağlanışı…….…….....17
1.2. Kitle İletişim Araçları ve İnternet Arasındaki Bağ…….…20
1.2.1. İnternet İletişimi……...……..……24
1.2.2. İletişimsel Enformasyon…….....……28
1.2.3 Bilgi ve Enformasyon Arasındaki Farklar.…….....……...30
1.3. İnternette Enformasyon Dolaşım Türleri…….…31
1.3.1. Web Sayfaları……..…….31
1.3.2. Sanal Günlükler; Bloglar…….....34
1.3.3. Forumlar……...…….……..37
1.3.4. Elektronik Posta (E-Mail)……...37
1.3.5. Yeni Sosyalleşme Ağları; Facebooklar……..38

İKİNCİ BÖLÜM

İnternet ve Siyasal İletişim

2.1. Siyasa ve İletişim Olgusu……...……...……41

2.2. İnternetin Siyasal İletişim Boyutu.....……..44

2.2.1. İnternet Demokrasisi……...47

2.2.2. Elektronik Devlet ve Yönetişim ilişkisi……..……53

2.2.3. Siyasal İletişimde Web PR (Halkla İlişkiler) Dönemi……..56

2.3. Siyasal Partiler-İnternet İlişkisi ve İlk Araştırmalar……..59

2.4. Siyasal İletişim Kampanyaları……...…64

2.4.1. Siyasal İletişim Kampanyalarında İnternet Kullanımı..……..…68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Ülkelerin ve Partilerin Siyasal Kültür Özellikleri

3.1. Siyaset ve Kültür İlişkiselliği; Siyasal Kültür……..…….75

3.2. Renk ve Sembollerin Siyasal Kültür Öğeleri Olarak Kullanımı……79

3.3. Türkiye'de Siyasal Kültür……..81

3.3.1. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)……86

3.3.2. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)……87

3.4. İngiltere'de (Büyük Britanya) Siyasal Kültür…….……...……..……89

3.4.1. Muhafazakar Parti (TORY)…….……..91

3.4.2. İşçi Partisi (LABOUR) ……...…..93

3.5. Amerika Birleşik Devletleri'nde Siyasal Kültür…….….95

3.5.1. Demokrat Parti (DNC)……97

3.5.2. Cumhuriyetçi Parti (RNC)…….....100

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Siyasal İletişim Aracı Olarak Partilerin Web Sayfalarının Analizleri

4.1. Araştırmanın Yöntemi…….....……..….104

4.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi…….....…….105

4.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi…….....……..…..106

4.1.3. Araştırmanın Zaman Planlaması….…….....……..107

4.2. Türkiye, İngiltere Ve ABD'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Karşılaştırmalı Analizi…….…….107

4.2.1. Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi…….107

4.2.2. İngiltere'deki Siyasal partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi…….……...…….…109

4.2.3. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi.…….…112

4.2.4. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Fonksiyonlarının analizi..…... 115

4.3. Türkiye, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunum analizi……...…..…….....……..…. 116

4.3.1. Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi….....116

4.3.2. İngiltere'deki Siyasal partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi…...…118

4.3.3. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi….……..……120

4.3.4. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunumlarının analizi……...…122

Sonuç…….....…….…125

Kaynakça……...…133

Ek-1. Metodolojik Puanlama Sistemi: Parti Web Sayfası Analizi……...…137

Ek-2. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Görülebilirlilik/İzlenme Oranları……143

Ek-3. Araştırma Dahilindeki Partilerin Web Sitelerinin Anasayfa Sunumları……..144

Özgeçmiş

KISALTMALAR

A.G.E	**Adı Geçen Eser**
ÇEV.	**Çeviren**
S.	**Sayfa Numarası**
ABD	**Amerika Birleşik Devletleri**
AKP	**Adalet ve Kalkınma Partisi**
CHP	**Cumhuriyet Halk Partisi**
DNC	**Demokrat Parti (ABD)**
LABOUR	**İşçi Partisi**
RNC	**Cumhuriyetçi Parti**
TORY	**Muhafazakar Parti**

TABLOLAR

Tablo- 1 Dünya İnternet Kullanımı ve Nüfus İstatistiği……15

Tablo-2 Cinsiyete Göre Türkiye, Kent-Kır Ayrımında Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları (%)……...18

Tablo -3 Türkiye'de İnternet Kullanıcıları Sayıları……..……..19

Tablo- 4 2005 İngiltere Seçimleri İlgili Bilgilerin Kaynakları……71

Tablo -5 2005 İngiltere Seçim Haberleri İçin İnternetin Kullanan Vatandaşların Profili……71

Tablo-6 Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları…..….107

Tablo-7 İngiltere'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları…….....109

Tablo-8 Tablo-8 Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları……...112

Tablo 9 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Fonksiyonları…….....115

Tablo-10 Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının sunumları……..…116

Tablo-11 İngiltere'deki Siyasal partilerin Web Sayfalarının Sunumları……118

Tablo-12 Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunumları……..…121

Tablo-13 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunumları……123

Tablo-14 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Görülebilirlilik/İzlenme Oranları..143

ŞEKİLLER

Şekil-1: İnternetin Bir Parçası…….…….....…...9

Şekil-2: Web Sayfası……..33

GRAFİKLER

Grafik-1: Dünyada İnternet Kullanımı- Kasım 2007……16

Grafik-2: Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Fonksiyonları…….....115

Grafik-3: Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunumları……...123

FOTOĞRAFİK METARYELLER

Fotoğrafik Metaryel-1 AKP Logosu…….…….87

Fotoğrafik Metaryel-2 CHP Logosu…….88

Fotoğrafik Metaryel-3 Tory'nin Logosu……...93

Fotoğrafik Metaryel-4 Labour'un Logosu……...…95

Fotoğrafik Metaryel -5 DNC'ni Logosu……....99

Fotoğrafik Metaryel-6 Nast'ın Demokrat Parti Karikatürü……....100

Fotoğrafik Metaryel-7 RNC'nin Logosu……....102

Fotoğrafik Metaryel-8 Thomas Nast'in Cumhuriyetçi Parti Karikatürü……..…102

Fotoğrafik Metaryel-9: AKP'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……..144

Fotoğrafik Metaryel-10: CHP'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……..145

Fotoğrafik Metaryel-11: Labour'un Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……...146

Fotoğrafik Metaryel-12: Tory'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……..147

Fotoğrafik Metaryel-13: RNC'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……..148

Fotoğrafik Metaryel-14: DNC'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu……..149

Giriş

"Bütün insanlar doğal olarak bilmeyi arzu ederler"

Aristoteles

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler modern dünyanın temel oluşturucuları arasında gösterilirler. Matbaanın keşfedilmesi, gazete, radyo, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının bilgi iletişimini arttırması bilgiyi küresel anlamda hareket edebilen bir fenomen haline dönüştürmesi küresel bir iletişim sisteminin oluşmasına yol açtı. Küreselleşme: ekonomik, sosyal, teknolojik, ulaşım, kültürel ve politik açılardan global bütünleşmenin, entegrasyon ve dayanışmanın artması anlamına gelmektedir. Bu sürecin en önemli etkenlerinden biri konumunda olan İnternet, aynı zamanda küreselleşmenin de aracı olmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçlarının ulusal coğrafyalarla sınırlı erişimine karşılık internetteki enformasyon dünya çapında dolaşıma girer. Elbette bu dolaşım bilgisayar kullanıcılarından oluşan sınırlı bir dünyayı kapsamaktadır. İnternette enformasyonun ulusal sınırları aşarak bireylerin, grupların, örgütlerin küresel düzeyde iletişimine olanak tanıması dünyayı McLuhan'ın deyimiyle "küresel köye" çevirmiştir.

İnternet son yarım yüzyıldır varolan ve doğası gereği diğer kitle iletişim araçlarından farklı yanlarıyla, modern hayatın bütün alanlarında etkin olarak kullanılır hale gelmiştir. İnternetin aynı anda milyonlarca kişi tarafından kullanılması, belirli bir yerden bağımsız oluşu, hızlı, çoğulcu ve interaktif yapısı, kişi ve kurumlara kendilerini tanıtma ve birbirleriyle iletişim kurma fırsatı vermiştir.

1990'ların başlarından itibaren siyasal kurumlar ve aktörlerde internetin bu özelliklerinden yararlanma düşüncesi ortaya çıktı. İnternetin siyasal partiler tarafından ilk kullanımı, internetin de ortaya çıktığı ABD (Amerika Birleşik Devletleri)'de olmuştur. Siyasal partilerin seçim kampanyalarında boy göstermeye başlayan internet, zamanla siyasal partiler ve kamu kurumları için birçok amacın yerine getirildiği bir mecra haline gelmiştir. İnternetin yoğun olarak kullanım sürecinde ABD ve İngiltere öncü ülkeler olarak ortaya çıkmışlardır.

İnternetin bu özelliklerinden yola çıkılarak bu çalışmada siyasal partilerin web sayfaları yoluyla interneti kullanış biçimleri ve amaçları, fonksiyon ve sunum özelliklerine göre incelenecektir. Çalışmanın amacı, araştırma dahilindeki siyasal partilerin web sayfalarını inceleyerek partilerin web sayfaları yoluyla neleri amaçladıkları ve interneti web sayfaları özelinde nasıl kullandıkları belirlenmeye çalışılacaktır, ayrıca ülkelerarası ekonomik ve

teknolojik gelişmişlik düzeyinin interenet kullanımına yansıyıp yansımadığı da incelenerek varsa bu yansımaların neler olduğuna değinilecektir.

Çalışmanın ilk bölümde, genel olarak bilgisayar ve internet teknolojisi üzerinde durularak; internetin gelişim süreci, yapısı, kullanış amaçları incelenecektir. Bilgi teknolojilerinin gelişim süreclerini anlamak için, bilgisayarlardan internete geçiş sürecinin yapısal altyapısını bilmek gerekir. Ayrıca, internetin bilgi ve enformasyon iletişimi süreçlerine etkileri, internet iletişimi, bilgi ve enformasyon kavramları ve internette dolaşan enformasyon türleri incelenecektir.

İkinci bölümde, çalışmanın diğer ayağını oluşturan siyaset ve siyasal iletişim olguları, internet demokrasi ilişkisi, çalışma kapsamındaki partilerin interneti kullanım biçimleri ve internetin siyasal iletişim aracı olarak kullanımı genel olarak incelenecektir.

Üçüncü bölümde siyasal kültür olgusu ve araştırma dahilindeki ülkelerin ve siyasal partilerin genel siyasal ve ideolojik yapılarına değinilecektir. Ayrıca siyasal partilerin görsel kimliklerinin oluşturucuları olan sembol ve renkler betimlenecektir.

Son bölümde araştırma dahilindeki, Türkiye'den Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), İngiltere'den İşçi Partisi (Labour) ve Muhafazakar Parti (Tory), Amerika Birleşik Devletleri'nden Cumhuriyetçi Parti (RNC) ve Demokrat parti (DNC)nin web sayfaları, fonksiyon ve sunum özellikleri açısından karşılıklı değerlendirmeye tabi tutulacaktır. Böylece üç ülkenin iktidar partileri ve ana muhalefet partilerinin internet kullanım amaçları, biçimleri ve teknolojik gelişmişlik düzeylerinin internet kullanımına etkileri, web sayfaları özelinde değerlendirmeye tabi tutularak incelenektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

İnternet ve İletişim

1.1. İnternetin Gelişimi

Bilginin değerlenmesi, onun hareket eden bir olgu olarak biçimlendirilmesiyle ivme kazanmıştır. Bilgiye hareket kazandıran temel faktör ise teknoloji olmuştur. Bilgi ve teknolojinin bu birlikteliği iletişim alanında da etkisini göstermiş, kablolu televizyon, ev bilgisayarları, vidio kaset kaydedicileri (VCR), uydu gönderme, elektronik bilgi ulaştırma (Vidio tekst ve teleteks), hiper medya (basın, televizyon, işitsel araçlar ve bilgisayarları birleştiren yeni bir medya), CD-ROM'lar ve yüksek tanımlı televizyonlar (HDTV) yeni iletişim teknolojilerinin içinde yer almışlardır.[1]

Teknolojinin gelişmesi aslında makinaların modern hayata yoğun olarak müdahil olması anlamına da gelmiştir. Bunun sonucunda ise birey makina ilişkisi gündeme gelecektir. İnsan ve makina ilişkisi, Siber (cyborg) otomasyon kaygılarının arttığı 1960'larla birlikte ilgi çekici hale geldi. Mekanikleşme dönemi, endüstri devrimiyle, işçilerden "fabrika eli" yada "makinanın parçası" olarak söz edilmesiyle başlar. Ancak 1960'larda mekanikleşmenin sadece birinci dönemi yaşanmıştır. Bu makinaya bağlılık dönemi olarak da adlandırılır. İkinci dönem ise 20.yy başlarıyla başlayan yarı otomatik makinalar dönemidir. Üçüncü dönem ise ful otomatik, bilgisayarlaşmış, otomatik makinalar ve sibernetik makinalar dönemidir.

İnsan ile makina arasındaki bulanıklaşan bu ilişkiyi Nobel Ödüllü Francois Jacob şöyle açıklar: makina; anatomi ve psikoloji terimleriyle tanımlanır, organlar, hücreler ve meleküler iletişim ağının birleşkeleri, bunlar işaret ve mesajlarda değişimler meydana getirirler. Genetik; mesaj, enformasyon ve kod olarak tanımlanır. Birçok biomedikal bilim adamı insanı düzensiz DNA'lardan oluşan bir makina olarak görmektedir. John Kemeny, insan ile makina arasında herhangi bir farkın olmadığını insanın elektronik bir bilgisayar gibi davranışlarının mekanik olarak bir karşılığının bulunduğu sonucuna varmıştır.[2]

---

[1] Wemer Severin, James W.,Wr.,Tankard, **İletişim Kuramları**, (Çev.) Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994,s.12

[2] Sungook Hong, **Man and Machine in the 1960s,** University of Toronto Seoul National University, Ziyaret Tarihi: 15/01/08, http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v7n3/hong.html,

Endüstri devrimi, sanayileşme ve makinalar günümüz dünyasını şekillendiren başat faktörler arasında yer almaktadırlar. Kol gücünden beyin gücüne geçişi sağlayan sanayi devrimi, insanın makinayla tanıştığı ve makinalaşmanın başladığı sürecin başlangıç noktasıdır. Zamanla makinayı günlük hayatta kullanmaya başlayan insan zamanla ona bağımlı hale gelerek onun bir parçası haline dönüşmüştür. Makinaların insanlara boş zaman yaratacağı ve zamanı daha ekonomik kılacağı fikri, insanın makinaya bağlı hale gelmesiyle doğruluk tezini yitirmiştir. Makinalar modern yaşamı geliştirirken, insanı daha tembel ve hantal bir hale getirmiştir. Özellikle ful otomatik makinaların icad edilmesiyle bu bağlılık daha da artmıştır. Her ne kadar bu ilişki insan yaşamının refah seviyesini arttırsada, aynı zamanda insan makine ilişkisini vazgeçilmez bir karşılıklı bağımlılık konumuna sürüklemiştir.

Modern dünyanın, gelişmiş bilgisayar teknolojileri üzerine inşa edildiği söylenebilir. Öyleki insan ile makina arasında herhangi bir farkın kalmadığını ileri süren bilim adamlarının sayısı oldukça fazladır. Bütün bunlara rağmen insanın düşünen, hisseden bir varlık olduğunu ve bu özellikleriyle makinadan ayrıldığı unutulmamalıdır. Belkide modern insanın temel bunalımı bu yüzden ortaya çıkmaktadır. İnsan ve makinanın birbirine bağlılığının iyice perçinlendiği dönem hiç şüphesiz bilgisayarların ve internetin kullanımıyla başlamıştır.

Bilgisayar, kendine daha önce verilmiş programlar gereğince bilgileri elektronik bir hızla işleyen, giriş çıkış ünitelerini çalıştıran, bilgileri birleştiren ve çeşitli karşılaştırmaları sağlayan, otomatik olarak işlem yapabilen bir makinadır. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi bilgisayarın bir işlemi yapabilmesi için önceden programlanmış olması gerekmektedir. Eğer bilgisayara önceden bir program yüklenmez ise, bilgisayar tek başına hiçbir işlem yapamaz. Bu nedenle bilgisayarın kendini yönlendirecek bir operatöre ihtiyacı vardır.

Bilgisayarın tarihi gelişimine bakıldığında, ilk elektronik-dijital bilgisayarın 1930'lu yılların sonunda Dr. John Atanasoff tarafından IOWA Devlet Üniversitesinde master öğrencilerinin matematik hesaplamalarını yapmaları için tasarlanmış olduğu görülür. Bugünkü anlamda bilinen bilgisayar ise 1946 yılında Penssylvania Üniversitesinde geliştirilmiştir. Geliştirilen bu bilgisayara ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Calculator) adı verilmiştir. ENIAC Askeri kurumların balistik tablolarını işlemek, hava tahmini yapmak ve atom enerjisi hesaplamalarını yapmak için kullanılmıştır. ENIAC 30 ton ağırlığında ve bir salonu kaplayacak büyüklükteydi. İlk bilgisayar ile bugünkü avuç içi bilgisayarlar

karşılaştırıldığında, bilgisayar teknolojisinin 54 yılda nekadar yol kat ettiği daha iyi değerlendirilebilir.

Temel olarak bilgisayar hızlı hesap yapabilen makinadır. Bilgisayarın bir işi yapabilmesi için program denilen bir dizi komutun bilgisayara girilmesi gerekmektedir. İlk bilgisayar olarak kabul edilen ENIAC'ı programlamak için yüzlerce kablo ve binlerce açma kapama düğmesi kullanılmıştır. 1946 yılında Dr. John Van Newman, Princeton Üniversitesinde "Stored Program Computer" mantığını ortaya çıkarmasıyla ENIAC'ın programlanması için gerekli olan yüzlerce kablo ve binlerce düğme gereksinimi ortadan kalkmıştır. Bu yeni teknik bilgisayar belleğinde program saklanmasını olası kılarken, bellekte bulunan programlar kullanıcı tarafından kolayca değiştirilebilir hale gelmiştir. Bu teknik günümüz bilgisayarlarının da temelini oluşturdu.[3]

Yukardaki bilgiler ışığında bilgisayarın ortaya çıkmasındaki ana neden daha hızlı ve geniş çapta hesaplamalar yapabilme gereksinimidir. Diğer önemli neden ise ll. Dünya Savaşının güç mücadelesi ortamında ülkelerin birbirine üstünlük sağlamak amacıyla bilimsel ve teknolojik araştırmalara büyük önem vermeleridir. Günümüzde ki birçok önemli buluşun temelinde askeri kaygılar olduğunun söylenmesi abartı sayılmaz. Öyleki bilgisayarın icadı tıptan astronomiye, matematikten ekonomiye ve askeri teknolojilerden siyasete kadar birçok alanda devrim etkisi yaratmış ve günümüz modern dünyasının oluşmasına büyük katkıda bulunmuştur. Bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle günümüzde iletişimin niteliği ve yapılış biçimi değişmiştir. Yüzyüze iletişimden kitle ve araçlı iletişime geçiş bu değişimin en önemli sonuçlarından biridir. Değişimin niteliğini anlamak için bilgi teknolojileri kavramını açmak gerekir. Genel olarak bilgi teknolojileri, "bilginin toplanması, işlenmesi, saklanması ve gerektiğinde herhangi bir yere iletilmesini ya da herhangi bir yerden bu bilgiye erişilmesini sağlayan teknolojiler" olarak tanımlanacağı gibi "bilginin toplanması, saklanması, işlenmesi, erişilmesi ve dağıtılmasına hizmet eden teknolojiler, uygulama ve hizmetlerin bütünü ve sistem üzerindeki bilgilerin tümü" olarakta tanımlanabilir.[4]

[3] **Türkiye'de İnternet ve Web Tasarımı**, Ziyaret tarihi: 06/12/2007, http://www.programlama.com/sys/c2html/view.php3?DocID=2334

[4] Nesrin Ada, **Örgütsel İletişim ve Yeni Bilgi Teknolojileri; Örgütsel iletişim Ağları,** Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İsletme Bölümü, Ziyaret Tarihi:15/01/08, http://eab.ege.edu.tr/pdf/7_2/C7-S2-M9.pdf

Tanımlardan anlaşılacağı gibi bilgi teknolojileri kavramı oldukça geniş bir alanı ve amacı kapsamaktadır. Bu sürecin başlangıcı matbaanın icadına kadar gidebilir. Çünkü ilk defa matbaa sayesinde bilgi sayısal olarak çoğaltılmış ve bir yerden bir yere taşınabilir hale getirilmiştir. Bilginin teknolojik boyutta önemli bir değer oluşturması, onun erişiminin ve dağıtımının etkin olarak yapılmasıyla sağlanabildi. Bu alanda 19 yüzyılın başlarında sırasıyla telefon, radyo ve televizyonun icad edilmeleri; bilginin, iletişimin ve teknolojinin niteliğini, biçimini ve içeriğini değiştirdi. Ürün, mal vs. alışverişi insanoğlunun şehirleşmeye, ticaret olgusunun temellerinin atılmaya başladığı dönemlere kadar giderken, bilginin bir ürün olarak alışverişinin yapılması tamamen teknolojinin gelişmesiyle mümkün olmuştur.

Günümüzde bilgisayarlar çoğunlukla kişiler ya da örgütler arasında bilgi alışverişi için kullanılmaktadır. Elektronik ortamda bilgi aktarımı için, yerel bilgisayar bağlantılarını uzak mesafelere yayan geniş ağlar kurulmaktadır. Bu ağlar, bilgilerin değişiminde ve alışverişinde kullanılır.[5] Dünyada pek çok sayıda bilgisayar ağı bulunmaktadır. Bu ağları üç ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar; UUCP Unix to Unix Copy, NJE Network Job Entry ve İnternet'tir. Günümüzde bu ağların arasında İnternet, en yaygın bilgisayar iletişim ağıdır ve dünyanın en sık ve ortak kullanımına sahiptir.[6]

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler interneti ortaya çıkarmış, birçok bilgisayarın birbirine bağlanması ve bilgi paylaşımını, dağıtımını ve erişimini uluslarası boyutlara taşımıştır. İnternetin günlük hayattaki kullanımı yaygınlaşırken uluslarası bilgi akışını hızlandırmış, kültürel, ekonomik ve politik ilişki ve etkileşimim artamasına katkı sağlamıştır. Başlangıçta basit hesaplamaları yapması ve kolaylaştırması amacıyla yapılan bilgisayarlar, günümüzde modern iletişim sisteminin vazgeçilemez bir parçası konumuna gelmiştir.

1.l.1. İnternetin Kapsamı

İnternet sayılamayacak kadar özel ve kamuya ait bilgisayar ağının ve bu ağlara bağlanmaya yarayan telefon hatlarının bir araya gelmesiyle oluşmuş, dünya çapında, herkese açık haberleşme ağıdır. İnternete digitalize edilmiş bilginin kullanıldığı alanda diyebiliriz. Bu alan sadece geleneksel kaynakları içermemekte, aynı zamanda başkalarıyla bilgilerini paylaşmak isteyen bireylerinde verilerini içermektedir.

[5] Yiğit Tayfun **"Bilgiyi Nasıl İleteceğiz?",** Yazılım ve Donanım Dergisi, 1994, Sayı:28, s.53
[6] Manas Oğuz , "**Inet93**", Bilişim Dergisi, Yıl:22, sayı:43, Ekim 1993, s.76

Kullanıcılar genel bilgilerin yanısıra ansiklobedilere, haberlere, kütüphane katologlarına, konferans sonuçlarına, bilimsel makale ve raporlara, devlet dökümanlarına firmaların ürün tanıtımlarına ulaşabilirler. Bütün bu bilgileri İnternet programlarından faydalanarak bilgisayarlarına kopyalayabilirler. Kullanımı çok kolay olan bu programlar sayesinde internetin karışık yapısında sorun yaşamadan çalışılabilmek mümkün hale gelmiştir.

İnternet insanların her geçen gün artan bilgiye ulaşma ve paylaşma isteğinden doğmuştur. Bu teknoloji sayesinde günümüzde bilgiye kolay ve ucuz yolla ulaşabilmekteyiz. İnternet yalnızca verileri tarayabileceğiniz bir alan değil aynı zamanda bu alandaki belki de hayatınız boyunca hiç göremeyeceğiniz, belki de çok yakın arkadaşlarınız yada meslektaşlarınız olan diğer kullanıcılarla hızlı şekilde haberleşebileceğiniz bir yerdir. Ve bütün bunları uluslararası çoklu bir ortamda gerçekleştiriyor olmamız internetin gücünü açıklamamız açısından tek başına bile çok etkili bir kanıttır.

En çok kullanılan yöntemlerden olan elektronik posta (e-mail) vasıtasıyla internet posta adresini bildiğiniz kullanıcıya mektup atabilir, resim, ses ve görüntü dosyaları gönderebilirsiniz. Ayrıca bu uygulamadan faydalanarak ilgi duyduğunuz konuda tartışma listelerine üye olup dünyadaki meslektaşlarınız yada ilgili kişilerin fikirlerini öğrenebilir ve sizde fikrinizi beyan edebilirsiniz.

Kimileri benzer bir yorumla interneti, "dünyadaki en geniş bilgisayar ağı" ya da "bilgisayarlar ağları arası bilgi alışverişini sağlayan geniş bir bilgisayar ağı" olarak tanımlamaktadır.[7] İnterneti daha iyi anlamak için internetin yapısal özellıklerinin bilinmesinde fayda var. İnterneti değişik bir açıdan bilgi çağının bütün dünyayı saran otoyolları olarak görmemiz de mümkündür. İnterneti bütün yolların bağlı bulunduğu birtek anayol olarak düşünmek yanlıştır. İnternet birbirine bağlı ve değişik genişlikte birçok yolun oluşturduğu sistemdir. Daha öncede belirtildiği gibi internetin omurgasını oluşturan bir merkezi ya da çok büyük bilgisayar sistemlerine numara ataması yapan bir yönetim birimi vardır. Burası numaraları bloklar halinde sistemlere verir, numaraların parsellenmesi ve kendi içinde dağılımı bu sistemlerin yöneticileri tarafından yapılır. BBS ya da benzer sistemlerin tersine internette merkezi yönetim birimi yoktur.

[7] Ruth Maran, **İnternet**, (Çev.) Ogan Güner, İstanbul, Pusula Yayıncılık, 1996, s.4

Kurumlarda İnternetin yanısıra intranet ve ekstranet bağlantı sistemleri kullanılmaktadır. İntranet, işletme çalısanları ve bölümlerini internet yazılımları ve standartları kullanarak birbirine baglayan özel bir bilgisayar iletişim ağıdır. İntranet, web sitelerini diğer bilgisayar sitelerinden farklı kılan; bir koruma sistemi aracılığıyla istenmeyen kişilerin veya kullanıcıların siteye erişiminin engellenmesidir. İntranet bir şirketler topluluğuna bağlı şirketler arasında iletişim sağlarken, Ekstranet ise işletme dışından baska kişilerin kısmen kullanımına da açık durumdadır.[8] İntranet bilişim ağlarıyla şirketler arasında insan kaynakları, muhasebe, üretim, otomasyon yazılımları çalıstırmak mümkün oldugu gibi, çesitli veri tabanları tutmak ve belge dağıtımı gibi işlemleri de gerçekleştirmek mümkündür.

Bilgisayardan başka makinaya gönderilen bilgi yol boyunca muhtelif rotaları takip eder. Genelde bu olay kullanıcı tarafından farkedilmez, örneğin internet üzerindeki bir hizmet makinesinden kendi bilgisayarınıza dosya aktarırken her iki tarafta bu işlem esnasında verilerin hangi makinelerden geçtiğini bilmez. Bir elektronik mesaj çok uzunsa birkaç parçaya ayrılır ve internet üzerinde değişik kanallardan hedefe ulaştırılır. Böylece tek bir kanalın sıkışması önlenir. Gönderilen kişi ya da alıcı bunun farkına varmaz. Buna şeffaf teknoloji (transparent technology) denir.

İnternetin Yapısal Özellikleri:

- ***Hız***: Internet üzerinde bilgi alışverişi diğer yöntemlerle kıyaslanamayacak derecede hızlıdır.
- ***Uluslararası oluşu***: Uluslarası bir ortamdır, devlet sınırları sözkonusu değildir.
- ***Görsellik***: Ulaştığumuz bilgileri görüntülü olarak alabiliriz.
- ***Fiziksel şiddetsiz bir ortam oluşu***: Fiziksel temas söz konusu olmadığından şiddete yer yoktur.
- ***Sansür zorluğu*:** Internet üzerinde verilen bilgileri bir başkasının sansür etmesi zordur.
- ***Herkesin erişebilirliği*:** Dileyen herkes internet'e erişme imkanına sahiptir.
- ***Maskeleme***: İnternet üzerinde kimliğinizi gizleyebilirsiniz.

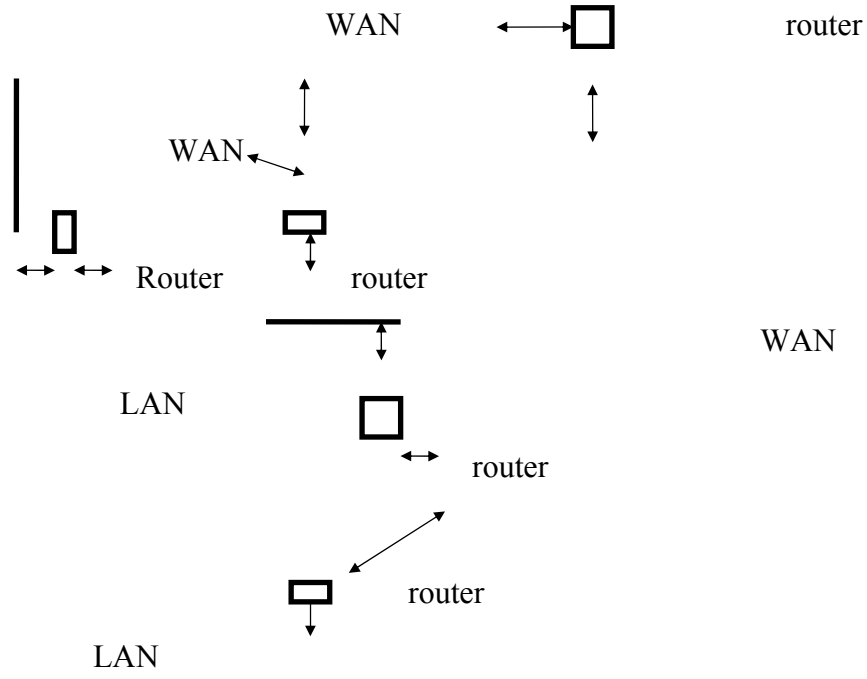
Yapısal özelliklerin sonuçları ise bireysel çalışmaların en geniş biçimde üretime katılması, kağıt tasarrufu, zaman tasarrufu, uluslararası tanışma ve yakınlaşma, özgür bir ortam,

[8] Ada, **a.g.e.**

gençliğin daha etkin hale gelmesi, az bilgili insan ve bilgili insan arasındaki uçurumun artması olarak sıralanmaktadır. İnternetin kişilere ve kurumlara geniş anlamda bir iletişim özgürlük imkanı getirdiğini söylemek mümkündür. Her nekadar günümüzde diğer iletişim araçları olan radyo, tv ve gazeteye oranla erişim alanı sınırlı olsada internet, bu araçlara oranla iletilmek istenilen mesajların daha özgür, hızlı, geniş bir Alana ucuz bir şekilde gönderilebilme olanağı sağlamaktadır. Keza uluslararası iletişim kanallarına daha hızlı ve ucuz katılma avantajı da internete özgün bir iletişim araçı kimliği kazandırmıştır.

1.1.2. İnternetin Çalışma Sistemi

İnterneti oluşturan kısımlar üç ana başlık altında toplanabilir. Birincisi hostlardır. Bunlar kullanıcıların, programları kullanarak diğer iletişim ana sistemleriyle haberleşmesini sağlayan bilgisayarlardır. Daha sonra ağlar (networks) vardır. Bunlarda yerel alan ağları (LAN-Local Area Networks), leased lines (bir noktadan diğer noktaya çekilmiş hatlar), dial-up (telefon hatlarından faydalanılanlar) hatlardır. Neticede bunlar verileri bir bilgisayardan diğerine taşırlar. En son olarakta Routers'tur. Bunlarda birbirleriyle olan bağlantılarını sağlayan aradaki yönlendiricilerdir. Bütün bu kısımlar, farklı ağ ve bilgisayar teknolojilerinin bir araya gelmesiyle paketlerin (Bilgisayarlarda kullanımda uygun hale getirmek için verileri, gönderme ve almada zarf gibi saran küçük veri bölümüdür) ulaştırılmasını sağlamaktadırlar.



Şekil-1 İnternetin Bir Parçası

İnternetteki heryer ulaşılabilir olmalıdır. Bir hosta bir ya da daha fazla network üzerinden faydalanılarak ulaşabilmek mümkün olabilmelidir. Rotayı anlamanın en kolay yolu normal posta sisteminde yabancı ülkedeki bir arkadaşımızdan mektubun nasıl geldiğini anlamaktan geçer. Mektubu posta kutusundan postalarsınız. Bir postacı (Yerel Ağınız-LAN) tarafından toplanır ve seçici ofise(yönlendirici-router) götürülür. Orada seçici adrese bakar, mektubun başka ülkeye olduğunu görür ve uluslararası posta için ayırır. Oradan ülkesine, şehrine, ilçesine, mahallesine diyerekten sırayla bir sonrakine gönderilir. İşte benzer prosedür de internette uygulanmaktadır. Sonuçta bütün seçiciler ve dağıtıcılar (yönlendiriciler-routers) detayları bilmek zorunda değildir. Yalnızca gelecek hareketi bilirler. Bütün yönlendiriciler nereye gideceğini bilen danışma masalarıdır. Eğer posta aynı ağ içinde ise o zaman yerel olarak dağıtılır.

İnternet kullanımları prensip olarak Client-Server modelinde dayanırlar. Bir client (müşteri), ya metne dayalı bir program ya da grafik yüzeyli bir browser yardımıyla Server hizmeti veren yerlerden veriler sorulur ve böylece bunların hizmeti talep edilir. Client ve Server arasındaki iletişimi mümkün kılabilmek için very değiştokuşu hakkında ortak kurallar izlemek gerekir, bu da protokol olarak adlandırılır. TCP/IP, bilgisayarlarla, bilgisayar ağlarının bağlanmalarına ilişkin 100'den fazla protokolun toplamıdır. İnternet'te FTP (File Transfer Protocol) ve SMPT (Simple Mail Transfer Protocol) gibi doğrudan gerçekleştirilen hizmetlerin yanısıra HTTP (Hypertext Transfer Protocol) gibi daha genel protokolleri kapsar. TCP/IP protokolü, iki ana protokol olan TCP (Transmission Control Protocol) ve IP (Internet Protocol)'ün bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Yönlendirme ve adreslerin çalışması IP tarafından, host haberleşmelerinin çalışması TCP tarafından yapılmaktadır. İnternette yer alan makinalardan birine erişebilmek için o makinanın IP adresinin bilinmesi gerekir. Her makinanın bir IP adresi yani ismi vardır. İnternet ilk kullanılmaya başlandığında, her alan aşağıdaki gibi tek numarayla sıralanmıştı.

01101010100010001001001 01

Fakat bir çok kimse 32 bit binary numarayla sorunları olduğu için bu numaraları 8 bitlik 4 sete toplandı ve her biri normal ondalık sayılara çevrildi, noktalarla da ayrıldı. Bu adres, (0-255'e kadarki sayılardan) 32 bit'lik bir sayıdan oluşmaktadır. Örneğin 195.142.232.140.

Bu dört alanın herbiri belirli bir adres bilgisini (Normal postada sokak ya da posta kodu, şehir ve ülkeden oluştuğu gibi) içermektedir. Tabiki her Hostun (Internet'e bağlanmış makina)

kendine özgü bir IP adresi vardır. Bu sistem de iyiydi ama hala akılda tutmak kolay değildi. Adreslerin daha sempatik hale dönüştürülmesi için DNS (Domain Name System) diye adlandırılan bir sistem geliştirildi. Böylece adresler aşağıdaki örnekte olduğu gibi daha basite indirildi.

kou.edu.tr

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi, bu iki, üç yada dört isimden oluşan noktalara ayrılmış ve ülkeyi, organizasyonu, tek bir bilgisayar mı yoksa network mu olduğu belirleyicidir. Bilgisayar teriminde buna domain denmektedir. Bazı ana domainler şunlardır:

com	ticari kuruluşlar
net	bilgisayar ağ sağlayıcısı yada özel bir ağ
gov	devlet kurumları
mil	askeri kurumlar
org	ticari olmayan organizasyonlar

Ayrıca aşağıdaki örnekte olduğu gibi en sonda ülkeyi belirleyici bir kısaltma olabilir:

flipper.bitav.org.tr (Türkiye)

www.independent.co.uk (Büyük Biritanya)

İnternet, günümüzde etkin olarak geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından kullanılmaktadır. Bunları ana gruplar olarak şöyle sıralayabiliriz. Dünya ölçüsünde interneti başlıca aşağıdaki kurumlar ve organizasyonlar kullanmaktadır. Üniversiteler, Araştırma kurumları, NASA, NBS, NIH gibi hükümet kuruluşları, Bilgisayar şirketleri ve her konuda küçüklü büyüklü ticari kuruluşlar, MCI mail, ATT mail, Apple Link gibi firmalar tarafından işletilen ticari ağlar, Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar, AMS, IEEE, gibi meslek kuruluşları, başta ABD Kongre Kütüphanesi olmak üzere ulusal, üniversite ve halk kütüphaneleri, çesitli ülkelerin merkezi hükümet birimleri (ABD, İngiltere, Türkiye, ...), parlamentolar, **siyasi partiler,** yerel hükümetler, sivil toplum örgütleri, basın-tv kuruluşları, müzeler, mesleki ve ticaret odaları vb.

1.l.3. İnternete Erişim Nedenleri

İnterneti kullanarak herhangi bir kullanıcı şunları erişir:

- Meslektaşlarıyla haberleşmek,

- Akademik bilgi alış verişi, makale, kitap, yazılım, seminer duyuruları, bildiri sunmak ve konferans düzenlemek,
- Belirli konularda uzmanlaşmış, elektronik tartışma ve haberleşme gruplarına katılıp, gelişmeleri izleyip, soru sormak ve yardım almak,
- Birleşmiş Milletler gibi uluslararası orgütlerin veri tabanlarına erişmek,
- Resmi kurumların bilgi merkezleriyle bağlantı kurmak: Meclis, Anayasa Mahkemesi, Cumhurbaşkanlığı, Ticaret Bakanlığı gibi,
- Oy kullanmak, anketlere katılmak,
- Teknik raporlara, ders notlarına erişmek,
- Ücretsiz bazı yazılımları edinmek,
- Online eğitim veren üniversitelerde eğitim görmek,
- Online servisleri kullanarak kitap, makale, donanım vb. ticari ürünlerin alış verişini yapmak,
- Bilim ve meslek adamlarının ve kuruluşların adreslerini bulmak,
- Online sağlık kuruluşlarından yardım almak,
- İş başvuruları yapmak,
- Kütüphane kataloglarına erişmek,
- Ticari kurumların very tabanlarına erişmek,
- Televizyon, radyo, gazete, dergi gibi görsel-işitsel yayınları takip etmek olarak sıralanmaktadır.[9]

İnternetin kullanımı birçok açıdan kolaylıklar getirmiştir. Ekonomi ve zaman açısından tasarruf yapmamızı sağlayan internet yoğun ve yorucu bürokratik işlemleri de geri bırakmıştır. Günümüzde birçok işlemi kolaylıkla yapabilmekte bilgi ve veri erişimine kısa yoldan ulaşabilmekteyiz. Buna güzel bir örnek 2008 yılı itibariyle Mili Eğitim Bakanlığı tarafından uygulamaya konan e-karne uygulamasıdır. Uygulamaya göre öğrenci velileri çocuklarının karnelerine internet ortamından ulaşabilecekler.

Bir diğer örnek ise Kara Kuvvetleri Komutanlığı 2008 yılında yapacağı personel alımları ile ilgili başvurular hususunda "başvurular www.kkk.tsk.mil.tr İnternet adresinde bulunan Online Başvuru Formunun 22 Ocak-16 Mart 2008 tarihleri arasında doldurulması ile

[9] İsmail H.Nakilcioğlu, **Bilgisayarlı İletişim**, İ.Ü. İletişim Fak. Doktora Tezi, İstanbul, 1998, s.93

yapılacaktır. İnternet ortamı dışında dilekçe, mektup vb. yöntemlerle yapılacak başvurular kabul edilmeyeceği gibi bu dilekçelere de cevap verilmeyecektir" şeklinde uyarı düşmüştür. Bu da internetin kurumların ilişki ve işleyiş biçimlerine hızla girdiğini gösteriyor. Bugün birçok kamusal ve özel hizmetin internet olmadan alınmasının ve verilmesinin zor olduğunun söylenmesi abartı sayılmaz.

1.1.4. Dünya'da İnternet Kullanımı

İnternet 1960'ların başlarında insanların bilgisayarlar yoluyla bilimsel ve askeri alandaki bilgileri paylaşabilecekleri gerçegini keşfetmeleri sonucu ortaya çıkmış bir teknolojidir. MIT (Massachusetts Institute of Technology)'ten J.C.R. Licklider, 1962 yılında ilk defa dünya çapında bir internet ağı planladı. Bu alt yapı çalışmalarından sonra internetin tam anlamıyla oluşması 1969 yılında olmuştur. İlk olarak ise Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme kolu olan "Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA - Defense Advanced Research Project Agency) tarafından kullanılmaya başlanmıstır.[10]

İnternet, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) olası bir nükleer tehlike karşısında alternatif bir iletişim şekli olarak ortaya çıkmış, sonraları ise tüm dünyayı saran bir iletişim ağı olmuştur. İnternetin kökleri soğuk savaş yıllarında ABD Savunma Bakanlığı'nın yaptırdığı bir araştırmaya dayanmaktadır. Gerçekte nükleer bir saldırı halinde askeri gereksinimi kesintisiz sağlamak ve bunun yanısıra çeşitli bilgisayar uygulamaları ve askeri projelerini desteklemek için Savunma Bakanlığında ARPANET adında paket anahtarlamalı bir ağ tasarlanmaya başlanmıştır. Bu ağ ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyümüştür.

1973 yılında, ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla Stanford Üniversitesi'nde, daha sonra BBN (Bolt Beranek ve Newman)'in ve University College of London'un da dahil olduğu bir internetworking projesi başlatılmıştır. 1978'e kadar "İletim Kontrol Protokolü"nün (TCP - Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve denenmiştir. 1980'de bu küme sabitleşti ve ARPANET'e bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırılmıştır. 1983'te tüm ARPANET kullanıcıları İletim Kontrol Protokolü/Internet Protokolü (TCP/IP) olarak bilinen yeni protokole geçiş yapmıştır. O yıl TCP/IP, ARPANET'i de içeren Savunma

[10] **Özetle İnternetin Tarihçesi**, Ziyaret Tarihi 03/12/07, http://www.walthowe.com/navnet/history.html

Bakanlığı internet'inde kullanılmak üzere standartlaştırılmıştır. ARPANET, Haziran 1990'da kullanımdan kaldırılmıştır. Yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticari ve hükümet işletimindeki omurgalar (backbone) almıştır. ARPANET'in kaldırılmasına rağmen, TCP/IP protokolü kullanılmaya devam ettirilmiştir ve geliştirilmiştir.[11]

Bilgisayar ve haberleşme dünyası internet tarafından daha önce hiç görülmedik bir şekilde etkilenmiştir. Telgraf, telefon, radyo ve bilgisayarın icadı ile bu hizmetler entegre hale getirilmiştir. İnternet, dünya çapında bir yayın özelliğiyle, bilgilerin paylaşımı için bir mekanizma ve coğrafi yerlerinden bağımsız olarak birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır.

İnternet, insanların her geçen gün gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. İnternet, önemli yararlar sağlayacak yatırımlara ve araştırma ve bilgi altyapısını geliştirme için yapılan vaatlere en güzel örneği teşkil eder. Paket anahtarlama konusunda başlayan ilk araştırmalarla birlikte Amerikan hükümeti, endüstri ve akademik kuruluşlar bu yeni teknolojiye büyük ilgi gösterdiler. Günümüzde sıkça rastladığımız "@kou.edu.tr" veya "http://www.kou.edu.tr" gibi terimler artık insanların ortak dili olmaya başlamıştır. İnternet'in gelişim tarihçesi 4 farklı noktaya dayanır.

Birincisi paket anahtarlama konusundaki araştırmalar sayesinde teknolojik gelişmeler, ARPANET ve bilgi altyapısının boyutlarını ölçekleme, performans ve yüksek seviye fonksiyonelliği gibi noktalara çekme isteğidir. İkinci nokta, yönetim bazında küresel ve karmaşık bir bilgi altyapısı gereksiniminin görülmesidir. Üçüncüsü, toplumsal açıdan teknolojik gelişmenin sağlanması ve büyük bir haberleşme ağının kurulması gereksinimidir. Son nokta ise, geniş bir bilgi altyapısı içinde araştırma sonuçlarının etkin bir şekilde paylaşımını sağlamak amacında olan ticari bakıştır.

İnternet, günümüzde genel olarak Ulusal Bilgi Altyapısı adı verilen yaygın bir bilgi altyapısının pro-tipi durumundadır. İnternetin tarihi oldukça karmaşıktır ve teknolojik, yönetimsel ve toplumsal bakış açılarını içerir. Dolayısıyla İnternet'in etkisi sadece bilgisayar haberleşmesinin teknik alanları ile sınırlı kalmayıp toplum yaşayışına da yansımıştır.[12]

[11] Nakilcioğlu, **age** ,s. 85
[12] **İnternet**, Ziyaret Tarihi:18/11/07, http://www.bidb.itu.edu.tr/?d=348)

Bilgisayarların boyutlarının küçülmesi ve ucuzlaması internet teknolojisininde sağlanmasıyla daha geniş sayıda insanlara ulaşmasını sağlamıştır. Bu da bilgisayarın kullanım alanlarını yaygınlaştırmıştır.

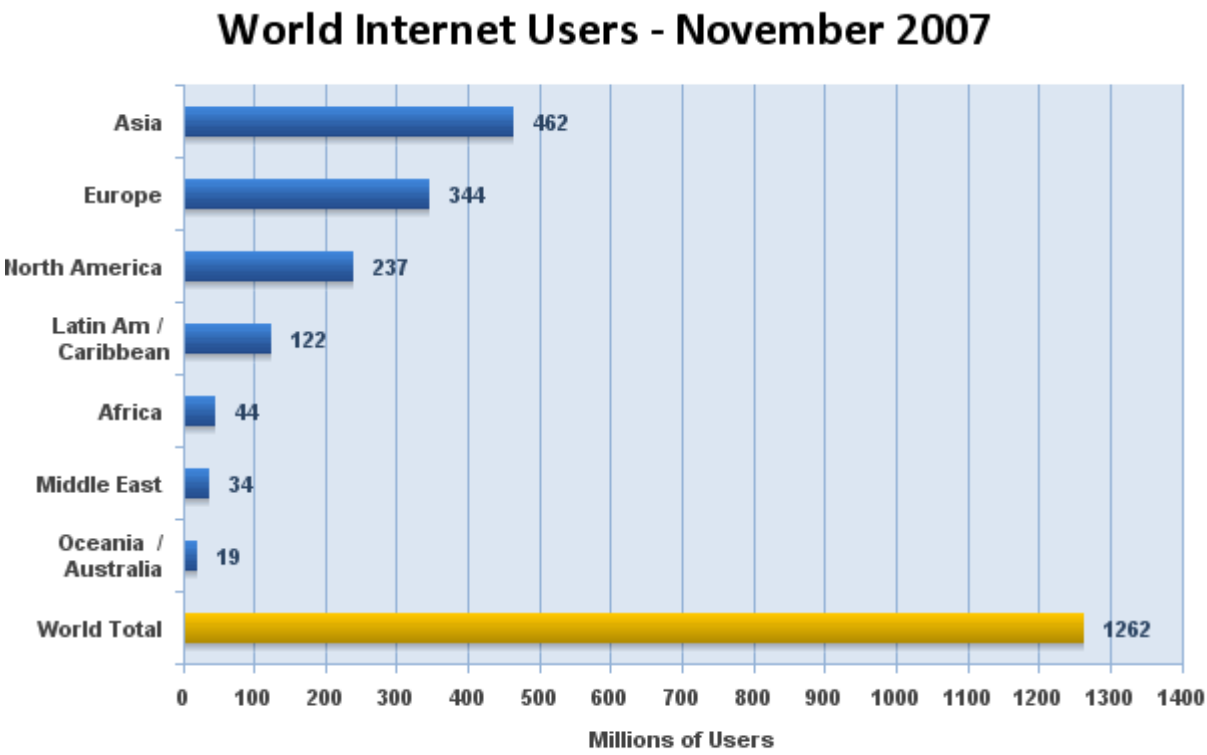
Dünya İnternet Kullanımı Ve Nufüs İstatistiği						
Dünya	**Nufus (2007 tahm.)**	**Dünya Nufusu %**	**Internet Kullanimi, Latest Data**	**%Nufus (Penetration)**	**Dunya capında kullanim %**	**Kullanım artışı 2000-2007**
Afrika	933,448,292	14.2 %	**43,995,700**	4.7 %	3.5 %	874.6 %
Asya	3,712,527,624	56.5 %	**459,476,825**	12.4 %	36.9 %	302.0 %
Avrupa	809,624,686	12.3 %	**337,878,613**	41.7 %	27.2%	221.5 %
Ortadoğu	193,452,727	2.9 %	**33,510,500**	17.3 %	2.7 %	920.2 %
Kuzey Amerika	334,538,018	5.1 %	**234,788,864**	70.2 %	18.9%	117.2 %
Güney Amerika	556,606,627	8.5 %	**115,759,709**	20.8 %	9.3 %	540.7 %
Avustralya	34,468,443	0.5 %	**19,039,390**	55.2 %	1.5 %	149.9 %
Dünya Toplamı	6,574,666,417	100.0 %	**1,244,449,601**	18.9 %	100.0 %	244.7 %

Tablo 1. Dünya İnternet Kullanımı ve Nüfus İstatistiği[13]

Günümüzde internetın kullanımına bakıldığında 2007 yılının verilerine göre dünyada internet kullanıcı oranı 1 milyar 200 bini geçmiştir. İnternet kullanımı üzerinde ilk tartışmalar ve araştırmalar ABD'de başlamıştır. İnternet kullanıcıları dünya ölçeğinde genel olarak değerlendirildiğinde 1995'te 26 milyon olan kullanıcı sayısının 2001'de 459 milyona yükseldiği görülmüştür. Bu oran 2007 Kasım itibariyle 1 milyar 200 bini aşmıştır. İnternet kullanımında dağılıma bakıldığında internet kullanımı konusunda yeryüzünde eşit bir dağılım mevcut değildir. Dünya üzerindeki 191 ülkenin yarısından çoğunda kullanıcı sayısı nüfusun %1'in altındadır. Araştırmalar ülkelerin kendi içlerinde ve ülkeler arasında önemli eşitsizliklerin söz konusu olduğunu Avrupa ülkelerinde %60'a yaklaşan internet kullanım

[13] **Dünya İnternet Kullanımı ve Nufus İstatistiği**, Ziyaret Tarıhi, 26/11/ 07, http://www.internetworldstats.com/stats.htm

oranları gözlemlenebilirken Afrika kıtasındaki hiçbir ülkede kullanım oranının %8'i aşmadığını gözlemlenmiştir. [14]



Grafik 1. Dünyada İnternet Kullanımı- Kasım 2007

İnternet kullanımının en yoğun olduğu ülkeler Avustralya, Kanada, Japonya, ABD ve Batı Avrupa gibi, yüksek nufuslu ve gelişmiş ülkelerdir. Az nufuslu bazı ülkeler Finlandiya, Norveç ve İsveç ise interneti ilk benimseyen ülkeler olmuşlardır. Dünyada İnternetten yararlanma oranı bakımından günümüzde ABD bireysel ve kurumsal kullanıcı oranıyla ve toplam % 54'lük bir oranla bu alandaki birinciliğini sürdürmektedir.[15] Ekonomi dergisi The Economist'in grubuna ait Economist Intelligence Unit, internet kullanımı üzerine hazırladığı 69 ülkeyi kapsayan, internete kolay, ucuz erişim ile yasal ve siyasi koşullar dikkate alınarak hazırlanan 2007 raporununa göre, Danimarka ve ABD listenin başındaki yerini korumaktadır. 69 ülkenin yer aldığı listede Türkiye 42'inci sırada yer almıştır. Son raporda da Danimarka ile ABD ilk 2 sırayı paylaşmıştır. Rapora göre, Asya ve Afrika ülkeleri internetin

[14] Veli Denizhan Kalkan, Halit Keskin ve Ali E. Akgün, **İnternet ve Siyasal Yaşam: Literatür Değerlendirmesi ve Bir Sentez**, Ziyaret Tarihi: 15/12/07, inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/115.doc
[15] Nakilcioğlu, **a.g.e.** s.442

yaygın olarak kullanıldığı batı ülkeleriyle arayı hızla kapatmaktadır. Listede Hong Kong 4, Singapur 6'ıncı sıraya yükselmiştir.[16] Teknolojik gelişme düzeyini yakalamış ülkelerde kişi başına düşen ulusal gelirin yüksek oluşu bu ülkelerin internet teknolojisini daha çabuk kurup, kullanmasını sağlamaktadır. Bu gelişmişlik düzeyi birçok alanda internet teknolojisinin yoğun olarak kullanmasını doğurmuştur. Yani ekonomik ve teknolojik gelişme düzeyi ile internet kullanımı arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur. Bu ilişkiyi doğrulayan en önemli gösterge siyasal iletişim alanında internet kullanımının öncelikli olarak gelişmiş ABD ve Batı Avrupa'da görülmesidir.

1.1.5. Türkiye'nin Ağa Bağlanışı

Dünyadaki bu yeni teknoloji için Türkiye ilk adımı, TR-NET adı verilen ODTU-TÜBİTAK organizasyonunun çalışmaları ile Aralık 1991'de attı. Zira o zamana kadar çalışan TUKAVA (Türkiye Üniversite ve Akademik Kurumlar Ağı) isimli yapıdan farklı olarak, tüm sektörleri internet dünyasına kazandırmayı amaçlıyordu. Başvurusu NFS (National Science Foundation) ve CERN'e yapıldı. Her iki kurumdan da, Mart 1992 tarihinde olumlu cevap gelmesine rağmen, NFS-NET'e yapılan başvuru değerlendirilmiştir. NFS-NET'in tercih edilme sebeplerinin başında ABD ile Türkiye arasında saat farkı ve bunun getireceği trafik azlığı idi. Ayrıca TÜBİTAK ile NFS'in aynı misyonu taşıyor olması da NFS'in tercih edilme sebeplerinden biri olmuştur. Temmuz 1992'de 64 Kbps'lik hat için PTT'ye başvuru yapıldı. Eylül 1992'de ilk yönlendirici kuruldu ve 12 Nisan 1993 tarihinde İnternet genel kullanıma açıldı. Teknik altyapı için her iki kurum da kendi kaynakları doğrultusunda yatırımlar yaptılar. ABD-ODTÜ hattının kirası, TÜBİTAK tarafından ödenmekteydi.

Aynı yıl ODTÜ ve Bilkent üniversiteleri ilk Türk web sitelerini yayına verdi. 1994 yılında da kurumlara ve firmalara internet hesapları verilmeye başlandı. Bu arada ilk internet servis sağlayıcı tr.net de hizmete girdi. 1996′da Türkiye'nin ilk internet altyapısı olan TURNET devreye girdi. 1998′de de Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde İnternet Üst Kurulu oluşturuldu.[17] Günümüz internet kullanımına baktığımızda 'Bilgi iletişim teknolojileri' başlıklı Türkiye'nin 2004 İnsani Gelişme Raporuna göre internete bağlanma oranının yüzde 6.5 olduğunu tespit edilmiştir. Türkiye'de kişisel bilgisayarlarla internete bağlanan yaklaşık 5 milyon kişi

[16] **Dünya'da internet kullanımı**, Ziyaret Tarihi: 26/12/2007 http://www.ntv.com.tr/news/406597.asp
[17] **İnternet nedir, Türkiye'de İnternet**, Ziyaret Tarihi 05/12/2007, http://www.po.metu.edu.tr/links/inf/css25/bölüm2.html

bulunuyor. Bu rapora göre, Türkiye'nin %10'unda kişisel bilgisayar bulunuyor. Bilgisayar ve internet kullanımında da bölgeler arasında büyük farklılıklar görülüyor. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayanların sadece yüzde 1.2'sinde bilgisayar bulunurken, Marmara Bölgesi'nde bu oran yüzde 17'e ulaşıyor. Ayrıca devlet kurumlarının bilgi ve iletişim sektöründe devlet kurumlarına ait toplam 3 bin 54 web sitesi bulunmaktadır. Ancak, kamu kurumları internet tek taraflı bilgi aktarma aracı olarak görüyor. Raporda, insani gelişmede bölgeler arasındaki farklılığın, bilgi teknolojileri kullanılarak kapatılabileceği de belirtilmiştir.[18]

Cinsiyete Göre Türkiye, Kent-Kır Ayrımında Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları (%)		**Toplam**	**Kadın**	**Erkek**	**Toplam**	**Kadın**	**Erkek**
	Türkiye	17.65	5.77	11.88	13.93	4.33	9.60
	Kent	23.16	7.92	15.24	18.57	6.06	12.51
	Kır	8.28	2.12	6.16	6.05	1.39	4.66
Üç ay - bir yıl once	Türkiye	1.88	0.71	1.17	1.52	0.54	0.99
	Kent	2.44	0.95	1.49	1.96	0.72	1.24
	Kır	0.92	0.29	0.63	0.78	0.22	0.56
Bir yıldan çok oldu	Türkiye	3.42	1.53	1.89	2.10	0.74	1.36
	Kent	3.98	1.83	2.16	2.54	0.92	1.61
	Kır	2.45	1.03	1.42	1.36	0.43	0.92
Hiç kullanmadı	Türkiye	77.06	42.28	34.78	82.45	44.68	37.76
	Kent	70.41	38.65	31.77	76.94	41.65	35.29
	Kır	88.35	48.45	39.90	91.81	49.84	41.97

Tablo 2: Cinsiyete Göre Türkiye, Kent-Kır Ayrımında Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları (%)

Araştırma kapsamında, 16-74 yaş grubundaki hane halkı bireylerinin 2005 yılı Nisan-Haziran döneminde bilgisayar ve internet kullanım oranları sırasıyla % 17, 65 ve % 13,93' olarak bulunmuştur. Bu oranlar sırasıyla kentsel yerleşim yerlerinde % 23,16 ve % 18,57 kırsal yerleşim yerlerinde ise % 8,28 ve % 6,05' tir. Bir önceki yılın aynı döneminde bilgisayar ve İnternet kullanım oranı % 16,80 ve % 13,25 olarak gerçekleşmiştir.

En yaygın kullanılan İnternet bağlantı türü, % 52,27 ile modem (normal telefon üzerinden bağlantı) ile % 19,27 ile DSL (ADSL, SDSL vb.) dir. Araştırma sonuçlarına göre İnternet

[18] **Türkiyede İnternet kullanımı**, Ziyaret tarihi 06/12/07, http://teknoloji.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1057

erişim imkanı olan hanelerin % 67,65' i internet erişimini kişisel bilgisayar üzerinden sağladığı görülmüştür. Diğer ilginç bir veride cinsiyete göre bilgisayar ve internekullanımında karşımıza çıkmaktadır. Bu oranlara göre kadınların yüzde 4.33'ü erkeklerin ise yüzde 9.6' sı internet kullanmaktadır.[19]

1996	14.200
1998	200.000
2000	1.500.000
2004	4.900.000
2005	10.200.000
2006	11.750.000

Tablo 3. Türkiye'de İnternet Kullanıcıları Sayıları

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından gerçekleştirilen 2007 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarına göre ise; hanelerin % 18.94'ü İnternete erişim imkânına sahiptir. İnternete erişim imkânı olan hanelerin % 79.39'u evden İnternete bağlanabilen kişisel bilgisayara sahiptir. İnternet erişim imkânı olan hanelerde en yaygın kullanılan İnternet bağlantı türü % 78.03 ile geniş bant (ADSL vb.) bağlantıdır. Ayrıca 2007 yılı Nisan-Haziran döneminde İnternet kullanan hanehalkı bireylerinin % 90.54'ü bilgi arama ve on-line hizmetlerde, % 80.74'ü iletişim faaliyetlerinde, % 52.27'si eğitim faaliyetlerinde, % 26.18'i kamu kurum/kuruluşlarıyla iletişimde İnterneti kullanmıştır.[20]

Mynet için Türkiye'de GFK(Growth From Knowledge)'in gerçekleştirdiği "İnternet Kullanıcıları Profili" araştırması, 11 ilde Türk internet kullanıcılarını kentsel nitelikte temsil eden 890 kişi ile yapılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'deki internet kullanıcılarının demografik profil özellikleri çıkarıldı. Araştırmada internet kullanım amaçlarına bakıldığında: Kullanıcılar ağırlıklı olarak interneti en çok e-posta almak / yollamak için kullanmaktalar. İkinci kullanım tercihi ise işle ilgili ya da okulla ilgili araştırma yapmak; chat yapmak / sohbet odalarına girmek gibi eğlence amaçlı kullanımı ise oyun oynamak ve haber

[19] **Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırma Sonuçları 2005**, Ziyaret Tarihi: 06/11/07 http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/HHBilisim/151004/kapak.html

[20] **Tüik, 2007 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması**, Ziyaret Tarihi 02/01/2008, http://www.tbd.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=395&tipi=2&sube=

izleme takip etmiştir.[21] Türkiye'de internet kullanım oranları gün geçtikçe artmaktadır. İnternetin kullanımı yaygınlaştıkça kullanım amaçlarıda genişlemiştir. Bölgeler arası kullanım düzeylerinde eşitsizlikler olmasına rağmen özellikle son yıllarda yapılan çalışmalarla bu oran azalmaktadır. Türkiye'de internet kullanımındaki temel amacların bilgi arama, iletişim, eğitim, kamu işlemleri, e-mail haberleşmesi ve eğlence amaçlı kullanım olduğu araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır.

1.2. Kitle İletişim Araçları ve İnternet Arasındaki Bağ

İletişim kişilerarasında anlam alışverişini sağlayan bir süreçtir. J. Soetzel "veriş- alışı"ı iletim akımını "süreç"i de iletişimin dinamik görünümünü anlatmak için kullanır. "Anlam alışverişi" kısaca "anlatım" deyişi ile Soetzel simgelere, dolayısıyla bir dile başvurmaksızın iletişimin olmayacağını belirtir. J. Soetzel'den de anlaşılacağı gibi "yalın iletişim" denilebilecek kişilerarası iletişim çift yönlüdür. Kitle iletişimi ise böyle değildir. O tek yönlüdür. Janowitzc ve Schulze'e göre ise uzman bir ekibin simgesel bir içeriği, türdeş olmayan, geniş bir coğrafi bölgeye yayılmış halk kitlesine yaymada basın, radyo, film gibi tekniklerden yaralandıkları süreçleri ifade eder.[22]

Radyo ve televizyonun kullanılmaya başlanmasından buyana kitle iletişimi ve etkileri üzerine çok sayıda araştırma yapılmış bu araştırmalar ve konu üzerinde tartışmalar günümüze kadar devam edegelmiştir. Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Laswell 1948 yılında bir makalesinde 'tek yönlü iletişim süreci'nden sözetmiştir. Laswell'e göre iletişim eylemini tanımlamak şu sorulara alınan uygun yanıtlarla olacaktır. "Kim, neyi, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle?" ulaştırmaktadır. Laswell'in bu modeli çeşitli şekillerde ve çoğunlukla da iletişim ile ilgili tartışmalara bir yapı kazandırmak ve düzenlemek amacıyla kullanılmıştır. Bu nedenle kitle iletişim araştırmalarında temel model olma özelliğini de taşımaktadır. Laswell modeli politik iletişim ve propaganda çözümlemeleriyle ilişkilidir. Bu nedenle temelde inandırıcı bir etkileme süreci olarak ele alınır.[23]

Kitle İletişim araçlarının toplumsal, siyasal, ekonomik ve bilgilendirme (enformasyon) olmak üzere dört ana işlevi vardır. Toplumsal işlev, toplumsallaşma ve eğlenceden oluşur. Kamuoyu

[21] Hamza Çakır, **Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği**, Ziyaret Tarihi: 28/01/08, http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_22/8-%20(123 149.%20syf.).pdf, s.132
[22]Emine Yavaşgel, **"Siyasal İletişim Kuramı**", İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, 2002, s.219
[23] Denis Mc Quaıl, Sven Wındahl, **Kitle İletişim Araçları İçin İletişim Modelleri**, Eskişehir, A.Ü.Eğitim,Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı No:92, 1994.s.20

oluşturma, temsil etme, siyasal toplumsallaşma, eleştiri ve denetim kitle iletişimin siyasal işlevleridir. Özellikle kamuoyunun, toplumsal rızanın sağlanmasını gerektiren siyasal ve ekonomik iktidarları birbirine eklemleyen bir kavram olması günümüz kitle iletişiminin ekonomi politiğinin sınırlarını çizen bir olgu haline getirmiştir. Kitle iletişim araçlarının siyasal, toplumsal ve ekonomik işlevlerini kapsayan en önemli işlevi bilgilendirme (enformasyon) işlevidir. Bilgilendirme, alıcıların önceden bilmediği bir konuda, bilgisizliğini yada eksikliğini giderme, bildiği konulardaki yeni görüşlerle bilgisini arttırmayı sağlar.[24]

Toplumsallaştırma işlevi, günümüzün heterojen yapılı toplumlarında bireylerin bir arada yaşamalarının sağlanabilmesi için toplumsal değerlerin yani kültürün, yayınlar aracılığı ile alıcılara iletilmesidir. Toplumsallaştırma işlevine bağlı olarak kitle iletişim araçları toplumun amaçlarını belirterek çeşitli değerleri canlı tutar, yüceltir ve motivasyon işlevini gerçekleştirir. Eğlendirme işlevinde ise kitle iletişim araçları; İnsanları rahatlatmak, dinlendirmek ve içinde bulundukları çatışmalardan kurtarmak için çeşitli yayınlar sunarlar. Bunların içeriği spor, eğlence, magazin programları olabileceği gibi radyolarda da şiir, yarışma vb. yayınlar olabilir.

Kitle iletişim araçları ekonomik kazanç sağlamayı amaçlayan kurumlardır. Bu yüzden gelirlerin büyük bölümü reklamlardan sağlanır. Özellikle son yıllarda iletişim araçlarına sahip olan kurumların reklam verenlere olan bağımlılığı bilgi ve haberin tarafsızlığına gölge düşürücü niteliklere ulaşmıştır. Bilgi (enformasyon) işlevi, kitle iletişim araçlarının temel ve en bilinen işlevidir. Özellikle günümüzde kitlelerin temel bilgi kaynaklarını kitle iletişim araçları oluşturmaktadır. Demokratik sistemlerde siyasetin uygulanış biçiminde kitle iletişim araçları önemli bir yer tutmaktadır. Siyasal iletişim de denilen bu süreçte yönetilenler ve yönetenler arasındaki iletişim büyük oranda kitle iletişim araçlarıyla sağlanmaktadır. Kitle iletişim araçları aynı zamanda demokratik kültürün ve ideallerin halka benimsetilmesine, demokratik kurumlara olan inancın pekiştirilmesine ve siyasal sistemin sürekliliğine hizmet eder.[25]

Kitle iletişim araçları temel bir varsayımla güçlü görülmektedir. Bu varsayım önemli ölçüde kitle iletişim araçlarının etkileyen öge olma özelliğiyle ilintilidir. İktidar ile iktidarın hedefi

[24] Bahar Eroğlu Yalın, **Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerine Değerlerin Etkisi**, Doktora Tezi, İstanbul, 2007, s.46,47,48
[25] Mahmut Oktay, **Politikada Halkla İlişkiler**, İstanbul, Derin Yayınlar, 2003,s.9

arasındaki ilişkinin temel ögelerinden biride kitle iletişim araçlarıdır. Marksist söylemin "devletin ideolijik araçları" diye tanımladığı ögeler iktidarın perçinlenmesinde ya da büyüsünün bozulmasında önemli ögelerdir. Gerek iktidar karşıtı söylemle, gerek iktidar, "düzenin korunmasında/bozulmasında" kitle iletişim araçlarının gücünden yararlanma yoluna gitmişlerdir.[26]

Kitle iletişiminin kültür ve topluma etkileri üzerine bazı hipotezler öne sürülmüştür. Bunlardan en önemlileri gündem belirleme ve sessizlik sarmalı hipotezleridir. Gündem belirleme hipotezinde, izleyiciler kamuoyunu ilgilendiren konuları ve diğer alanları iletişim araçlarıyla öğrenmekten öte medyanın bunlara yüklediği önemin boyutunu da öğrenmek isterler. Örneğin kampanya sırasında adayların söyledikleri yansıtılırken kitle iletişim araçları önemli konuları belirlerler. Bir başka deyişle medya kampanyanın gündemini belirler. Bireyler arasındaki bilişsel değişimi etkileyen bu yetenek, kitle iletişimin gücünün önemli bir yönüdür.[27]

Kamuoyunun nasıl oluştuğu ile ilgili olan "sessizlik sarmalı" hipotezine göre ise kişiler hangi bakış açılarının agemen olduğunu, güç kazandığını yada daha az baskın olduğunu öğrenmek için çevreyi gözlemlerler, eğer kendi görüşünün azınlıkta kaldığını düşünürse soyutlanma korkusuyla düşüncelerini açıklamakta zorluk çekerler. Elizabet Noelle-Neumann'nın kuramına göre, kitle iletişim araçlarının hakim görüşü, kişilerarası desteğin oldukça az olduğu dışlanan görüşlerle birlikte verilmesi sessizlik sarmalını oluşturur. Süreçte işleyen bir başka "güç" ise kişinin cevresideki destegin düzeyi yada derecesidir. Birey kendi başına sessiz kaldıkça etrafındaki insanlarda sessiz kalacaklar böylece kitle iletişim araçlarının tanımları "sessizlik sarmalına" yol açacaktır.[28]

İletişim medyaları son yarım yüzyıl içinde hızla artmış ve haberlerin toplanıp dağıtılmasının yöntemi tamamen değişmiştir. 1960'lı yıllara kadar gazete, kitap, telefon ya da radyo, üreticilerinin ve onlardan yararlananların deneyimlerini, kültürünü ve ekonomik koşullarını yansıtırken, son otuz yılda yaşanan teknolojik ilerlemeler, özellikle de mikro elektroniğin

[26] Veli Polat, **İletişim ve İktidar**, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, 2001,s.304
[27] Aslı Tunç, "Kitle iletişimin Kültür ve Toplum Üzerine etkileri", Denis Mc Quaıl, Sven Wındah, **Kitle İletişim Araçları İçin İletişim Modelleri**, Eskişehir, A.Ü.Eğitim, Sağlık ve Bilimsel AraştırmalarVakfı No:92, 1994,s.95
[28] Tunç, **a.g.e**.,104

gelişimi ile depolama olanaklarının artması sonucunda, farklı dünyalar birbirine yaklaşmış, daha doğrusu enformasyon endüstrisi dünyası olarak adlandırılan tek bir evren yaratılmıştır.[29]

Kitle iletişim araçları günümüz dünyasında iletişim ve ilişki biçimlerini değiştirmiştir. Kullanılan aracın niteliğine göre yeni kültürel yaşam biçimleri üretilmektedir. Bu özelliğiyle uluslarası etkileşim ve küreselleşme sürecinin temel oluşturucusudur da denilebilinir. Başlangıçta gazete ile başlayan bu süreç, radyo ve televizyonla hızlanmış internet teknolojileriyle günümüzdeki halini almıştır. Gutenberg'in hareketli harfleri kullanan baskı makinesini 15. yüzyılın ortalarında icat etmesinden yaklaşık 150 yıl sonra ilk gazeteler ortaya çıkmaya başlamıştır. İlk gazete olarak kabul edilen Avisa'nın Strazburg'da 1609 yılında yayınlanmasından bir yüzyıl sonra ilk günlük gazete İngiltere'de 1702 yılında The Daily Courant adıyla yayınlanmıştır. Dolayısıyla, tıpkı roman gibi, gazete de 18. yüzyıl ürünüdür. Yeni bir iletişim teknolojisi olarak internet, gazeteciliği bir çok bakımlardan etkilemiş ve 1990'lı yıllarda on-line gazetecilik kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bugün mevcut gazetelerin on-line versiyonlarının yanı sıra sadece internette yayınlanan on-line gazeteler de bulunmaktadır.

Kronolojik olarak gazeteden sonra gelen fotoğraf ve sinema, birer sanat dalı olmalarının yanı sıra aynı zamanda birer kitle iletişim aracıdırlar. Gazetede fotoğraf, bazen haberin tamamlayıcı ögesi olmanın da ötesinde asli bir unsur haline gelebilmektedir. Fotoğrafın kitlesel özelliği sadece gazete ile sınırlı değildir. Sokak reklamlarında ve kartpostallarda fotoğraf, görsel anlatım gücüyle kitlelere mesaj ulaştırmada etki bir şekilde kullanılmıştır. Sinema ise başlangıcından beri salonların yaygınlaşmasına ve halka inmesine paralel olarak bir kitle iletişim aracı halinde gelişmiştir.

Radyo ilk olarak Macaristan'da 19. yüzyıl sonlarında Budapest Registar adıyla telefonlu (kablolu) radyo olarak ortaya çıkmıştır. Kişisel iletişim aracı olarak tasarlanan telefon o zamanlar müzik ve haber yayını için kitle iletişim aracı gibi kullanılmıştı ve bir santrala bağlanan telefon sahipleri ortak yayını dinliyorlardı. Ama gerçek anlamda ilk radyo yayını 1920 yılında ABD'de Pittsburg'da yapıldı. 1930'lara gelindiğinde radyo önemli bir toplumsal etki gücü olarak siyasal alanda dikkati çekti ve Nazi deneyimi II. Dünya savaşının radyolar savaşı olarak anılması sonucunu doğurdu.

[29] Massimo Baldini, **İletişim Tarihi**, (Çev.) Gül Batuş, İstanbul, Avcıol Basım Yayın, 2000, s.104

Televizyonun tasarımcısı olarak düşünülen, Paul Nipkow 1884 yılında resim tarama makinası yaparak bu taranmış resmin telgraf hatlarından iletilmesini tasarlamıştı. Bugünkü televizyon kamerasının ilk halini ise ionoscope adıyla 1923 yılında Vladimir Zworkin yapmıştır. Westinghouse ve Fansworth'un da katkılarıyla televizyon alıcı ve verici sitemleri 1930'larda geliştirilmiştir. İlk televizyon yayını 1936 da BBC tarfından yapıldı ve 1937 yılında elektromekanik sistemler yerine elektronik taramalı sistemler standart olarak kabul edilmiştir. 1952 yılında ABD'de ilk kez siyasi parti kongrelerinin televizyondan verilmesiyle yeni bir dönem başlamış oldu. Televizyon olağanüstü önemli bir siyasi güç haline gelmişti. Yine ABD'de başkanlık seçimlerinde televizyonun güçlü bir şekilde kullanılması bugünkü anlamıyla siyasal iletişimin (medyada siyaset) doğuşunu getirdi ve televizyonun kültürel egemenliği yaygınlaştı.

Geleneksel medyanın dışında, CD, VCD, DVD, Interaktif CD, GSM-WAP-GPRS, internet gibi tümüyle dijital teknolojiyle üretilen ve içeriği üretenle tüketen arasında yeni bir ilişki tanımlayan medyaya yeni medya denilmektedir.[30] İletişim tekniklerinin gelişimi 1920'li yıllarda televizyonun yaygınlaşması bunu sonucunda siyasal mücadelenin ekranda odaklaşır hale gelmesiyle görsel basının yazılı basından liderliği kotarmasına neden olmuş gibi görünür.[31] Yeni medya olarak internet bilgi iletişiminde birçok açıdan önemli değişiklere yol açmıştır. İnternetin diğer iletişim araçlarına oranla ucuzluğu, kolay erişimi, bireylere ve kurumlara kendi yönetim olanağı tanıması, yaygınlığı ve uluslar arası çapta yayın fırsatı en belirgin özellikleridir. Kitle iletişim araçlarının ilki olarak kabul edilen gazeteden günümüze kadar olan gelişimi göz önüne alınırsa teknolojik gelişmelerin sürekli birbirini tetiklediği görülmektedir. İnternet kendinden önceki bütün iletişim araçlarını yukardaki özelliklerle birlikte bünyesinde barındırmaktadır. Bugün internette gazete, fotoğraf, sinema, telefon radyo, televizyon sunumlarının hepsini görebilmemiz mümkündür.

1.2.1. İnternet İletişimi

1800'lerin ortalarına doğru iletişim dünyasında yeni ve büyük bir devrim olmuştur; yavaş yavaş ama acımasızca tipografik kültürden, önce elektrik ve daha sonra elektronik medyaya geçilmiştir. O zamana kadar, haberlerin ulaşması, ulakların, atların yada ilk lokomotiflerin hızına veya nehirlerin akıntısına bağlıydı. Haberi anında ulaştırmak için yapılan bütün çabalar

[30] **Kitle İletişim Araçları**, Ziyaret Tarihi: 26/01/08, www.umitatabek.net/kia.html
[31] Yavaşgel,**a.g.e.,**s.223

başarısızlığa uğramıştır.[32] İletişim kavramı hususunda bugüne kadar birçok tanım yapılagelmiştir, burada kapsayıcı birkaç tanım üzerinde durmamızda fayda var. İletişim; haberi, düşünceleri, duygulari, vb. şeyleri bildirme, düşünceleri paylaşma, ya da değiştokuş etme etkinliği; bilgi, haber, düşünce ya da görüş alışverişidir.[33] İletişim karşılıklı bilgi alışverişi sürecini ifade eder, bu süreç dinamik bir süreçtir, kişiler ve toplumlar arasında haber, fikir veya ileti değişim sürecini kapsar.

Bilişim ve telekomünikasyon gibi teknolojilerin yöndeşmesi (convergence), dinleyicilerin/izleyicilerin ve okuyucuların geleneksel medyadan elde edemediği bir özgürlük ve etkileşimliliği mümkün kıldı. Gazeteler, dergiler, radyolar ve televizyonlar, bunların hepsi de tekil ürün ya da programların kitle halindeki kullanıcılara dağıtıldığı birden-çoğa (one-to-many) biçiminde çalışan iletişim ortamlarıdır. Bu şekildeki kitlelere haber sunumu aynı zamanda, okur, dinleyici veya izleyicilerin çoğu tarafından en çok ilgi duyulan/duyulabilecek olan/duyulması beklenen ve istenen konulara karar verme meselesidir. Kitlenin (audience) tercihi, ortamın ve haber ürününün seçimiyle sınırlıdır.[34] Ancak internetin interaktif iletişim olanağı yaratması bu paradigmada önemli değişikliklere yol açmıştır. Gazete, Radyo, ve televizyona oranla anında müdahale ve geri dönüşümün mümkün kılınması izleyicin pasif yapısını aktif hale getirme potansiyelini sağlamıştır.

Mc. Luhan'a göre, "mesaj aracın kendisidir." Bir iletişim eyleminde belirleyici olan şey iletilmek istenen mesajın içeriği değil, bu mesajı iletmek için kullanılan mesajın kendisidir. İnsanların ilişki ve eylem ölçülerini biçimleyen ve belirleyen şey kullanılan araçlardır.[35] McLuhan'a göre, İçerik yerine biçime eğilmek gerekir. İletişimin şekli belli iletiler için tercihe sahiptir. İçerik daima belli bir şekilde vardır ve bu biçimin dinamiği tarafından bir dereceye kadar yöneltilir. Eğer araç bilinmezse mesaj da bilinmez, bu anlamda araç ortak iletidir. Araç, kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirir. Araç yansız değildir. Kişilere olduğu kadar topluma da mesaj verir. McLuhan, aracın vücut ve beyni bilinçsizce etkilediğini söylemektedir. Medyayı Anlamak adlı eserinde bu görüşünü desteklemek için "ampul"u örnek verir. Ampul televizyon ve gazete'ye oranla herhangi bir içerik taşımazken,

[32] Baldini **a.g.e**., s. 87
[33] Ayseli Usluata, **iletişim**, İstanbul, İletisim Yayınları, 1990, s.11
[34] Çakır, **a.g.e.,** s.139
[35] Tuğrul Özkök, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Düşünme, 1985, s.163

karanlığı aydınlığa dönüştürdüğü ve geceyi iş yapılabilir bir hale getirdiği için sosyal bir etkiye sahiptir.

Bu düşünüre göre, toplumların evrensel gelişim sürecinde temel unsur iletişim teknikleri ve bunların farklılaşmasıdır. Bu şekilde yaptığı sınıflandırmasında, insanlığın geçirdiği ilk dönem olarak yazının bulunuşundan önceki uygarlıkları belirtmiştir (kabile dönemi). Bu dönemde egemen iletişim biçimi sözlü anlatım ve işitsel algılamadır. Bu dönemde düşünce özgür bir biçimde yayılır ve insan bütün duygularını aynı anda ve uyumlu bir biçimde kullanır. Daha sonra, yazının bulunması ile gelişen ve gutenberg galaksisi dediği dönem gelmektedir. Mc. Luhan'a göre yazının bulunuşuyla insanoğlunun birinci dönemdeki sakin yaşamı da köklü bir değişmeye uğramıştır. Birinci dönemde egemen olan işitme duyusu yerini yavaş yavaş "göz"ün egemen olduğu bir iletişime bırakacaktır. İletişimde egemen olan duyunun değişmesi ile birlikte düşünce örgütlenmesi ve uygarlık da değişecektir[36]

Radyo, televizyon ve sinemada verilen mesajların hepsi farklı etkiye sahiptir. Örneğin insanlar yazılı kültürün etkisiyle kitapta verilen mesajı daha zor unuturken, televizyonda verilen mesajı daha kolay unutabilmektedir. McLuhan'a göre kitle iletişim araçları, baskı makinesinden başlayarak radyo ve özellikle de televizyon, elektronik iletişim araçlarının kültürünü yaygınlaştırarak dünyayı 'küresel bir köye' dönüştürecektir.[37] İnternetteki bilgi ve enformasyon dolaşımı dünyanın neresinden olursa olsun kullanıcılarına interaktif bir etkileşim sistemi sağlıyor ve sanal olarak biraraya getiriyor. İnternetin teorik olarak aradaki mesafeleri ortadan kaldırması, insanlarası ilişkilerin yoğun olarak yasandığı en kücük mekansal birim olan köye metoforik olarak benzetilerek "global köy" kavramın ortaya çıkmasına ve entellektüel çerçevede tutulmasına yol açmıştır.

McLuhan, elektronik medyayı, dünyayı algılamanın kolektif yollarına bir tür geri dönüş olarak değerlendirmiştir ve 'küresel köy' kuramını elektronik medyanın insanlığı yeniden birleştirdiği saptaması üzerine oturtmaktadır. Marshall McLuhan'a göre 'Global Köy' haline gelen dünya tek bir bilinçlilik haline dönüştürülecektir. McLuhan bu konudaki görüşlerini şöyle ifade eder: Eğer kent çalışması insanı göçmen atalarının başardığından daha uygun bir forma sokuyorsa, şimdi bütün yaşamlarımızın tek bir enformasyona ruhuna sokulması tüm insanoğlunu tek bir bilinçliliğe dönüştürüyor. Enformasyonun tüketimi dünyayı büyük bir

[36] Özkök, **a.g.e.** s. 164-165
[37] Gül Batuş, Nurdoğan Rigel, **Kadife Karanlık**, İstanbul, Su Yayınları, 2003, s. 10

tüketim fonksiyonuna sokmuştur. Dünya, insanların her şeyi aynı anda öğrendiği bir köy haline gelmektedir. Dünya, modern uydu iletişimi ve kapitalist üretim biçimindeki gelişmelerle bütünleşik bir dünya olmuştur. Global kent, reklamcıların reklamını yaptıkları, tüketim mallarının üreticisi uluslar arası firmalar ve ortaklarının köyü olmuştur.[38] McLuhan'nın radyo ve televizyonu odak alarak öne sürdüğü görüşleri internetin geniş kullanım alanı bulmasıyla gerçekleşmiş gibidir. İnternet ağlarının, tüm dünyayı erişilebilir ve görülebilir kılması küresel anlamda bir ortak yaşam alanı oluşturmuştur. Demokrasi fikrinin yaşanılabilir ve yaşanılmalı paydasında bir paradigmaya dönüşmesi önemli ölçüde "global köyün" iletişim araçlarıyla oluşturulmuş ortak zihin yapısının sonucudur.

Yine Mcluhan, iletişim araçlarının izleyicide bıraktığı etkiye göre sıcak ve soğuk olarak ikiye ayırmaktadır. Algı ve anlaşılması daha kolay olanları sıcak, daha zor olanları soğuk olarak nitelendiren düşünür, sıcak medyalara radyo, film, fotoğraf, konferans; soğuk medyalara ise televizyon, seminer ve cizgi filmleri örnek göstemiştir. Sıcak medyaların yüksek tanımlılık taşıdığını daha fazla dikkat gerektirdiğini, soğuk medyumların ise düşük tanımlılık ve az dikkat gerektirdiğini ifade etmektedir.[39] Sıcak medyalar çoğunlukla görsel medya, baskı yoğunluklu, analitik doğruluğa sahip, sayısal analiz, sıralı, çizgisel (görüş ve ses) iletiler içeren medyalardır. Bilgi teknolojisinin temel aracı olan bilgisayar ve dolayısıyla internette sıcak medya olarak kabul edilir.

İnternetin, iletişim ve haberleşme teknolojileri, bunların kullanım biçimleri ve alışkanlıkları üzerindeki etkisini anlamak, bugün yaşanmakta olan değişimleri ve bunların ileride nereye doğru gideceğini kavramak açısından önemlidir. Örnegin, İnternet telefonu ve İnternet televizyonu gibi yeni uygulamaların ortaya çıkması iletişim alanında klasik telofon sebekelerine ve uydu televizyonculuğuna olan tekeli azaltmaktadır. Aynı şekilde internet gazeteciliği, bilinen klasik gazetecilik anlayışı ve ekonomisinde de büyük değişikliğe yol açmıştır. Bugün her gazete kendine ait internet sayfasında, okuyucuya sanal olarakta hizmet verme zorunluluğu duymaktadır. Buna bağlı olarak gazetelerin satış tirajlarında önemli ölçüde azalma sözkonusu olmuştur. İnternet gazeteciliğinin ve medyasının geleneksel medyadan farklı olarak en fazla ön plana çıkan dört yönü hızı, geri dönülebilir olması, detaylara izin vermesi ve yayıncı açısından da okuyucu açısından da özgürleştirici olma

[38] Batuş ve Rigel, **a.g.e.**
[39] Marshall Mcluhan, **Povers**, Bruce R., Global Köy, (Çev.) Bahar Öcal Düzgören, Skala Yayınları, İstanbul, 2001, s.150

özelliğidir.[40] Ekonomik olarak internetin ucuz erişiminin sağlanması ve haberlerin anlık güncellenilebilir olması okuyucuyu klasık gazete anlayışından sanal gazete olgusuna yönlendirmektedir.

Teknoloji sayesinde günlük hayatımıza lüks olarak giren bircok araç ve gereç zamanla zaruri ihtiyaç konumuna geçerek, geniş kullanıcı ağına sahip olmaktadır. Özellikle iletişim araçlarında bunu açıkça görebilmekteyiz. Örneğin cep telefonları ilk başlarda lüks sayılırken ve çok az kullanıcıya sahipken günümüzde bir olmassa olmaza dönüşmüştür. Buna bezer bir gelişmeyi internette de yaşamaktayız. İnternet, iletişim alanında ve onun doğal yansıması olarakta günlük yaşamımızda farklılıklara ve yeni alışkanlıklara yol açarak kendine has iletişim ve ilişki evrenini oluşturmuştur. İnternetin geleceği ile ilgili en önemli soru teknolojinin nasıl değişeceği değil, değişim prosesinin nasıl yönetileceğidir. Başlangıçta da söylendiği gibi internet, bir grup tarafından tasarlandı ama bu konu ile ilgili gruplar ortaya çıktıkça bu orijinal tasarıma eklemeler oldu. İnternetin olumlu özellikleri yanı sıra olumsuz gelişmelere de yol açtığını öne süren birçok görüş vardır.

1.2.2. İletişimsel Enformasyon

Enformasyonun hızlı bir şekilde dolaşmasını sağlayan internet yeniliklerinden birisi de web sayfalarıdır. Enformasyon tek yönlü bilgi iletimini ifade eder, diğer bir deyişle haber, bilgi, iletişim araçlarının çıktıları (output) ve tüm kültürel faliyetler olarak değerlendirilir.[41] Günümüzde olaylara ve günlük hayata dönük edinimleri birer enformasyon olarak almaktayız. Buda hayatımızın bir enformasyon ağıyla örülmesine, düşünce paradigmalarımızın bu enformasyon kaynakları tarafından oluşturulmasına yol açmaktadır. Bu döneme enformasyon çağı da denilmiştir. Enformasyon çağı, imajımızdaki dünyayı yeniden yapmaktır.[42]

Kitle iletişim araçlarının etkin birer enformasyon aracı olarak kullanıldığı günümüzde aracın niteliğide önem kazanmıştır. Geçmişi oldukça yeni sayılan internet kitle iletişim aracı olarak televizyon ve gazeteye oranla birinci elden, hızlı ve daha geniş bir alana enformasyon götürebilmektedir. Enformasyonun kavramsal kökenine değinecek olursak, Enformasyon

[40] Çakır, **a.g.e.** s.139
[41] A.Ridvan Bülbül, **iletişim ve etik**, Ankara, İletisim Nobel yayinlari, 2001 s.4
[42] Mcluhan, **Povers**, s.157

(Latince informatio - danışma, haber verme, haberleşme) anlamına gelir. Enformasyon kendi içerisinde üç objeyi içerir: kaynak enformasyonu , tüketici enformasyonu ve araç.

Ayrıca enformasyon saf bir şekilde iletilemez, alınamaz ve saklanamaz. Enformasyon taşıyıcısı mesajdır. Mesaj ise her hangi bir olayın, enformasyon kaynağı tarafından sembollerle (alfabe) sabitlenerek düzene sokulan içeriktir. Enformasyonda mesajın verılmesı belirli bir amaç taşıdığından belirli bir gösterge dizgesi halinde mesaj verilir. İnsanlar, gruplar ve toplumlar arası ilişkilerin temelini iletişim kavramı oluşturmaktadır. İletişimi kısaca "bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci" olarak tanımlanabilir. Genel anlamda iletişimin gerçekleşmesi için iki sistemin varlığı ve bu sistemler arasında bir alış-veriş şart koşulmaktadır. Bu sistemler iki insan, iki hayvan yahut iki makine olabileceği gibi bir insan bir hayvan veya bir insan bir makine de olabilir.Tek yönlü bilgi akışına "Enformasyon", karşılıklı bilgi alışverişine ise "Komünikasyon" ya da iletişim adı verilir.

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde enformasyon dolaşımı kolaylaştırmıştır ve daha da çoğalmıştır. Naom Chomsky 'Medya Denetimi' kitabında 'halk üretim kütüphaneleri' düşüncesini ortaya atarak, internet ortamında enformasyon dolaşımını öngörmektedir. "Chomsky fikirlerini şöyle açıklamaktadır; Şimdi var olan halk kütüphaneleriyle kardeşlik içinde kurulacaktır. Her bir üretim kütüphanesi içinde, basılı, işitsel, görsel ve veri tabanlı olarak materyal üretime olanakları olacak. Ele geçirilmiş medya, susturulmuş şirketler ve sürekli inceleme altındaki devlet projeleri gerçekleştiğinde, üretim kütüphaneleri insanlara konuşabilecekleri bir gırtlak olacak. Chomsky'nin bu "halk üretim kütüphanelerinin halkın konuşacağı bir gırtlağa dönüşmesi" isteğini internet gerçekleştirmiştir.[43]

Şu anda dünyada, aşağıda daha detaylı şekilde anlatılan, internet vasıtasıyla çeşitli şekillerde ve içeriklerde enformasyon dolaşmaktadır. Peki, bu çeşitli şekillerde dolaşan içerik acaba Bilgi midir Enformasyon mudur? Enformasyonu, az bilgilendiren ama kolay iletilebilen bilgi olarak tanımlayan Eco, bilgi ile enformasyon arasındaki bağa dikkat çekerek, "Bilgi ne denli yüksekse onu iletmek o denli güçtür. Bilgi ne kadar açık iletilirse o kadar az bilgilendirir" diyor.[44] Yapılan yorumdan bilginin enformasyona dönüştürülürken iletiminin kolaylaştığını fakat aynı oranda bilgilendirme güçününde azaldığını anlamaktayız.

[43] Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.200
[44] Umberto Eco, **Açık Yapıt**, (Çev) Pınar Savaş, İstanbul, Can Yayınları, 2001, s. 63-65

1.2.3. Bilgi ve Enformasyon Arasındaki Farklar

Haber üretim sürecinde, bilginin enformasyona dönüşümü, bu karmaşayı netleştiren temel alanlardan biridir. Enformasyonu bazı kaynaklar bilginin bir bölümü olarak tanımlarken, bu bölüm içine iletişim teknolojisi ile dağıtımı kitleselleştirilen, kolay anlaşılabilir hale getirilen özelliklerini alıyorlar. Enformasyonu bilgi ile karıştırmamak gerekir. İlk bakışta aynı anlam taşıdıkları sanılan iki kelime, farklı anlamlarla yüklüdür. Bilgi kelimesi enformasyon kelimesinin bilgi alma ve verme anlamlarına karşılık günümüz Türkçesi'nde tek kelime ile karşılığı olmayan bir konu hakkında bilgi sahibi olma malumu anlamını taşımaktadır.

Bilgi, bireysel ya da toplumsal eylemin gerçekleşmesini oluşturarak ya da bireyi ya da toplumu farklı ve etkili bir eylemi gerçekleştirmeye hazır duruma getiren, dolayısıyla bireyi ve varlık alanını değiştiren eformasyon demektir.[45] Aynı zamanda insanın varlığını sürdürebilmesi ve kendisini gerçekleştirebilmesi için temel koşul ve güçtür.[46] Bilgi, toplumsal gelişmenin ve değişiminde ana dinamiğidir. Toplumsal değişimi başlatan ve onu hızladıran başat faktördür.

Bilgi doğruluğu, verili, nesnel ve öznel koşullarda gerekli ve yeterli sayılan kanıtlarla temellendirilmiş önerilmeler biçiminde bir bilinç içeriği olarak tanımlanırken bilginin birey üzerindeki etkisi, farkında olma ve yargı yetilerini de içine alan bilme edimini ortaya çıkarmasıdır. Haber üretimi sürecinde, bilginin enformasyona dönüşümü, bu karmaşaya netleştiren temel alanlardan biridir. Enformasyonu bazı kaynaklar, bilginin bir bölümü olarak tanımlarken, bu bölüm içine, iletişim teknolojisi ile dağıtımı kitleselleştirilen, kolay anlaşılabilir hale getirilen özellikleri alınmaktadır. Nurdoğan Rigel "Rüya Körleşmesi" kitabında bilgi ile enformasyon arasındaki farkları şöyle sıralamaktadır:[47]

Bilgi	**Enformasyon**
1. Ayırdında olma ve bilme edimini yaratır	1.Karmaşa yaratır
2. Elde etmek için araştırmak gerekir	2.İhtiyacımız olmadan gelir
3. Süreci verir	3. Sonucu aktarır

[45] İsmail Doğan, **Sosyoloji**, Ankara, Sistem Yayınları, 1995, s.203
[46] Takiyettin Mengüşoğlu, **Değişmez Değerler, Değişen Davranışlar**, İstanbul, İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1965
[47] Nurdoğan Rigel, **Rüya Körleşmesi**, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.64

4. Düşünce üretir	4. Hükmü bildirir
5. Tekrar yoktur	5. Aşırı tekrar vardır
6. Nedeni, niçini sorgular	6. Kim ve neyi yanıtlar

Yukardaki karşılaştırmadan da anlaşıldıgı gibi enformasyonda yeniden işlenme ve bir amaç üzre kullanma söz konusudur. Bu kullanma da amaç doğrultusunda değişebilmektedir. Kimi zaman salt bir bilgilendirme olurken kimi zamanda bir manupule etme, propaganda amaci taşıyabilir. Bu etkinliktede kitle iletişim araçları etkin bir taşıyıcı ya da ileti fonksiyonu görür. Siyasal iletişim ve internet enformasyonun yoğun olarak dolaşımda olduğu alanlardır.

Siyasal aktörler siyasal amaçlar doğrultusunda kitle iletişim yoluyla enformasyon verirler bazende kendileri ile ilgili enformasyona maruz kalırlar. Siyasal aktörler ve kurumlar internete nazaran diğer kitle iletişim araçlarındaki enformasyonu kontrol edemezler. Bu yüzden internet, diğer iletişim araçlarına oranlara siyasal partilere ve aktörlere kendi enformasyonlarını direkt olarak, eşık bekçilerinin müdahalesi olmadan hedef kitlelerine gönderebilmelerini sağlar. Aynı şekilde yeni iletişim teknolojilerinin internete eklemlenmesiyle kitlelerin geri bildirimlerini aracısız alma olanaklarına sahip olmuşlardır.

1.3. İnternette Enformasyon Dolaşım Türleri

İnternette enformasyonun yaygın olarak dolaştığı yerler genellikle web sayfaları, bloglar, forumlar, e-postalar ve yeni bir tür olarak Facebook'lardır.

1.3.1. Web Sayfası

Herkesin erişim sağlayabildiği web sayfaları sistemine (world wide web) dünya çapında web adı verilmektedir. WWW, Web, ya da W3 (World Wide Web), yazı, resim, ses, film, animasyon gibi pek çok farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşmamızı sağlayan bir çoklu hiper ortam sistemidir. Hiper ortam, bir dökümandan başka bir dökümanın çağırılmasına (navigate) olanak sağlar (iç içe dökümanlar). Bu ortamdaki her veri (object), başka bir veriyi çağırabilir (link). Link, aynı döküman içinde başka bir yere olabildiği gibi, fiziksel olarak başka bir yerde (internet üzerindeki herhangi bir makinada) de olabilir.

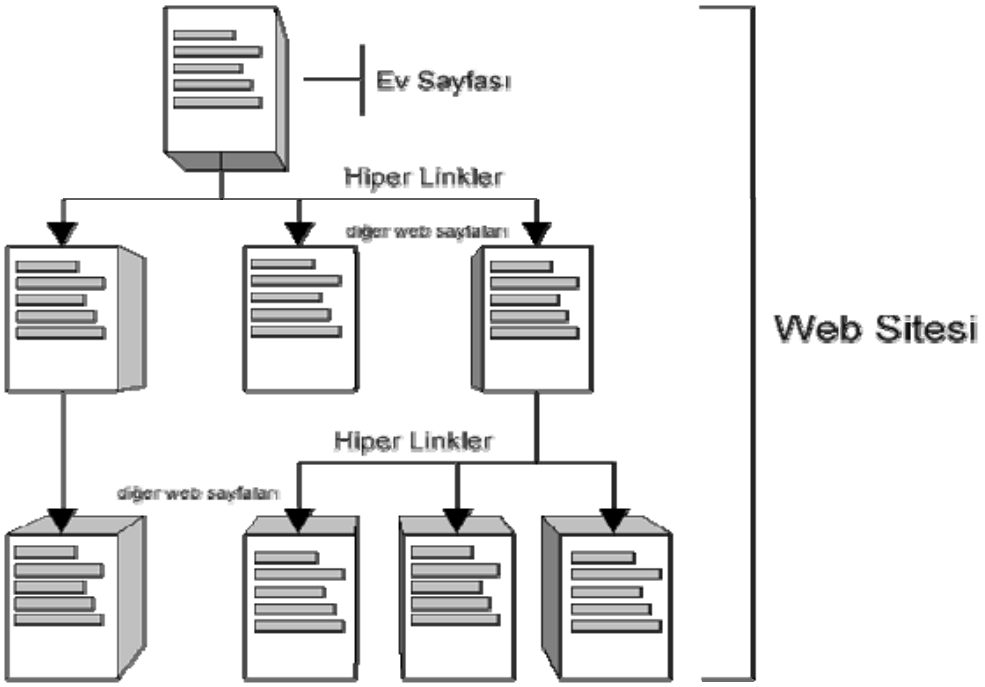
Bütün bu farklı yapıdaki veriler uygun bir standart ile bir arada kullanılıp bir Web listeleyicisinde (Web Browser) görüntülenebilir. Web'in diğer bir işlevide, öteki bazı internet servislerini kendi içerisinde barındırmasıdır (ftp, gopher, news, wais gibi). Web uygulamaları (Web sayfaları), Web Listeleyicilerinde (Browser, Gezgin, Tarayıcı) görüntülenir. Web sayfaları, başka sayfalara ve değişik türden verilere hiper linkler içermektedir. Buralara fare ile tıklayarak, başka sayfalara, oradan da başka sayfalara geçeriz. Bu aslında çok basit bir bilgiye ulaşım modelidir. Web Sistemleri, kullanılan platformdan bağımsızdır. Bir Macintosh, Pc ya da Unix Web Listeleyicisi aynı sayfaları, aynı şekilde alırlar. Sayfaların alındığı Web Servisleri de farklı bilgisayar platformlarında olabilir. Web Listeleyicileri ve Web Servis Sağlayıcı Ortamlar hemen hemen tüm dünyada her yerde vardır ve global olarak kullanımları üstel bir şekilde artmaktadır. Web yapısının bu kadar çok kabül görmesinin bazı sebeplerini sıralamak gerekirse:

- Herşeyden önce Web, açık bir sistemdir, platform, bilgisayar, işletim sistemi vb bağımlı değildir.
- Web üzerinden pek çok bilgi kaynağına kolayca erişilebilir.
- Web uygulamaları geliştirmek ve bunları kullanıma sunmak çok kolaydır. Çoğu durumda, uzmanlık gerektirmiyor ve fazla bilgisi olmayan birisi bile Web sayfaları dizayn edip kullanıma sunabilir.
- Web ortamları artık son derece dinamik bir durumdadır. Java ve ActiveX kullanarak, tamamen konfigüre edilebilir client (istemci) uygulamaları geliştirmek mümkündür. Java kullanarak, söz gelimi bir firma, ürün tanıtımları için, dinamik bir şekilde kendiliğinden oluşan uygulamalar yaratabilir ve sayfa içerikleri kendiliğinden değişebilir. Bir kullanıcı, isteğine bağlı bir şekilde, bağlandığı bir veri tabanından bilgileri istediği gibi farklı gruplarda isteyebilir (client side corporation).
- Aranılan bilgilere, birtakım tarama mekanizmaları (Search Engines) sayesinde kolayca ulaşılabilir.

Web servislerine "Web Browser" (Web Listeleyicisi) adı verilen kullanıcı ara birim programları ile erişilir. Web site yada web sayfası olarak adlandıralan web sayfalarının, fotografların, vidioların ve diger dijital programların aynı anda bir ya da birçok kullanıcı tarafından internet, telefon ve LAN aracılığıyla erişilebilinen internet sistemidir.

Web sayfası, HTML koduyla yazılan ve HTTP arcılığıyla ulaşılan, web sağlayıcılarından web alıcılarına bilgi transferi sağlayan dokumandır. Web sayfaları, kendine ozel bir program ile hazırlanır. Fotoğrafların, vidioların, yazıların belirli bir çerçevede ve biçimde oluşturulmasi bugünkü yaygın olarak kullandıgımız web sayfalarını oluşturmaktadır. Web, iştemcisinin (Netscape, lynx, msie gibi), bir Web Servisine bağlandıktan sonra tek seferde transfer ettiği kompozit tüm verilerden oluşan html sayfasıdır. Bu sayfadaki bilgiler kompozittir, çünkü hem grafik/resim bilgileri, hem normal text, hem ses, hem başka merkezlere ve başka dökümanlara linkler olabilir. Bu, o web servisinin bağlandığımızda gelen ilk sayfası ise, "home page" olarak da adlandırılır. home page'ler için dosya adı genellikle "default.html" ya da "index.html" olmaktadır.

Bu, o web servisinin bağlandığımızda gelen ilk sayfası ise, anasayfa "home page" olarak da adlandırılır. Anasayfalar için dosya adı genellikle "default.html" ya da "index.html" olmaktadır. Aşağıdaki şekilde, bir web sitesi ve içindeki hiyerarşik hiperlink mimarisi görülmektedir. Burada, hiperlinkli her bir döküman, yukarıda tanımını yaptığımız veri yapılarından herhangi birisi olabilmektedir. [48]



Şekil-2 Web Sayfası

[48] **Web Sayfası**, Ziyaret Tarhi,19/11/2007, http://www.po.metu.edu.tr/links/inf/css25/bolum6.html#5

Günümüzde gerek bireysel gerekse kurumsal alanda, web sayfaları yoğun olarak bilgi, haber, veri iletiminde ve paylaşımında kullanılmaktadır. Özellikle internetin yeni iletişim aracı olarak ortaya cıkması onun etkinliğini arttırmış ve kullanım alanını genişletmiştir. İnternet'deki her hangi bir kurum, web sitesi yoluyla;

- Kendi kurum politikalarını duyurabilir,
- Ürünlerinin tanıtımını yapabilir, pazarlayabilir,
- Halkla ilişkilerini yürütebilir,
- Elindeki veri tabanlarını açabilir

İnternet'in popülerliliğinin artması ve büyük adımlarla genişlemesi sürecektir. Internet Topluluğu'na gore, 2010 yilinda Internet 300 milyon ana bilgisayardan, 9 milyon ağdan ve 2 milyara yakın kullanıcıdan oluşacaktır. Bu büyümenin büyük bir kısmının ticari kullanıcılar sayesinde olacağı beklenmektedir.

1.3.2. Sanal Günlükler; Bloglar

Blog, teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, kendi istedikleri şekilde yazan insanların oluşturdukları, günlüğe benzeyen web sayfalarıdır. İngilizcedeki "web" ve "log" kelimelerinin birleşmesinden oluşan weblog kavramının zamanla yaygınlaşmış adıdır.

Blog, genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı bir yayını belirtir. Çoğunlukla her gönderinin sonunda yazarın adı ve gönderi zamanı belirtilir. Yayıncının seçimine göre okuyucular yazılara yorum yapılabilir. Yorumlar, blog kültürünün çok önemli bir dinamiğidir; bu sayede yazar ve okuyucular arasında çift yönlü bir iletişim sağlanır. Bunun dışında, geri izleme (trackback) mekanizmasıyla, belirli bir yazı hakkında yazılan diğer yazıların belirlenebilmesi de mümkündür.

İlk ağ günlükleri elle yazılıp güncellenirken, bugün bu iş için özel yazılmış yazılımlar kullanılmaktadır. Bu yazılımlardan bazıları bir blog servisi sağlayıcı sitenin alt alan adları olarak yaratılabilen, bazıları ise kullanıcının kendi sunucusuna kurup çalıştırması gereken yazılımlardır. Blogların içeriği geleneksel internet içeriğinden farklılık gösterdiği için sadece bloglar için kurulmuş özel indeksleme mekanizmaları ve arama motorları bulunmaktadır. "Technorati" en başarılı blog teknolojilerinden biridir. Ayrıca Google Blog Search adında bir blog arama motoru işletmektedir. 2005 yılında Verisign tarafından satın alınan Weblogs.com,

dünyanın en büyük blog ping servisi olarak tüm internet indeksleme mekanizmalarına veri sağlamaktadır.

İnternet ile ilgili ciddi bir araştırma kurumu olan Jupiter Research'ün 2005 yılında yaptığı bir araştırmasına göre, blog sitesi sahiplerinin yarısının yılık geliri 60.000 doların üstünde; blog okuyanların %60'ı erkek ve blog okuma alışkanlığı olanların %73'ü 5 yıldan uzun süredir internet bağlantısına sahiptir. Blog okuyanların %28'i blog okumak için RSS FEED kullanıyor. 2005 sonunda yapılan başka bir araştırmaya göre de internet kullanıcılarının %38'i blog kelimesinin anlamını bildiklerini, %27'si ise blog okuduklarını belirtmiştir. Blogosferin nabzını tutma misyonundaki Technorati'nin istatistiklerine göre, günde 50.000'den fazla yeni blog sitesi yaratılıyor. [49] Halen en çok blog oluşturulan sistemlerden biri olan LiveJournal, yazdıklarını herkesle paylaşmak istemeyen ve grup bağlarına önem veren kişiler tarafından tercih edilmektedir.[50]

Kişisel Bloglar

Bu tür bloglar çok fazla deneyimi olmayan kişilerin bile kullanabileceği ve sayfalarını düzenleyebileceği yapıdadır ve daha çok günlük olarak kullanılırlar. Kişilerin günlük yaşamda yaşadıkları olayları, karşılaştıkları durumları okurlarıyla paylaşmasını sağlar. Bloglarda en fazla rastlanan türdür.

Temassal Bloglar

Sadece belirli bir alanda yazılan gönderilerin yer aldığı, belirli bir konuda uzman kişilerin yazdığı ve düzenlediği bloglardır. Politika, pazarlama, yemek, internet, ekonomi, tasarım, fotoğraf, programlama dilleri ve benzeri konularda odaklanmış bloglar bulunmaktadır. Türkçe olarak yayınlanan bloglarda en fazla ilgiyi yemek konulu bloglar çekmekte, sayı olarak ise bilgisayar blogları göze çarpmaktadır.

Topluluk Blogları

Üyelik sistemine sahip olan ve bu üyelerin yazdıkları gönderilerden meydana gelen bloglardır. Komünite olarak da adlandırılan bu türdeki blogların çoğu kendi sunucularındaki

[49] **Blog**, Ziyaret Tarihi: 19/11/07, http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog
[50] **Blog Tarihçe**, Ziyaret Tarihi 19/11/07, http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog/Tarihce

blog yazılımını kullanmaktadır. Tarihsel olarak ise, LiveJournal'da oluşan bir kültür mirasını devam ettirmektedirler.

Şirket Blogları

Şirketler kendileri ile ilgili haber ve duyurularını daha samimi bir şekilde halka açtıkları bloglar dünyada ve iş hayatında giderek önem kazanmaktadır. Türkiye'de az sayıda olsa da bazı şirketler şirket bloglarını hizmete sunmaya başlamıştır. Aslında dünyadaki akım, şirketin doğrudan değil, samimi karakterdeki bazı çalışanların desteklenmesi yoluyla bloglamaktır. Hatta en ünlü şirket bloglarını tutan Microsoft çalışanları, samimiyetlerine inandırmak için arasıra rakip firmaların ürünlerini de övmekte, reklamını yapmaktadır.

Blog dünyada çok önemsenen ve ciddiye alınan bir kavram olmasına rağmen, Türkiye'de 2005 yılına kadar çok fazla farkedilmiş değildi. Mayıs 2005 tarihinde Google'da Türkçe sayfalarda "blog" kelimesi 65.400 kez yer alırken, Mayıs 2006'da bu sayı 5 milyona yaklaşmıştır.

Blogger.com'dan hizmet alan Türkçe blog sayısı 2004-2005 yılları arasında oldukça fazla iken, bugün bu sayı hemen hemen hiç artmamaktadır. Çünkü Türkçe olarak hizmet veren blog barındırma siteleri, üyelerine en az Blogger.com kadar iyi hizmet vermektedir. Türkçe barındırma sitelerinin artması, doğal olarak açılan Türkçe blog sayısını arttırmıştır ve Türkçe konuşan insanların blog kültürüne akın etmesine neden olmuştur.[51]

2005 yılında hizmet vermeyen başlayan Türkçe blog servisi Blogcu.com, 2 sene içinde 300 bin üyesi ile Türkiye'de en çok okunan 13. internet yayını olmuştur. Blogcu dışında başka birçok yerli blog servisi hizmete açılmıştır. Bunların arasında Milliyet, Habertürk, Vatan gibi yayın organlarının blog servisleri ve Doğan grubu ortaklığıyla yayın hayatına başlayan Azbuz.com da bulunmaktadır.

Günümüzde blogların tahihi oldukça yeni olmasına rağmen gün geçtikçe kullanım alanını arttırmaktadır. Nette yorum, düşünce ve isteklerin ifade edilmesine büyük katkı sağlayan bloglar internetin çoğulcu ve interaktif yapısına büyük katkı sağlamaktadır. Ülkemizde olmasada özellikle Amerika Birleşik devletleri'nde ve ingiltere'de siyasal partiler blog

[51] Blog, **a.g.e.**

uygulamaları sayesinde seçmenlerine düşünce, öneri ve taleplerini belirtme olanağı sağlayarak, onlarla diyalog kurabilmektedirler.

1.3.3. Forumlar

Forum elektronik ortamda oluşturulmuş bir tartışma platformu ve paylaşım sistemidir. Forum alanına girildikten sonra ilgili kategori seçilir ve bu kategori bağlı olarak; Yeni bir konu başlığı oluşturulur. Oluşturulan konu başlığına diğer kullanıcılar yorumlarını (cevaplarını) yazarak fikirlerini beyan ederler. Forumlara yazılan yazıları tüm internet kullanıcılarına açıktır.

1.3.4. Elektronik Posta

Dünyanın ilk elektronik postasını Ray Tomlison adlı bir bilim adamının bilgisayarda bir şeyler yazdıktan sonra bir tuşa basarak gönderilmiştir. Bundan 36 yıl önce gerçekleşen bu deney dünyada birçok şeyi değiştirecek bir sürecin başlangıcıydı ancak bunu geniş kitlelere yayan dönem internetin iyice yayılmaya başladığı 90'lı yılların ikinci yarısına denk gelmektedir.

E-mail sayesinde internet üzerindeki diğer kullanıcılara ulaşılmaktadır. Daha önce belirttiğimiz gibi internet'e bağlanan her makinanın bir adresi vardır ve kullanıcılarda bu adrese bağlı olarak kendi adreslerine sahiptirler. Üyeleri oldukları servis sağlayıcılar kullanıcılara posta kutusu sağlarlar ve kullanıcılar internet'te olmadıklarında gelen postalar posta kutusuna konulur. Kullanıcı hesabına bağlandığında mektubu gelip gelmediğine dair genelde bilgi verilir ve kullanıcı mektuplarını posta kutusundan alıp okur ve cevap yazabilir.

E-postanın hayatımıza getirdiklerini düşündüğümüzde aslında etkileri matbaadan, telefon ya da telgraftan farklı değil, hatta daha da köklü. Pasifik Araştırma Enstitüsü'nden Sonia Arrison bu durumu "E-posta insanların iletişim alışkanlıklarını kökten değiştirdi. Arkadaş bulmaktan iş yapmaya, hatta savaşa kadar her şeye etkide bulundu. Üstelik, 21. yüzyılın en önemli hammaddesi olan bilginin de dolaşımını da etkiledi. Aynen 19. yüzyılda demiryollarının, 20. yüzyılda uçağın yaptığını 21. yüzyılda e-posta yaptı" şeklinde özetlemektedir.

36 yıllık geçmişine rağmen e-posta ilk 20 yılını akademik ve askeri kurumlara hizmet ederek geçirmiştir. Bugün ise yüz milyonlarca kişilik internet cemaatinin en sık kullandığı uygulamadır. ABD'de yapılan araştırmalar internet kullananların normal telefon

görüşmelerinin ardından en çok e-posta okuma ve yazma için zaman harcadığını göstermektedir.

Mynet için GFK Türkiye'de (Growth From Knowledge) gerçekleştirdiği "İnternet Kullanıcıları Profili" araştırmasında internet kullanım amaçlarına bakıldığında kullanıcıların %38'i interneti en çok e-posta almak / yollamak için kullanmaktadırlar.[52] Bu yaygınlığın en önemli sebebi, elektronik postanın geleneksel tüm yöntemlere göre daha verimli, daha sıcak ve elbette daha ekonomik olması. Bir telefon konuşması kadar samimi ve bir mektupla aynı mantığa sahiptir.

E-maillere resim, word'da yazılmış döküman, ses kayıdı gibi digitalize edilmiş bütün bilgileri gönderebilirsiniz. Bu tip dosyalara binary dosyalar denir. Binary dosyalar pek çok standart olmayan karakterler (kontrol karakterleri) içerirler. Bunlara ek olarak bu yaygınlık uyanık pazarlamacıların da bu alanı kullanmaya başlaması, adına SPAM denilen yeni bir olguyu doğurmuştur. Posta kutunuzda adını bile duymadığınız site ya da şirketlerin şüpheli teklif ve yersiz duyurularıyla boğuşmak da gündelik hayatın yeni uğraşları arasına girmiştir. Elbette e-mail ofis ve ev yaşamının arasındaki duvarları kaldırarak hayatın her alanını işe bağlı hale getirmesini de unutmamak gerekir. Kimi stratejistler, internet kullanıcılarının hızla ICQ ve benzeri mesajlaşma yazılımlarına kaydığını iddia ediyor ancak hem yaygınlığı, hem de kullanım kolaylığı yüzünden e-posta daha çok seneler internetin ilk sıradaki kullanım amacı olmaya devam edecek gibi görünmektedir.

1.3.5. Yeni Sosyalleşme Ağları; Facebooklar

İnsanların birbirleriyle iletişim kurması ve bilgi alış verişini sağlayan bir sosyal ağ web sayfasıdır. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi 2006 sınıfı öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuştu. İlk sene içerisinde de; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okullar facebook'da mevcuttu. Üyeler önceleri sadece mevzu bahis okulun e-mail adresiyle (.edu, .ac.uk vs.) üye olabiliyordu. Daha sonrasında da ağ içine liseler ve bazı büyük şirketlerde katıldı. 11 Eylül 2006 tarihinde ise facebook tüm e-mail adreslerine, bazı yaş sınırlandırmalarıyla açıldı. Kullanıcılar diledikleri ağlara; liseleri, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibariyle katılım

[52] Çakır, **a.g.e**., s.133

gösterebilmektedirler. 2007 Temmuz ayı itibariyle de; 34 milyon kullanıcısıyla Dünya'nın en büyük Üniversite tabanlı kullanıcılarına sahip oldu.

Alexa istatistiklerine göre facebook 20 Ekim 2007 itibariyle; Dünya'nın en fazla ziyaret edilen 7'inci sayfasıdır. Bunun yanı sıra; Kanada, Güney Afrika ve Norveç'in en fazla ziyaret edilen sayfası; İngiltere ve İsveç'in 2. en fazla ziyaret edilen sayfası, Mısır ve Panama'nın 3., Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya ve Türkiye'nin de 5. en fazla ziyaret edilen sayfasıdır. Facebook ismini "paper facebooks"'dan alır. Bu form A.B.D. üniversitelerinde okulların öğrencilerine, öğretmenlere ve çalışanlara doldurduğu onları tanıtan bir formdur. Sayfa kullanıcılara ücretsizdir ve gelirini banner reklamlarından ve sponsor gruplarından almaktadır (Nisan 2006'da gelirlerin haftalık $1.5 milyon olduğu öne sürülmüştür).

Kullanıcılar profilleri fotoğrafları, ilgi alanları, gizli ya da açık mesajları ve arkadaş grupları sergilemektedir. Profillerin gösterimi arkadaşlara veya belli ağ dışındakilere karşı limitlendirilebilir. TechCrunch'a göre; A.B.D.'deki üniversitelerdeki öğrencilerin %85'inin facebook'da bir hesabı bulunmakta ve bunların %60'ı her gün bağlanmaktadır. %85 her hafta, %93 her ay bağlananlar arasındadır. Facebook sözcüsü Chris Hughes ise kullanıcıların her gün ortalama 19 dakika facebook'da vakit geçirdiğini söylemektedir.

Kullanıcıların sayfalarında arkadaşları tarafından mesaj atılmasını sağlayan “duvar” özelliği mevcuttur. Bir kişinin duvarı profilini görebilen herkese açıktır ve diğer kullanıcıların buraya gönderdikleri mesajlar News Feed bilgi akışında da sunulmaktadır. Temmuz 2007 itibariyle; facebook duvarlara dosya ekleme izni de vermiştir, daha öncesindeyse sadece yazı yazılabiliyordu. Facebook photos eklentisiyle kullanıcılar kendilerinin ve arkadaşlarının resimlerini paylaşmaktadır. Fotoğraflar eklentisi ile facebook kullanıcıları aralarında resimlerini, kendilerini de üzerinde işaretleyerek sunabilmektedir. Bazı gizlilik sorunları nedeniyle de facebook resimlerin gösterilmeleri üzerine limitasyon özellikleri koymuştur.

Ağustos 2007 itibariyle; facebook'da 1.7 milyar resim bulunmaktadır, bu da kişi başı 44 resime eşittir. Şubat 2007 tarihinde armağanlar adında bir eklenti yapılmıştır. Kullanıcılar birbirlerine küçük ikonlardan oluşan hediyeler gönderebilmektedir. Bu ikonlar Apple tasarımcısı Susan Kare tarafından tasarlanmaktadır, ve kullanıcılar bu hediyeleri gizli ya da açıkca vermektedir. Her kullanıcı eğer ki hediye kutusunu profilinde göstermek isterse burada belirir. Kullanıcılar hesaplarının açılmasıyla bir hediye verme hakkına sahiptir; bundan sonraki hediyeler için 1 dolar ödemektedir.

Mayıs 2007 itibariyle; Facebook Marketplace programıyla; satılık eşyalar, kiralık/satılık ev, işler ve diğerleri olmak üzere bir market ortamı yaratmış ve burada kullanıcıların birbirleriyle alış veriş yapmasını sağlamıştır. Bu hizmetleri ücretsizdir. Etkinlikler eklentisi ile ise; kullanıcıların arkadaşlarını belli buluşma, parti ve toplantılara çağırması için kullanılmaktadır. Facebook'ta bulunan video eklentisi ile kullanıcıların birbirlerine YouTube ve benzeri sitelerdeki videoları göndermelerinin yanı sıra; özel mesajlar da dahil olmak üzere video kamerasıyla görüntü kaydederek bunu mesaj olarak göndermesini sağlamıştır. 24 Mayıs 2007 itibariyle; facebook kullanıcıların uygulamalar yaratmasına olanak sağlamıştır. 11 Ekim 2007 itibariyle facebook'da 5500 üzerinde uygulama mevcuttur.[53] Oldukça yeni bir enformasyon türü olan facebook, daha şimdiden milyonlarca kullanıcıya sahiptir. Sosyal bir etkileşim alanı olan facebook siyasal iletişim alanında da birçok avantajı barındırmaktadır. Anlık çiftyönlü iletişim, fotoğraf sunumu, vidio yayını, görüş ve düşüncelerin belirtilebildiği bir alan olarak facebook, vazgeçilmez bir enformasyon türü olmaya adaydır. Ülkemizde oldukça yeni olan bu uygulama halen siyasal partiler tarafından keşfedilmemiştir.

[53] **Facebook**, Ziyaret tarihi, 02/01/2008, http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook

İKİNCİ BÖLÜM

İnternet ve Siyasal İletişim

2.1. Siyasa ve İletişim Olgusu

Siyaset ve asal konusu olan iktidar, weber'in tanımına göre; toplumsal ilişkiler çerçevesi içinde bir iradenin ona karşı gelinmesi halinde dahi yürütülebilmesi olanağıdır.[54] Siyaset kavramı; iktidar, yönetim, devlet kavramlarıyla yakın ilişkisinden dolayı insanların ve toplumların yönetimi olarak tanımlanır. Bu tanımdan yola çıkarak siyaset olgusunun insanoğlunun şehirleşme, birlikte yaşama doneminin başlangıcından itibaren varolageldiğini söylenebilir.

Siyaset arapça kökenli bir kelimedir ve "at eğitimi" anlamına gelmektedir. Politika ise yunan kökenli bir kelime olup "devlete ait işler" olarak tanımlanmıştır. Siyaset sözcüğünün günümüzdeki anlamı ise Daver'in tanımıyla ülke, devlet ve insan yönetimidir.[55] Günümüzde her iki kavram birbirinin yerine kullanılabilinmektedir.

Siyaset kavramımın temel aktörü devlettir. Devlet, bir sınıfın diger sınıfları egemenliği altında bulundurduğu örgütlenmedir.[56] Bu tanım devleti bir sınıf yapısı olarak görenlerin tanımıdır. Buna karşılık bazı düşünürler ise devleti sınıf yapısının üstünde ve ötesinde bütün toplumu kapsayan birleştiren bır kurum olarak görmüşlerdir.

İnsanların ilkel ve göçebe kültürden yerleşik hayata geçmesiyle kurulan kentler insan gruplarının siyasallaşmasının temel nedeni olmuştur. Ortak yaşam olgusunun oluşturduğu kültürel ve toplumsal yapılar zamanla sağlam kurumsal sistemlere donüşmüştür. Kentin ve kent devletlerinin kurulmasına kadarki süreçte insanoğlu düşünüş sürecini yeterince tamamlayamamış bunu kültürel bir öge olarak sonraya aktaramadığı görülür. Fakat kentlerin kurulması kültürel birikimin ve toplumsal artının oluşmasını sağlayarak medeniyet yada kültür olgularını meydana getirmiştir.

Şenel'in Siyasal Düşünceler Tarihi adlı kitabında insanoğlunun biyolojik evriminden toplumsal evrime geçisinde toplumsal artı (artı ürün) ve kentlerin kuruluşuna dikkat çekiliyor.

---

[54] Emine Yavaşgel, **Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler**, Ankara, Babil Yayinları, 2004 s.140
[55] Ahmet Taner Kışlalı, **Siyaset Bilimi**, Ankara, İmge Kitabevi, 1999, s.17
[56] Münci Kapani, **Politika Bilimine Giriş**, Ankara, Bilgi yayınevi, 1998, s.17

Siyasal düşünüşün basladığı uygar toplumu anlatırken ise ilkel toplumla arasındaki farkı şöyle ifade ediyor.[57] İlkel toplulukları, kadın- erkek işbölümü dışında tüm üyeleri aynı işi yapan, dolayısıyla toplumsal farklılaşmaya uğramamış, sınıflara bölünmemiş bu nedenle eşitlikçi bir toplumsal yapıya, sihirsel düşünüş biçimine sahip birlikler idi. Uygar topluluklar ise kadın erkek işbölümü yani sıra öteki işbölümlerinin görüldüğü, üyeleri, aileleri, farklı işleri yapan farkli mesleklerde uzmanlaşmıs olan dolayısıyla toplumsal farklılaşmaya uğramış, sınıflara bolünmüş, esitsizlikci bir toplumsal, bunun yanısıra siyasal bir yapıya ve ilkin dinsel sonrada bilimsel düşünüşlere ve bunlara dayanan ideolojilere sahip olan insan birlikleri olarak tanımlamaktadır.

Dinsel düşünüşlerin egemen olduğu dönemlerde toplumsal artı tapınaklarda toplanıyordu, buda gücü tapınaklara ait kılmıştır. Toplumsal artının toplandıgı tapınağın bulunduğu köyler, nüfuslarını arttırarak içinde ceşitli sınıfları barındıran kentlere dönüştüler. Kent ve çevresindeki köyler yeterliliklerini yitirip, birbirlerinin ürünlerine ve hizmetlerine muhtaç duruma düştüler. Böylece kurulan ekonomik ve toplumsal, askeri ve siyasal bütünleşme ve bağımlılık, tapınakla ve dinsel düşüncelerle sağlanan duygusal ve düşünsel (tinsel) bir bağlılıkla perçinlendi.

Bütünleşme sonucunda, toplumsal artı ürün üreten sınıf yapısı, artıyı denetleyen egemen sınıfı, düzeni içte ve dışta koruyan ordusu, ekonomik, siyasal işleri yöneten yönetim kadrosu ve farklı sınıf ve meslekten kimselerin nasıl davranacaklarını saptayan yasaları, bu yasaları uygulayan memurlarıyla; bu zor araçları yanı sıra, halkı istenen davranışları gönüllü olarak yapmaya kandıran dinsel "ideoloji"si ile "devlet" düzeninde örgütlenmiş uygar toplum, ilk biçimi olan "kent devleti" olarak belirdi.[58]

Yöneten ve yönetilen, iktidar, siyaset gibi kavramların doğuşu uygar toplulukların oluşma süreci içinde ortaya çıkmış fenomenlerdir. Kent devletlerinin doğuşu aynı zamanda siyaset fikrinin ve siyasal insanın doğuşunuda beraberinde getirmiştir. Siyaset ve toplum olgusunu doğuran süreç siyasal iletişimi de doğurmuştur. Her nekadar günümüz siyasal iletişim kavramı kitle iletişim araçlarının doğuşuyla kendine entellektuel bir yer edinmisse de yukarıda alıntılandırdığımız süreç siyasal iletişim olgusunun da ilk dönemlerini betimlemektedir.

[57] Alaaddin Senel, **Siyasal Düşünceler Tarihi,** Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1996 s.37
[58] Şenel, **a.g.e**., s.41

İletişim, temel amaç ve işlevleri itibariyle subjektif düşünce ve tecrübelerin, dil, görsel semboller, benzetmeler ve imajlar vasıtasıyla ortak hale getirilmesi veya değiş-tokuş edilmesidir.[59] İletişimde karşılıklılık esastır. Mesaj alışverişi sözkonusudur. Siyasal düzlemde renk, amblem, bayrak, slogan, semboller vb. herşey mesaj olabilir.

En geleneksel tanım itibariyle, komünikasyon, mektub alma ve gönderme, telefonlaşma vb. türde haberleşme, posta hizmetleri, ulaşım ya da elektrik devresi, eletronik bağlantısıdır. Bugün iletişim teknolojidir, sanattır, gazeteciliktir, amaçlı ya da doğal bir süreçtir, kitle iletişimi yada kişilerarası ilişkidir.[60] Yoğun olarak iletişimin bir disiplin olarak incelenmesi kitle iletişim araçlarıyla ortaya çıkmıştır.

Bilgi aktarma ve anlam yaratma sürecinin yanısıra iletişimin, ikna etmeye, etkilemeye ve davranış değişikliği yaratmaya yönelik bir süreç olduğunu vurgulamalıyız. Buna göre bir aklın bir başkasını etkileyebildiği tüm süreçleri içerir. İnsanların davranışlarına temel teşkil eden, dünyaya ilişkin imajlarını oluşturan anlamların meydana getırdığı ve bu imajların semboller yardımıyla değiş tokuş edildiği sosyal bir eylem sürecidir.[61]

Esas olarak iletişim kurmada amaçlar sözkonusudur. Belirli bir sonuç elde etmek ıçin iletişim eylemi başlatılır. Bu amaçlar doğrultusunda ise davranış değişikleri yaratma amaçlanır. Dolayısıyla iletişimde mekanik bir bilgi alısverişinin yanısıra anlamlar yüklenen semboller, sloganlar, jest ve mimikler, hatta renklerin kullanımı sözkonusudur.

İletişimin kullanılış türlerine bakarsak Burton ve Dimney 1990 yılında kişinin içsel iletişimi, kişilerarası iletişim, grup iletişimi, kitle iletişimi ve kişi dışı iletişim terimlerini kullanarak sıralamıştır.[62] İçsel iletişim, kişinin kendi iç düşünme sürecidir. Kişilerarası iletişim de basit olarak iki kişi arasındaki iletişim süreci olarak tanımlanır. Kitle iletişimi ise genel anlamıyla medya iletişimidir. Yazılı ve görsel ve işitsel araçlarla sağlanan iletişim sürecidir. Gazete, radyo, tv ve internet ana kitle iletişim araçlarıdır.

Sonuç olarak iletişimin ana işlevi bilgilendirme, denetleme, yönlendirme, bilgi ve beceri iletme, eğitme, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, sorun çözülüp kaygıyı azaltma,

[59] Mahmut Oktay, **Halkla ilişkiler Mesleğinin Yöntem ve araçları**, İstanbul, Der Yayınları, ,1996, s.15
[60] Usluata, **a.g.e.,** s.11
[61] Oktay, **a.g.e.,** s.16
[62] Usluata, **a.g.e**., s.44

eğlendirme, uyarma, gerekli roller üstlenme türünde sıralanabilir.[63] İletişimin toplumsal ve kitlesel etkinliği 1950 lerden sonra daha iyi anlaşılmış özellikle politikacılar ve politik kurumlar kitleleri kendi istek ve amaçları doğrultusunda, iletişim daha entellektüel açıdan incelenmeye başlanmıştır. Özellıkle radyo ve televizyon kitleleri yönlendirme, denetleme ve onlarla iyi ilişkiler kurmada etkin olarak kullanılmış ve kullanılmaktadır. Bunlara günümüz teknolojisinde günlük hayatta etkisini arttıran internet de eklenmiştir.

2.2. İnternetin Siyasal İletişim Boyutu

İletişim sitemlerini tüm toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel vs. sistemlerden ayrı düşünmek mümkün değildir. İletişim kurulmlarının araçlarının faliyet biçimleride içinden çıktıkları sosyal yapının, yani toplumun bir yansımasıdır.[64] İletişimsel ya da siyasal olanın odağı güçtür ve gündelik pratikler söz konusu olduğunda her ikiside güç uygulamasıdır.[65] Bundan dolayıdırki Siyasal iletişimin bir disiplin haline gelmesinde politikacıların siyasal iletişime verdikleri önem büyük yer tutmaktadır. Siyasal iletişim "belli ideolojik amaclarını, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere, ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim olarak tanımlanır.[66]

Bir diğer tanımla siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinlerarası bir akademik alan, iletişimin siyasal konular kamusal bilgiyi, inançları ve eylemi etkileyecek şekilde stratejik kullanımları, siyasal iletişim alanının gelişmesindeki temel soruyu oluşturması olarak olarak tanımlanır.[67]

Siyasal İletişim akışı; kamusal politikaları oluşturan aktörlerin, mesajlarını kampanya danışmanları aracılığı ile kitle iletişim araçlarına ulaştırdığı, bu araçların sağladığı politik bilgilerin çeşitli kamuoylarını oluşturan kişiler ve kurumlar aracılığı ile tartışılıp çeşitli kanaatlere varıldığı ve bunların sonuçta "genel kamuoyu" olarak ortaya çıktığı süreçte gerçekleşmektedir.[68]

---

[63] Usluata, **a.g.e.** s. 25
[64] Oktay, **a.g.e.**, s.3
[65] İrfan Erdoğan, **İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş**, Ankara, İmge Kitapevi, 1997, s.120
[66] Aysel Aziz, **Siyasal İletisim**, Ankara, Nobel yay, 2003, s.3
[67] Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark yayınları, 1994, s.199
[68] Oktay, **a.g.e.** s.11

Siyasal partiler ve siyasetçiler; siyasal çözüm önerileri, siyasal hedefler ve siyasalar üreterek bunları bir mesaj haline getirip, topluma iletmek zorundadırlar.[69] Siyasal iletişimi normal iletişim sürecinden ayıran en önemli özellik kaynak ve mesaj farklılığıdır. Siyasal iletişimde iletişim siyasal bir nitelik arzeder. İletişimi başlatan kaynak ister kişi olsun ister herhangi bir kurum, siyasal hedefler doğrultusunda mesajlar verirler hedef kitlelerine, bu mesajlar siyasal ileti içerirken hedef kitlelerdede bu hedefler doğrultusunda eylem ve kabul gerçekleştirmek isterler. İdeolojisi ne olursa olsun, iktidar dolayısıyla hükümet olma amacının diğer kurumlardan ayırdığı siyasal partiler, tüm bu işlevleri gerçekleştirirken iletişim etkinliğinden yararlanırlar. İletişimin siyasal boyutu, seçmenlerin siyasal tercihlerini etkilemek ve yönlendirmek amacını taşır. Seçmenlerin siyasal tercihleri ise dahil oldukları gruplar, ideolojik görüşleri, ekonomik ve toplumsal koşullar, iktidar/ muhalefet partisinin performansı, vaatleri, adayları gibi faktörlerden etkilenmektedir.[70]

Siyasal iletişimin akademik bir kavram olarak doğuşu siyaset biliminin doğuşuyla paralel gelişmiştir. Bu akademik ilgiyi kuşatan ön kabullerin, 1950'lerle birlikte, yönlendirilebilir ve düzenlenebilir politik toplum anlayışının uzmanlarca benimsenmesi ile oluşturulduğu iddia edilmektedir.[71] Bu dönemin ll.Dünya savası sonrasına rastlaması modern, demokratik toplum ve kültür inşasının yapılmasında siyasal iletişimin etkisine dair ipuçları vermektedir.

Bireyin toplumsallaşma sürecinde iletişim önemli bir yer tutar. Birey iletişim yoluyla üzerinde toplumsal kabul bulunan değerleri ve görüşleri alır, bunları geliştirerek, yeniden oluşturur, kendinden sonraki döneme aktarır ve böylece toplumsal aidiyeti başlamış olur. Siyasal iletişim ise özü gereği bireyin siyasal toplumsallaşmasını sağlar. Birey, doğuştan sahip olmadığı siyasal değer yargılarını, inançlarını ve tutumlarını bir öğrenme süreci içinde zamanla geliştirmektedir[72] Böylece siyasal kültür, siyasal toplumsallaşma yoluyla aktarılır ve kendini yeniden üretir bu üretme süreci büyük oranda iletişim yoluyla oluşur. Siyaset ve iletişim bilimlerinin ortak alanı olan siyasal iletişimin başlangıç noktası, Aristoteles'e kadar uzanır. Ancak bugünkü anlamda siyasal iletişim deyiminin ortaya çıkması, 20. yy'da giderek yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının siyasal yaşama etkilerini konu alan araştırmalara denk düşmektedir. Özellikle ll.Dünya Savaşı sırasında kitleleri manipüle etmek amacıyla

[69] Abdullah Özkan, **Siyasal İletişim**, İstanbul, Nesil Yayınları, 2004
[70] Yalın, **a.g.e**.s.109
[71] Eser Köker, **Politikanin İletişimi iletişimin Politikası**, Vadi Yayınları, 1998 s.21
[72] Aysev Bektaş, **Kamuoyu, İletiŞim ve Demokrasi**, Bağlam yayınları, 2000 s.69

gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinin siyasal iletişimle eş tutulması kavrama, günümüze dek süregelen olumsuz bir anlam yüklemesine de neden olmuştur.

Gerek siyasal partilerin gerekse siyasal liderlerin, iktidara gelmek ve iktidarlarının güvenilirliliklerini sergilemek ve korumak için siyasal iletişimin uygulama türü olarak propaganda yöntemlerinden yararlanmaktadırlar.[73] Bu nedenledirki ilk olarak radyo, sonrada televizyon siyasal aktörler tarafında yoğun olarak rağbet görmüştür. Ancak siyasal iletişimi sadece propaganda yöntemi ile açıklamak doğru değildir. Siyasal iletişim tüm siyasal söylemleri ve yöntemleri içeren bir süreçtir.

Siyasal iletişimin kullanıldığı ilk kitle iletişim aracı şüpesiz gazetelerdir. 1950'li yıllara doğru gazetenin yanısa radyo ve televizyonun ortaya çıkması siyasal iletişiminde etkinliğini arttırmıştır. ABD'de 1952'de parti kongrelerinin ilk kez televizyona yansıması ve özellikle de 1960 seçimlerindeki Kennedy-Nixon tartışmaları ile siyasal iletişimin önemli bir aracı haline gelen televizyon, siyasal iletişim pratisyenlerinin şüphesiz en hassasiyetle üzerinde durdukları medya türü olmustur. Bu dönemin temel ideali olan demokrasilerin yeniden inşasını, faşist geçmişin biat eden siyasal topluluğu olan kitleyi amaçları olan ve sorgulayan bir topluluğa dönüştürmekle mümkün olacağı düşünülmüştür. Bu politik topluluğun düşünme ve inanma biçimlerini, etkilenme tarzlarını, karşı koyma tutumlarını ve etkilenme biçimlerini ortaya çıkarabilmek amacıyla kamuoyunun yeniden ve bilimsel olarak tanımlanması süreci, siyasal iletişim olarak adlandırılmıştır. [74]

Siyasal iletişim başlangıçta, hükümetin seçmen kitlesiyle kurduğu iletişim şekli olarak tanımlanmaktaydı. Sonraları ise, özellikle seçim kampanyaları döneminde iktidardaki ve muhalefetteki siyasetçiler arasındaki söylem mübadelesi anlamını kazanmıştır. Zaman içerisinde bu alan genişleyerek kamuoyunun oluşturulmasında kitle iletişim araçlarının rolünü ve kamuoyu araştırmalarının siyasal yaşam üzerindeki etkilerini de inceleme kapsamına almıştır. Günümüzde ise siyasal iletişim, iletişimin siyasal yaşamdaki rolünün kitle iletişim araçlarını, kamuoyu yoklamalarını ve özellikle seçim kampanyaları döneminde siyasal reklamcılığı kapsayacak şekilde incelenmesini ifade etmektedir. Bu geniş tanımdan da anlaşılacağı gibi siyasal iletişim, siyasal alandaki birçok unsurun karşılıklı etkileşim sürecine dikkat çekmektedir. Siyasal iletişim, her toplumda devlet kuruluşlarının, devletin kendisinin

[73] Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları**, (Çev.)Ersin Kuşdil, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004,s.64
[74] Köker**, a.g.e.,** s.22

(siyasal sistemin) ve devlet ile kuruluşlarına yansımış olan siyasal kültürün hem ifadesi hem de dayanağıdır. Her ülkenin siyasal kültürü, siyasal iletişim sürecini şekillendirmektedir. Devletin iletişim alanında egemen olduğu bir süreçten 80'li yılların sonunda özel radyo ve televizyonların kurulmasıyla birlikte iletişim alanındaki yelpazenin genişlediği bir konuma geçen Türkiye, Batı'ya kıyasla siyasal iletişim alanında oldukça az yol almıştır.

Genel olarak siyasal iletişimin üç temel fonksiyonu yerine getirdiği varsayılmaktadır. Birincisi, ortaya çıkan politik problemlerin tanımlanmasına yardımcı olmasıdır. Bu fonksiyon politikacıların ve medyanın en temel rolleri üstlendiği alandır. İkincisi, bu problemlerin politik tartışma ortamına girmesinde bir meşruiyet sağlama fonksiyonudur. Sonuncusu ise artık tartışmalı olmaktan çıkan ve ortak bir görüşbirliğine varlmış olan konuların gündemden düşürülmesidir. Bu sonuncu fonksiyon, ele aldığı ya da kapsama alanı dışına çıkardığı konularla kamusal gündemi belirleyen medya tarafından yerine getirilmektedir.[75]

Her ne kadar ülkemizdeki siyasal iletişim alanındaki ilk araştırmalar 1960'lı yıllara dek uzansa da, bunlar propaganda ağırlıklı çalışmalardan öteye gidememiştir. 1990'lı yıllarla birlikte özel radyo ve televizyonların yaygınlaşması, kamuoyu araştırma şirketlerin artması ve siyasal reklamcılığın giderek bir sektör halini almasıyla birlikte bu alandaki çalışmalar da artmıştır. Tüm bu gelişmelere rağmen, siyasal iletişim sürecini değişik boyutlarıyla, geniş bir perspektiften inceleyen akademik çalışmaların yeterli düzeyde olduğundan bahsetmek mümkün değildir. Türkiye'de halen siyasal iletişim denilince seçim dönemlerinde gerçekleştirilen bir dizi iletişim etkinliği anlaşılmaktadır. Oysaki 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.

2.2.1. İnternet Demokrasisi

İnternet ile demokrasi arasındaki ilişkinin günümüzde birbirini destekleyici olduğu söylenmektedir. Demokratik sistem ve internet sistemi arasında paralellik bulunduğu fikri bunun temel dayanak noktasıdır. Öyleki demokrasi hem yaşamın özgür ve çoğulcu biçimde yasanması için bir araç olurken aynı zamanda temel insani hakları, coğulculuğun korunması,

[75] Oktay, **a.g.e.,** s.25

yurttaşların her anlamda katılımının sağlanması yönünde kendi kendini sürekli iyileştirmek gibi temel ideallere sahip bir rejimdir. Benzer şekilde internet de dünyadaki bütün insanların özgür ve çoğulcu biçimde ifadelerine bir araç olma ve kendi teknolojik ve toplumsal gelişimini sürekli iyileştirme ideallerine sahip bir iletişim sistemi görüntüsü vermektedir. Güvenli kişisel yada kamusal bilgilerin internet üzerinden aktarılması ve toplumdaki ekonomik, politik ve tolumsal faliyetlerin cok kısa sürede küresel biçimde gerçekleşmesi sonucunu doğurmaktadır. [76]

Demokrasi kelimesi Yunanca'da "demos" (halk) ve "kratos" (kudret, iktidar, hakimiyet, idare) kelimelerinden oluşmaktadır. Lincoln'e göre demokrasi, "halkın halk tarafından halk için yönetimi" olarak tanımlanmıştır. Burada demokrasinin iki özelliğinin "halk tarafından" ve "halk için yönetim" olarak belirlendiği görülmektedir. Demokrasi, kamu siyasetine ilişkin önemli sorunlar hakkındaki temel belirleyici kararları bütün halkın pozitif veya negatif olarak aldığı ve almaya yetkili olduğu bir siyasal sistemdir.[77] Genel olarak halkın yönetime katılımını amaç edinen demokrasi, oldukca eski dönemlere dayanan bir yönetim biçimidir.

Çok eski zamanlarda demokrasinin en güzel uygulandığı yöntem, tüm vatandaşların tek tek oy kullanmasıydı. Buna doğrudan veya direk demokrasi denirdi. Gelişen ve büyüyen toplumlar sebebiyle insanlara tek tek ulaşmak imkansızlaştı. Dolayısıyla temsili demokrasiye geçildi. Bu sistemde insanlar kendileri adına karar verecek, oy kullanacak kişileri seçerler ve bu seçilenler de oy kullanıp karar verirler. Doğrudan demokrasinin uygulanamama sebebi herkese tek tek ulaşma zorluğudur. Oysa İnternet, bu sorunu çözebilecek imkanlara sahip durumdadır.[78]

Çoğulcu demokrasi toplumda, devletle vatandaşı bağdaştıracak gönüllü organizasyonlar ağı kurulmasını vurgular. Katılımcı demokrasi ise klasik demokrasinin modern toplumlarda uygulanabilmesini sağlamak amacını güder. Katılımcı demokrasi, ortak karar almada vatandaş katılımının imkanını ve sonuçlarını en çoğa çıkarmak için siyasi aktiviteleri oy vermenin ötesine taşır. Demokrasinin tabandan uygulanması amacını güder. Katılımcı

[76] Mehmet Akbaş, **İnternet İletisimi ve Demokrasi**, İstanbul Üniv. İletişim Fak. Dergisi , 2003, s.190
[77] Ali Şahin, Handan Temizel, Metehan Temizel, "**Türkiye'de Demokrasiden E-demokrasiye Geçiş ve Karşılaşılan Sorunlar"**Ziyaret Tarihi: 19/01/08, http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/06-02.pdf,
[78] İnet-tr.org.tr**, Siyasal Partilerin İnternetleşmesi**, Ziyaret Tarihi 11/12/2007, http://inet-tr.org.tr/inetconf5/bildiri/Burak_Gunal2.html

demokraside karar alma işlemi, kişilerin kendi hayatlarını etkileyen kararlarda kendi önerileri, tartışmaları, karar vermeleri, planlamaları ve uygulamaları yoluyla olur.[79]

İnternet bireylerin fikir ve mesajlarını özgürce söyledikleri, aynı şekilde çeşitli mesajları aynı şekilde alabildikleri bir iletişim kaynağı olma özelliği taşımaktadır. Buda temel değeri fikir ve ifade özgürlüğüne dayanan demokrasi düşüncesini destekleyerek birlikte belirli bir sinerji yaratımını sağlamıştır. İnternetin belki de en önemli etkisi her insana tek tek ulaşma imkanı sağlaması sebebiyle, demokrasiyi yaygın ve doğrudan uygulanabilir hale getirme potansiyeli taşımasıdır. Başka hiçbir teknolojiyle şahıslara bu denli tek tek ulaşıp fikirlerini ve oylarını sormak mümkün değildir. Oysa internet sayesinde gerekirse karar verilmesi gereken her konuda fikirler tek tek sorulup, alınıp ona göre karar verilebilir.

İnternetin sayısal teknolojilere ve altyapısının telekomünikasyona dayalı olmasından ötürü etkileşim özelliğine sahip olması da demokratikleşmenin ve kamusal alanın önkoşulu arasında sayılmaktadır. İnternette, "kullanıcı iletişim ortamında bir teknolojik araç yardımıyla vardır ve yüz yüze iletişimdekine benzer bir biçimde karşılıklı ileti alışverişini gerçekleştirmektedir.[80] İletişim ve enformasyonun demokratikleşmeyi sağlayacağına ilişkin düşünce, genellikle liberal kuramcıların ileri sürdükleri bir savdır. Liberal kuramcılar iletişim ve enformasyon araçlarının kitleselleştirerek toplumu oluşturan bireylerin bilinçlenmesini, kendilerini yöneten temsilcilere ilişkin gerekli enformasyona sahip olmalarını, hükümeti denetlediği demokratikleşmeyi ve özgürleşmeyi sağladığı vb. görüşleri savunmaktadırlar. Liberal düşünce; enformasyon ve iletişim araçlarının demokratik rolünün, devleti gözetleyen bir kamu gözcüsü olarak hareket etmek olduğunu ileri sürer.[81]

Günümüz demokrasisinde bireylerin yönetim ve politikalarına katılım yollarından biride internet olmuştur. Bireyler internet yoluyla görüş ve düiüncelerini siyasal aktörlere ve organizasyonlara iletebilmekteler hatta seçimlerde oy kullanabilmektedirler. Bu yeni durum "internet demokrasisi (e-demokrasi)" kavramı doğmuştur. E-demokrasi terimi daha çok, demokratik siyasal sürecin işleyişi ile ilgili faaliyetleri kapsar. Bir başka deyişle, tanım olarak e-demokrasi; yerel, ulusal ya da uluslar arası düzeyde siyasal sürece katılan demokratik

[79] Şahin, Temizel,M. Temizel**, a.g.e.**
[80] Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Kitabevi, s.132
[81] James Curran, **Medya, Kültür ve Siyaset**, Süleyman İrvan (der. ve çev.) Ankara: Ark, 1997, s. 142

aktörlerce (siyasi partiler, vatandaşlar, seçilmiş makamlar gibi) bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve stratejilerinin kullanılmasıdır.[82]

E-demokrasi uygulaması, günümüzde kitle iletişim ve bilgi teknolojilerinin yaşamın her alanında etkin ve etkili olmasından doğmuştur. Öyleki internetin karakteristlik özellikleri nedeniyle birçok ülkede internet kamu hizmetlerinin verilmesinde kullanılmaya başlanmıştır. Birçok ülkede gelecekteki seçimlerin internet yoluyla yapılabilmesi için çalışmalar devam ediyor. Timisi'ye göre internet-demokrasi ilişkisine vurgu yapan yazarlar beş ana tema etrafında görüşlerini desteklemektedir: Kolay erişim ve enformasyon erişiminde yeterlilik, internetin otoritelerden bağışık örgütlenmesi, internette ifade özgürlüğünün sınırsız ve içerik denetiminin teknik olarak zor olması, siyasal katılımın artması, sivil toplumun genişlemesi ve küreselleşmesi.[83]

İnternetin demokrasiyi ve katılımcılığı arttırarak, "sansürsüz" enformasyon erişimi ile, iletişimi demokratikleştirirken bir yandan da var olan eşitsizlikleri sürdürmektedir. Dijital uçurum (digital divide) diye de adlandırılan internet kullanımındaki ülkelerarası ve ülke içi eşitsizlik, ekonomik eşitsizliklerin bir devamı olarak aynen sürmektedir. Ayrıca internet üzerinde yayınlanan içeriğin büyük bölümü mevcut (egemen) medyada dağıtılan içeriğin aynısıdır ve çoğunlukla İngilizce'dir. Bu durum masaüstü sömürgecilik kavamını gündeme getirmiş ve internetin ve eşitlikçi bir alternatif medya olma potansiyeli tartışılmaya başlanmıştır. Öte yandan bu medyaya ilişkin yasal düzenleme tüm ülkelerde girişimleri denetim-özgürlük ikilemine yeni boyutlar katmıştır. Son olarak internetin bir izleme-denetleme aracı olarak da kullanılabilir olması gözetim toplumu, büyük hapisane ve big brother gibi kavramları yeniden gündeme taşımaktadır[84]

İnternetin kullanımı ve yaygınlığı büyük oranda teknolojik ve ekonomik gelişmişlik düzeyi ile paralellik göstermektedir. Bu yüzden gelişmiş ülkelerde internet, daha yoğun ve etkin kullanılırken doğal olarakta bu ülkeler internetin dilini ve içeriğini de belirlemektedirler. Her nekadar internet iletişim ve haberin özgürce yapılabildiği ortam olarak kabul edilse de günümüzde halen baskın medya grupları internet iletişimine de hakim duruma gelmişlerdir. Aynı şekilde dünyada diğer alanlarda olduğu gibi internette de internetin dili ingilizce'dir. Bu

[82] Şahin, Temizel, M. Temizel **a.g.e.**
[83] Timisi, **a.g.e.,** s.207
[84] Atabek, **a.g.e.**

da haliyle bir kısıtlamaya yol açmaktadır. İnternetin yeni olması kullanımından kaynaklanan birtakım hukuki sorunlarıda beraberinde getirmiştir. Öyleki internetin kullanımı ve denetimi konusunda halen genel bir hukiki düzenleme bulunmamaktadır. Ayrıca bir diğer zorluk ise, teknolojilerinin gelişimi, demokratik süreçleri de doğrudan etkilemekte devlet yönetimi ve organlarını teknolojiyle uyumlulaştıracak siyasalar üretmesini, bu teknolojiyi anlayabilecek uzmanların istihdamını ya da varolanların eğitimini zorunlu kılmaktadır.[85]

İnternetin geleneksel kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırılması ve -bu karşılaştırmayla bağlantılı olarak- demokrasinin gelişim süreci içindeki yerinin incelenmesi çalışmaları, bu alanda yoğunlaşılan bir diğer konudur. Bu bağlamdaki değerlendirmelerde, internetin sunduğu gelişkin iletişimsel olanakların vatandaşların siyasal süreçlerdeki katılımlarını artırarak demokrasinin gelişimi üzerinde olumlu etkide bulunabileceği savunulmuş; ancak iletişimsel olanakların yanında kendi ürettiği katılım engellerine de sahip olan İnternetin zaman içinde geleneksel medyayla benzeşme sürecine girmesi olasılığının fazlaca iyimser olmayı engellediği belirtilmiştir[86]

Araştırmamız dahilindeki ülkelere e-demokrasiye uygulamalarına geçiş çalışmalarındaki örneklere bakacak olursak, ABD'nin New York, South Bristol şehrinde meclis üyeleri yeni bir itfaiye evi yapımını isteyip istemediklerini vatandaşlara sorarak araştırmışlardır. Karşılıklı elektronik müzakere karar sürecinde, kamusal katılımı artırıp sürdürmüş ve cemaatin mesele üzerindeki gözetimini korumuştur. 2000 yılında yapılan ABD Başkanlık seçimlerinde, oylama teknolojilerine yenilikler getirilmiş, elle işaret edilen kağıt oy pusulaları, kollu oy verme makineleri, delikli kartlar, optik okuyucular gibi çeşitli sistemler bir arada kullanılmıştı. İnternet üzerinden seçimlerin ilk denemesi yurt dışındaki yaklaşık 12 bin seçmenin ABD'deki son başkanlık seçimlerinde online olarak oyunu kullanmasıyla gerçekleşmiştir. Uzmanlar dört ile sekiz yıl içinde web tabanlı seçim yöntemine geçilebileceğini öngörmektedirler.[87]

Aralık 1997'de internetle konferans tekniği ve e-posta yolu kullanılarak oluşturulan Görüşünü Bildir (Have Your Say) kampanyası ile katılımcılığın en iyi örneklerinden birisini

[85] Ünsal Oskay, **Kitle İletişimin Kültürel İşlevi**, İstanbul, Der Yayınları, 1993
[86] Veli Denizhan kalkan, Halit Keskin, Ali E. Akgün, "**İnternet ve Siyasal Yaşam: Literatür Değerlendirmesi ve Bir Sentez**", Ziyaret Tarihi: 28/12/2007, inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/115.doc
[87] Akbaş, **a.g.e.** s.194

oluşturmuştur. Şubat 1998'de Özgür Bilgilenme Yasasının (Freedom of Information Act) ön hazırlığı için yapılan beyaz kitap çalışmasında geri bildirim yoluyla bu kanal önemli ölçüde katkıda bulundu. İngiltere'de seçimlerde İBT'den yararlanılmasına karar verilirken, ülke çapında geniş kapsamlı bir uygulama yerine, seçilecek bazı yerel yönetimlerde uygulanacak dar kapsamlı bir pilot çalışma öngörülmektedir.

Türkiye'de 1996 ve 1997 yıllarında bu konuda bir heyecan yaşandı. 1997'de bilişim basını öncülüğünde, yazılım ve donanım üreticileri "elektronik seçim" konusunda bir arayış yaşandı. 30 Kasım 1997'de yapılan nüfus tespit ve seçmen yazılımı tam bu döneme rastladı. Bilişim basını ve bilişim örgütleri 30 Kasım 1997 sayımını "son ev hapsi" olarak nitelendirdi. Bu sayımda toplanılan veriler DIE, YSK ve MERNİS tarafından ortak kullanılması arzusu, hayata geçmeye hazırmış gibi algılandı.[88] Ancak ülkemizde gerek teknolojik ve ekonomik koşullar gerekse hukuksal şartlar sağlanamadığından şimdilik bu uygulamalara oldukça uzak mesafedeyiz. Ancak son zamanlar'da seçimlerin internetten yapılabilmesi için çalışmalar devam ediyor. Son olarak 2008 yılının başında, yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarının internet ve mektup yoluyla oy kullanmalarına imkan veren kanun tasarısı TBMM'ye gönderildi. Teklif kanunlaştığı takdirde yurtdışındaki seçmenler, kimlik numaralarını yazarak internetten de oy kullanabilecekler.

İnternet sayesinde bireyler fikirlerini hiçbir baskı ve engel olmadan söyleyebilmektedirler. Buda fikir özgürlüğüne katkı sağlayan bir gelişmedir. Bu yönüyle demokrasi fikrini geliştiren internet katılım ve oy verme şekillerinin uygun olmadığı gerekçesiyle çokta etkin olamamaktadır. Ancak günümüzde yönetenlerle yönetilenler arasında kısmı bir iletişim sağlandığı söylenebilir. Bugün siyasal organizasyonlar internet yoluyla kitlelerin görüş, öneri, şikayetlerini öğrenebilmekteler bu da hizmet ve politikaların iyileşmesini sağlamaktadırlar.

İnternetin sağladığı olanakları siyasal açıdan değerlendirme çabalarının yalnızca hükümetler, uluslararası organizasyonlar, başlıca siyasal partiler vb görece büyük ve merkeziyetçi yapılanmalarla sınırlı olmadığı açıktır. Çeşitli hükümet dışı organizasyonlar, sivil toplum kuruluşu olarak adlandırılabilecek oluşumlar, siyasi gruplar, hatta çok küçük kitleleri temsil eden ufak ilgi grupları dahi kendilerini internet'te ifade etme yoluna gitmektedirler. Bu bağlamda küresel ekonomi kuruluşlarına karşı tavır geliştiren ve sosyal adalet taleplerini

[88] Şahin,Temizel, M. Temizel **a.g.e.**

yükselten, "kritik hareketler" olarak ifade edilen yeni toplumsal hareketlerin internet kullanımlarının siyasal yaşama etkileri ele alınmıştır. En büyük ifadesini son yıllarda Seattle'da ve Genova'da bulan küreselleşme karşıtı protestolara aktif katılım gösteren çok çeşitli grupların propaganda ve örgütlenmede internet'in sağladığı imkanlardan büyük ölçüde faydalandıkları bilinmektedir. Meksika'da politik mücadelesini bir gerilla hareketi olarak sürdüren, İnternet'i etkin kullanımıyla savaşımını enformasyonel bir mücadeleyle bütünleştiren ve uluslar arası kamuoyundan ciddi bir destek sağlayan Zapatista Ulusal Kurtuluş Ordusu (EZLN) bu hareketlerin İnternet kullanımının siyasal etkinliğine işaret eden önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Yeni toplumsal hareketler ve İnternet ilişkisi bağlamında ortaya çıkan tablo, küreselleşme teorisyenleri tarafından bu sürecin temel sürükleyicisi olduğu ileri sürülen bir enformasyon teknolojisinin paradoksal bir biçimde 'demokratik küreselleşme' söylemiyle kendini tanımlayan ve siyasal olarak küreselleşme savunucularının tam karşısında yer alan uluslar arası bir eğilim tarafından politik olarak etkin bir biçimde kullanıldığı bir tablodur.[89]

Geleneksel kitle iletişim araçlarının tekelleşmesi ve yoğunlaşması, farklı medya sektörlerinde aynı grup veya şirket çıkarlarının birikmesini ifade etmektedir. Buda belirli grup ve sınıfların etkinliğini arttırmıştır. Uluslarası anlamda iletişim teknolojisine hakim ülkelerin haber kaynaklarına olan sahipliği küreselleşmedeki hakim fikrinde bu ülkelerin istedikleri istikamette olmasına yolaçmıştır. İnternet kısmıde olsa bu küresel hakimiyete başkaldırı yöntemlerinin de sözcülüğünü üstlenmiş görünmektedir. Öyleki yasal ve yasadışı örgütlenmelerde internet yoluyla seslerini duyurarak propagandalarını yapabilmektedirler.

2.2.2. Elektronik Devlet ve Yönetişim İlişkisi

İnternet sayesinde artık devlet kurumları kendi sitelerinde yurttaşlarla cok daha geniş ölçekli ve geleneksel medya aracılığı ile kurduğu iletişimden cok daha yuksek etkileşim düzeyinde iletişim kurabilmektedir. İnternet üzerindeki devlet modelinde (E-Devlet), bürokrasinin işleyişindeki yavaşlık ortadan kalkarak daha esnek bir bürokrasi anlayışı yerleştirilmekte, veri tabanları kopyalanmak yerine ortak zeminde kullanılmakta, bilgi daha hızlı hareket etmekte, zahmetli onay mekanizmaları ortadan kalkmakta, temel faaliyetler ise bireylerin,

[89] Kalkan, Keskin, Akgün, **a.g.e.**

vatandaşların, müşterilerin ihtiyaçlarına göre belirlenmektedir. İnsanların kuralları, uygulamakta olduğu sistemden, en iyi sonuç aldığı sisteme doğru geçiş yapılmaktadır.

E- devlet çağdaş toplumlarda devlet ve birey ilişkilerinde, devletin vatandaşa karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile, vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesi demektir.[90] Batı ülkelerinde hükümetlerın, sahip olduğu ulusal veri tabanına, nüfus ve tapu idaresinin bilgilerine, vergi dairesinin bilgilerine erişmek ve işlem yapmak günümüzde internet sayesinde bir çok ülkede vatandaşların kolayca yararlandığı hizmetler içindedir.

Söz konusu enformasyon dünyasına, bireyler ve vatandaşlar evden, ofisten, işyerinden ve internet cafelerden bilgisayar, telefon ve televizyon gibi farklı araçlarla erişebilme imkanına sahip olmaları gerek zamandan, gerekse paradan tasarruf yapmalarını sağlamaktadır. Ayrıca bürokratik işlemlerin kolayca yapılması bireylerin psikolojik olarak sıkıntıdan kurtaracak devleti ise fazla çalışan maliyetinden tasarruf etmesini sağlayacaktır.

İletişim ve teknolojini çıkış noktası olarak kabul edilen ABD ve Avrupa ülkelerindeki bu gelişmeler gerek ülkemize gerekse diğer gelişmekte olan ülkelere örneklik etmektedir. ABD'de e-devlet sitesinde on-line olarak sunulan hizmetleren bazıları şunlardır.[91] Araştırma yardımları için başvurmak, pasport için başvurmak, askerlik hizmeti için başvurmak, sürücü belgesi, trafik sigortası, tarafik cezaları, çeşitli araçlara ilişkin sürücü lisan başvuruları vb. hizmetlere ulaşmak, devlet tahvili ve hazine bonosu satın almak, kamu ihalelerine katılmak, kamu taşınmazları satın almak, devletin ürün satış birimlerinden ürün satın almak, müzelerden hatıra ve koleksiyon ürünleri satın almak, kurumlar vergisi ve bireysel beyannemeleri doldurmak, sosyal güvelik yardımı için başvurmak, öğrenci kredisi için başvurmak, patent ve marka başvurusu yapmak, sağlık sigortası için başvurmak, gazilere verilen hizmetler için başvurmak bunlardan sadece bazılarıdır.

Ülkemiz e-devlet uygulamasına kısa zaman öncesinde başlamasına rağmen bu alanda hızla gelişme göstermektedir. T.C.kimlik numarası, vergi kimlik numarası, telefon rehberi, motorlu taşıtlar vergisi, su fatura ödeme, doğalgaz fatura ödeme, vergi dairesi, haleler, fuarlar,

[90] **E-Devlet (Dijitaldevlet) Nedir**?, Ziyaret Tarihi: 06/12/07 http://www.digitaldevlet.net
[91] Akbaş, **a.g.e.,** s.190-191

bankalar, sigorta şirketleri, bakanlıklar, valilikler, belediyeler, kaymakamlıklar, siyasi partiler, Silahlı Kuvvetler, sivil toplum kuruluşları, haber Kaynakları , hükümet tarafından bireylere internet üzerinden verilen dijital ortamdaki hizmetlerdir.

Bilişim ve iletişim teknolojilerinde son yıllardaki gelişmeler siyasi yaşamda ve demokratik toplumların ve kurumların işleyişinde yeni kapılar açmıştır. İnternet, gerek yurttaşlar arasındaki ve gerekse seçilmiş yönetenler ile seçmenleri arasındaki iletişimi büyük oranda değişime uğratmaktadır. Hükümetin yurttaşlara ve yerel yönetimlerin vatandaşlara erişiminde yeni yöntemler ortaya çıkmıştır. İletişim ve bilgi teknolojileri iki taraflı çalışan bir iletişim kanalı olma özelliğindedir. Bir taraftan seçilmiş görevliler seçmenlerine kendilerini, çalışmalarını, düşüncelerini anlatırken, diğer taraftan da seçmenler temsilcilerine isteklerini, sorunlarını, talep ve şikayetlerini aktarabilmektedirler.

Katılımcı demokrasinin gelişmiş bir aşaması olarak nitelendirilen bu durum "yönetişim" (governance) kavramı ile ifade edilmektedir. Çünkü yönetişim anlamsal olarak, "karşılıklı yönetim" "etkileşim içinde yönetim" tarzında konumlanmakta olup bu açıdan, "sivil toplum" ve "özyönetim" (autonomy / selfmanagement) kavramlarının gelişimiyle yakından ilişkilidir. 1970'lerin siyasi yaşama katkısı olan ve sivil toplumun etkin politik katılımı üzerinde temellenen "özyönetim" yaklaşımından doğrudan beslenen "yönetişim", liberal demokrasinin çoğulculuk anlayışından farklı olarak, çok daha etkileşimli bir yönetim organizasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır.[92] İnternet teknolojisinin ürünü olarak doğan web siteleri etkileşim katılım ve paylaşım ortamı yaratarak "saydam" ve "hesap verilebilir" iyi yönetimlerin yeşermesine ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır.[93] Bu ise "yönetişim" kavramının doğmasına yol açmıştır. Güncel anlamda yönetişim, verimliliği azaltan klasik yönetim yapılarının tek başlarına hareket etmeleri yerine birlikte düzenleme, birlikte yönetim, birlikte üretim ve kamu-özel işbirliğini gündeme getirmektedir. Yönetim, birimler arasında hiyerarşiyi gözetirken, yönetişim sivil toplum örgütlerinin iş dünyasının ile ilgili diğer kurumların etki ve rollerinin biçimsel olarak artması anlamına gelmektedir.[94] Yönetişim kavramının özünde birlikte olmak ve birlikte yapmak sözkonusudur. Buda otoriter karar alış sürecinden demokratik karar alma sürecine geçişin ifadesi olmaktadır.

---

[92] Şahin,Temizel, Temizel **a.g.e.**
[93] Akbaş, **a.g.e**., s.189
[94] Mete Çamdereli, **"**Yönetişim ve Halkla İlişkiler**"**, **Halkla İlişkiler Kitabı**, Ayla Okay, Mete Çamdereli, Ece Karadoğan, , İstanbul, İÜ.İletişim Fakültesi Yayın No:12, 2003 s.64

İnteraktif bir ortam sunan internet aracılığıyla basın bülten ve bildirleri, seminer, panel basın kokteyli davetiyeleri, yeni hizmet ve ürün duyuruları,yıllıklar raporlar, mektuplar ve katologlar gibi tüm yazılı ve baslı araçlar çift yönlü iletişim akımına hizmet etmektedirler.[95] Kurumlar hedef kitleleri ile olan iletişimlerinde daha şeffaf bir yönetim sağlamak amacıyla interneti etkin olarak birinci elden kulanabilirler. Buda hem hedef kitlelerin gözünde kurumun olumlu imajını artırmakta hemde kuruma hedef kitlelerinin düşünce duygu isteklerini öğrenme olanağı sunmaktadır. Kurum-hedef kitle sinerjisi yönetişim anlayışınında ana oluşturucusu konumundadır. İnternetin ses iletimini mümkün kılmasıyla konuşma tele konferans ve seminerlerde aradaki fiziksel uzaklığa rağmen insanları biraraya getirerek karşılıklı etkileşimi sağlamaktadır. Böylece merkezi yönetimin bürokratik uzaklık nedeniyle ulaşamadığı uzak noktalara internet aracılığıyla daha kolay ulaşılabilinmekte hemde bireylerin merkeze olan bağlılığını arttırmaktadır.

Bu bilgilerin ışığında yönetişimden, bir ülkenin yönetiminde tüm düzeylerde siyasal, ekonomik ve yönetsel yetkenin birlikte kullanılması ve paylaşılması; sonra vatandaşların çıkarlarını birleştiren, farklılıkları arasında yol bulan, hak ve sorumluluklarını yaşama geçirebilen, düzenekler, süreç ve kurumlar, yerinden yönetim ve dolaysız katılımı anlaşılmalıdır.[96] Öyleyse, iletişim, demokrasi ve yönetişim arasında işlevsel bir sinerji vardır. Bilgilenme ve bilgilendirme özgürlüğü gerçek anlamda demokrasinin oksijenidir. Bilgilen(dir)me özgürlüğü olmadan demokrasi, demokrasi olmadan da bilgilen(dir)me özgürlüğü olmaz. İletişimsiz bir demokrasi ve yönetişim uygulaması düşünelemez.[97] İnternet ise amaç ve sağladıklarıyla bu bilgilenme ve karşılıklı yönetişim anlayışına uygun bir araç niteliği taşımaktadır.

2.2.3. Siyasal İletişimde Web PR (Halkla İlişkiler) Dönemi

Kurumlarda yönetişim kavramının yerleşmesinde aracılık sağlayan önemli disiplinlerden birisi olan halkla ilişkiler çalışmaları da, günümüzde internet üzerinden uygulama alanı bulmuştur. Halkla ilişkiler kurum ile hedef kitleleri arasındaki iletişim yöntemidir. Halkla ilişkiler sadece bilgi vermek için yürütülen bir çalışma değil aynı zamanda yönetim- halk

[95] Serdar Erciş "Halkla İlişkilerde ve Pazarlamada internet", **Halkla İlişkiler Kitabı**, Ayla Okay, Mete Çamdereli, Ece Karadoğan, İstanbul, İÜ.İletişim Fakültesi Yayın No:12, 2003, s.53
[96] Çamdereli, **a.g.e**., s.65
[97] Çamdereli, **a.g.e**., s.69

ilişkisini iyileştirmeye yönelik, temelinde iletişimin yattığı bir etkileşimdir.[98] Temel amacı çift taraflı olumlu ve iknaya dayanan iletişim kurmak olan halkla ilişkilerde bilgilendirme, ikna etme ve iletişim kaynaklarını etkin kullanma temel amaçlardır.

Sosyolog John Dewey'e göre "kamu" paylaşılan bir problem veya ilgi alanı etrafında oluşan ya da birleşen insan topluluğudur.[99] Siyasa aktörler ve partiter kamuoyunda kendi istedikleri yönde kanaat oluşturmayı amaçlarlar. Özel şirketlerin kullanımlarında ortaya çıkan halkla ilişkiler uygulamaları günümüzde siyasal partiler tarafındanda uygulanmaya başlanmıştır. Modern demokrasilerde, politik halkla ilişkilerin özellikleri, siyasal parti örgütünün iç iletişimi ve koordinasyonunu sağlamak, örgütsel stratejilerin, politikaların ve hedeflerin oluşturulmasına katkıda bulunmak, kampanya planlamasının ve mesajların oluşturulmasını sağlamak, partinin ve adayların medyayla ve ilgili diğer kamuoylarıyla çift yönlü iletişimini temin etmek ve gerekli organizasyonları yapmaktır.[100]

İnternet kitle iletişim araçları ilişkilerin sağlanması, çalışanların hizmet içi ve dışı eğitimlerinin yapılmasında, faliyetlerin kamuya duyurumunda az bütçeyle daha etkin ve hizlı iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Ayrıca günümüzde internet hazırlanan web sayfaları, e-mailler, e-gruplar, bloglar aracılığı ile halkla ilşkilerin olmassa olmazları arasında yerini aldığını ve halkla ilşkilere Web PR denilen yeni bir uzmanlık alanı açtığınıda burda belırtmek gerekir.[101] Günümüzde firmalar hazırladıkları web sayfalarında her türlü duyuruyu, kurumun tanıtım faliyetlerini, çalışanlarıyla ve hedef kitlesiyle etkileşimli iletişimi web üzerinden sağlıyorlar. İnternette yeralan web sayfaları kurum ile hedef kitle arasinda direkt iletişim sağlayan, ilk elden kontrol edilebilen ve iki yönlü iletişimi sağlayan bir halkla ilişkiler aracıdır.[102] Web'ten önce hedef kitleye ulaştırılmak istenen her türlu mesaj, yıllık raporlar, basın bültenlerinin içeriği gazeteciler ya da gazetenin editörleri tarafindan elemeden geçiriliyordu. İnternet sayesinde her türlu bilgi istenilen zamanda, istenilen şekilde hedef kitleye elektronik ortamda aktarılmaktadır. Web, Siyasal parti ya da kurum ile hedef kitle arasinda eşik bekçileri olmadan direk iletişimi sağlamaktadır.

[98] Erciş, **a.g.e**., s.55
[99] Oktay, **a.g.e.** s.32
[100] Oktay, **a.g.e**.s.19
[101] Çamdereli, **a.g.e**., s.68
[102] Aydemir okay, **Public relation on the web**, Selçuk İletişim, Journal cilt ½, 2001

Yeni iletişim teknolojilerinin, kurumların halkla ilişkiler uygulamalarına sağladığı avantajlar:

Birebir iletişimi sağlaması; İnternet sayesinde kurumlar elektronk ortamda hedef kitlelerin kendileri hakkındaki düşünce ve duygularını anında geri bildirm yoluyla öğrenebilirler.

Ölçülebilir olması: Kuruluşlar web siteleri aracılığıyla sitelerini günde kaç kişinin ziyaret ettiğini, hangi sayfaların ziyaret edildiğini öğrenebilmektedirler.

Güncellenebilir olması: İnternet hedef kitleyle etkileşimli iletişimi sağlayan tek kitle iletişim aracıdır.

Ekonomik olması; Teknolojik gelişmeler üretimi hızlı ve seri bir hale getirmistir. Ekonomik ortamda bilgiye kolay ve ucuz erişim sağlanmış zaman ve mekan farkları ortadan kalkmış kontrol ve takip işleri kolaylaşmıştır.

Kurumsal imaj: Halkla ilişkiler biriminin kurum adına üstlendiği yükümlülüklerden biri olan imaj olusturma işlevi internet sayesinde uluslararası boyuta taşınabilir. Birka çdilde hazırlanmış içerik ve fonksiyonel açıdan iyi hazırlanan web siteleri kurum imajina fazla bir maliyet getirmeden katkı sağlayabilir.

İnternetin halkla ilişkiler ve kurumun tanıtımına yönelik araçları ise söyle sıralayabiliriz;

Web siteleri: www (worldwıde web) ya da kısaca web internet üzerinden verilerin kolay ve etkili şekilde değişmesine imkan veren bir sistemdir. Bu sistem sayesinde film, animasyon, grafik, ses dosyalari, ve eletronik katologlar rahatça karşı tarafa iletilebilmektedir. Web siteleri yeni kurulmuş kücük firmalarin ve kurumlarin kendilerini gösterebilecekleri tek mecra olduğu söylenebilir. Web siteleri tanıtım ve pazarlama faliyetlerinde kullanilan diğer kitle iletişim araçlarına karşın web siteleri birebir iletisimin yanında siteyi ziyaret eden kullanıcıların kişisel isteklerini, görüşlerini ve eleştirilerini hazırlanan iletişim formları ve e-mail aracılığıyla öğrenebilirler. Bir kurumun veya kuruluşun internet üzerindeki tanıtım amaçlı giriş sayfası (homepage) üzerinden diğer sayfalara ulaşmak mümkündür. Giriş sayfasını belirli zaman aralıklarıyla güncelleştirmek mümkün olduğundan sürekli taze bilgi ve döküman sunma olanağı vardır.[103]

[103] Salim Kadibesgil, **Halkla iliskilere Nerden Baslamali**?, İstanbul, Mediacat, 2001, s. 23

E posta: Eletronik posta sistemi internet dünyasında en çok bilinen ve en sık kullanılan sistemlerden biridir. Hemen hemen bir çoğunun bedava oldugu mail servisleri ile ses, vidio, resim ve html bilgileri rahatlikla aktarılabilmekte sağlanmakta, sıraya sokulup gerekirse yanıtlanabilinmektedir. E-mail yoluyla kurum ve kuruluş cok ucuz ve hızlı şekilde dünyanın heryeriyle aynı anda yüzlerce kişiyle iletişim sağlanabilmektedir. Web sayfalarında da yer alan elektronik posta adresleri sayfayı ziyaret edenlerin kurum, ürün, ve hizmetler hakındaki düşünnceleriyle saptanmasını sağlamaktadır.

Haber grupları: Haber grupları dünya üzerinden milyonlarca ağ kullanıcısının birbirlerine değişik konularda haberler, yazılar, gönderdiği bir tartişma platformudur.

Dosya transferi: FTP (file Transfer Protocal) ya da dosya taşıma protokolü internet uzerinden bilgisayar sistemleri arasinda dosya alışverişini sağlayan bir servistir. FTP sayesinde hertürlü dosya ve arşive ulaşilabilir yada dünyanın öbür ucundaki bir bilgisayara ve veriye ulasilabilr. Buda halkla ilişkiler açısından hertürlü bilgiye ulaşmak ve iletmek açısından kolaylık sağlanmaktadır.[104]

Birçok kurum gerek basın aracılığı ile gerekse de hedef kitleleriyle iletişimini günümüzde internet yoluyla yapar hale gelmiştir. Bunda internetin etkin hızı ve tek elden yönetebilinir bir süreç özelliği etkin olmaktadır. Bu duruma güzel bir örnek Genel Kurmay Başkanlığının basın duyurularını web sayfası aracılığıyla yapmasıdır. Öyleki, Türk Silahlı Kuvvetleri adına Genelkurmay Başkanlığı'nın, Cumhurbaşkanlığı seçimi dolayısı ile 27 Nisan 2007 tarihinde gece saat 23:10'da resmi internet sitesi üzerinden laiklikle ilgili koyduğu açıklama, bazı siyasetçi ve gazeteciler tarafından "muhtıra" olarak tanımlanmıştır. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere internetin olguları nasıl değiştirdiğini, olguların sunumuna yeni biçimler getirdiği de görülmektedir.

2.3. Siyasal Partiler-İnternet İlişkisi ve ilk Araştırmalar

Siyasal sistemin en önemli aktörlerinden biride siyasal partilerdir. Siyasal parti, bir program etrafında toplanmış, siyasal iktidarı elde etmek ya da paylaşmak amacını güden, sürekli bir örgüte sahip kuruluşlar" olarak tanımlanmaktadır.[105] Modern demokrasilerde bireyler ve

[104] Yeşim Güçdemir, "**Halkla İlişkilerde Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet Kullanımı"**, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi, 2000, s.203
[105] Kapani, **a.g.e,** s.160

gruplar iktidarı ele geçirmek için siyasal partilere üye olurlar yada kurarlar. Çünkü bu demokrasilerin temel kuralıdır. Siyasal parti, programını uygulamak ve üyelerini iktidara getirmek amacıyla hükümetin kontrolünü sağlamaya çalışan organize bir insan topluluğudur.[106] Siyasal partiler iktidara gelme amacını taşırlar ve programlarını yani hedeflerini gerçekleştirmek için hükümetin kontrolünü sağlamak isterler. Bunuda yine demokrasilerde hükümet olmanın temel koşulu seçimlerle yaparlar. Seçim, yönetilenlerin yönetenleri belirlemesiyle sonuçlanan hukuksal yöntemler ve işlemler bütünü olarak tanımlanabilir.[107] Dolayısıyla yönetmeye aday olanlar, kendilerini yöneten konumuna getirecek olan yönetilenlerin oylarına ihtiyaç duyarlar.

Günümüzde açıkça bir iletişim demokrasisinden sözetmek mümkündür. Yönetilenler hemen hergün meşruluğunu kanıtlamak durumunda olan iktidardaki partiden yada partilerden, aynı zamanda hükümeti denetlemekle görevli muhalefettekilerden haber bombardmanına tutulurlar. Bu haberlere geri bildirimi de ancak seçim günü verebilmektedirler.[108] Siyasi partiler bugüne kadar iletişim kanallarının yetersizliği sebebiyle bir takım sabit politikalarla işi götürebiliyordu. Fakat sabit politikalar yerine şartların ve olayın gerekliliğini düşünen partiler için İnternet bulunmaz bir imkandır. Çünkü karşılaşılan her durumda halkın ne istediği sorulup ona göre karar verilip kampanya yürütülebilinecektir. Böylece çoğulcu karar alma mekanizması daha etkili kullanılabilecektir. Çoğulcu ve karşılıklı etkileşime imkan veren internet, demokrasi fikrini ve yönetişim olgusunu geliştirici bir medya olma yolundadır.

İnternet, siyasi parti ve kurumlara yeni tanıtım ve erişim çözümleri sunmaktadır. Siyasi kurum ve örgütler internetle birlikte vatandaşa, topluma ve devlete kendi programını anlatabilme, halkla bütünleşme, kamuoyu oluşturma, karşılıklı etkileşim sağlama, merak edilen sorulara açıklık getirme, il ve ilçe örgütleri ile hızlı iletişim kurma gibi konularda yeni seçenekler yaratmaktadır. Genel olarak siyasal partiler web sayfalarında partinin tarihçesi, genel başkanın mesajı veya konuşması, partinin kurucuları, parti programı ve tüzüğü, organizasyon şeması ve yetkililer, milletvekilleri, toplantı, konuşma, görüşme notları, fotoğraflar ve vidiolar, basında çıkan günlük ve parti haberleri, parti ile ilgili basında yer alan

[106] Bülent Daver, **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara, 1969, s.223
[107] Emine Yavaşgel, **Temsilde Adalet ve Siyasal istikrar açısından Seçim Sistemleri ve Türkiyedeki Durum**, Ankara, Nobel yayınları, 2004,s53
[108] Yavaşgel, **a.g.e.,** s.62

görüşler, geçmiş dönemlerde yapılanlar icraatlar, parti ile ilgili bir takım dökümanlar, ziyaretçi defteri yer almaktadır. Siyasi partilerin ana hedefi; kendini, programını ve politikasını çok sayıda kişiye anlatmak suretiyle ikna etmek ve kendileri lehine oy verme davranışına dönüştürmektir. Televizyonda, radyoda veya yazılı basında reklam vermek ve çalışmalarını anlatmak hedef kitleye ulaşıp ulaşmamak aşısından zaman zaman tartışılmaktadır, ayrıca maliyeti de küçümsenemeyecek kadar çok olacaktır. Fakat aynı uygulama çok daha ucuza ve kişiye direk ulaşması açısından çok da verimli olacak şekilde internet kullanılarak yapılabilmektedir. Yurt içinde bilinen tüm e-posta adreslerine siyasi partinin tanıtıcı kısa reklam içerikli mesajları gönderilebilir. Bu her gün e-posta kutumuza gelen bir çok reklam mesajından farksızdır. Okuyup, okumamak; ilgilenip, ilgilenmemek; saklamak veya hemen silmek tamamen elimizde olacaktır. Ama bu sistem sayesinde bir siyasi parti çok verimli bir şekilde kendini topluma anlatma şansı bulabilmektedir.

Siyasal partilerin aracı olmadan haber gündemini kontrol edebildikleri ve kendilerini daha iyi sunabildikleri bu yeni sofistike medya ortamı, siyasal partiler ve seçmenleri arasındaki iletişim eksikliğini büyük ölçüde gidermekte ve siyasal parti üyeliklerinde gözle görülür bir artış sağlamaktadır. Ayrıca mesajların daha büyük hedef kitlelere ulaştırılması, yaygın ve hızlı bir finanssal destek sağlanması açısından da yeni imkanlar sunmaktadır. Bu nedenle özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarının desteğinden yoksun çok sayıda aşırı uçtaki siyasal parti, geniş kitlelere ulaşma konusunda düşük maliyetli bir araç olan ve dış baskı unsuru içermeyen internete yönelmektedir. Tüm bu unsurların yanı sıra siyasal partilerin web tabanlı iletişime yönelmelerinde, profesyonel bir izlenim bırakmak ve modern görünmek istekleri de önemli rol oynamaktadır.

Siyasal yaşam içinde yeralan başlıca siyasal güçler olan siyasal partilerin internetle ilişki düzeyleri ve bu ilişkilerinin genel siyasi yaşamla etkileşiminin boyutları ve doğurduğu sonuçlar üzerine yapılan ilk çalışmalar, Birleşik Krallık (İngiltere) ve Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet gösteren siyasal partiler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Margolis, Resnick ve Tu'nun (1997) erken çalışması 1996'daki Başkanlık Seçimleri sürecinde A.B.D.' deki politik partileri ele almış ve yeni bir siyasal iletişim ortamı olan İnternetin politikanın işleyişinde belirgin değişikliklere neden olup olmayacağını sorgulamıştır. Yazarlar, partilerin İnternet kullanımının politikada devrim niteliğinde değişimlere yol açmadığını, Cumhuriyetçi ve Demokrat Partilerin geleneksel medyada sahip oldukları egemen konumu "pekiştirdiğini" öne sürdüler. Siberuzay ne eşitlikçi bir yeni dünya ve katılımcı bir demokrasiyi; ne de

totaliter yönetimler tarafından yönlendirilen sanal bir gerçeklik içinde yaşayan, birbirinden soyutlanmış, bilgisayar bağımlısı insanlar topluluğunu ifade ediyordu. Her şey söylendiğinde ve yapıldığında, ticari ilgilerin ve ana politik eğilimlerin web'e egemen olacağı, insanların çoğunun politik aktivistlerden ziyade ileri teknoloji tüketicileri olarak hareket edecekleri öne sürüldü.

Gibson ve Ward Margolis'in "pekiştirme" tezini Britanya parti sistemi içinde test ettiler. Muhafazakar Parti ve İşçi Partisi'nin geleneksel elektronik ve yazılı iletişim araçlarındaki egemenliklerinin Web'de geçerli olup olmadığını, yeni iletişim ortamının küçük partilere düşüncelerinin yayılabilmesi açısından diğerleriyle eşit bir ortam sunup sunmadığını araştırdılar. İkinci olarak, partiler arası rekabetin ne ölçüde bu yeni iletişim ortamına yansıdığını sorguladılar. Üçüncü -ve Margolis çalışmasından farklı- olarak, parti içi dinamikler üzerinde yoğunlaştılar ve İnternetin parti içi demokrasi üzerindeki etkisini araştırdılar. Margolis'ten farklı olarak; Birleşik Krallıkta İnternetin küçük partilere Web'de -geleneksel medyaya kıyasla- büyük partilere karşı daha az eşitsiz bir ortam sunduğunu ile sürdüler. Margolis ve Resnick'in A.B.D. ve Birleşik Krallıkta İnternetteki parti rekabeti üzerinde yoğunlaşan daha sonraki bir çalışmaları bu farklılığı teyit etmekle birlikte bunun fırsat eşitliği ortamının varlığını yansıttığına dair bir önermede bulunmadı; bilakis yerel şartların özgünlüğü, politik rekabetin internete tam anlamıyla yansımaması ve genel olarak "politik ilgisizlik" sorununa vurgu yaparak görece eşitlik ortamı olarak adlandırılabilecek durumun siyasal partilerin eşit fırsatlara sahip olmaları açısından büyük anlamlar içermediğine dikkat çekti.[109]

Ampirik verilerle desteklenen bu tartışmada genel olarak İnternetin -eğer demokrasinin kalitesi politik karar vermede partiler ve bireyler arasında etki eşitliğinin derecesi ile ölçülüyorsa- siyasal partilerin kullanımı dolayısıyla demokrasinin kalitesinin geliştirilmesi üzerindeki etkisinin oldukça kısıtlı olduğu ifade edilmektedir. Bunun nedeni olarak ise; partilerde İnterneti yenilikçi tarzların yaratılabileceği bir ortam olarak değil, var olan çalışmaların daha etkin bir şekilde yürütülmesini sağlayacak bir araç olarak görme eğiliminin baskın olması gösterilmektedir.[110] Özetle İnternetin siyasal yaşama etkileri konusunda iki yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki olan mobilizasyon teorilerine göre internet,

[109] V. Denizhan Kalkan, Halit Keskin, Al.Ekber Akgün, "**Siyasal iletişim ve İnternet; ilk Tartışmalar"**, Ziyaret Tarihi, 26.11.2007, www.inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/62.doc,
[110] Kalkan, Keskin, Akgün, **a.g.e.**

virtüel demokrasinin sağlayıcısıdır. 1990'ların başında ortaya çıkan bu görüşe internet sosyal sermayeyi güçlendirmekte, kamuyu mobilize etmekte, devlet birimlerinin şeffaflaşmasını sağlamakta, yönetenlerle yönetilenler arasındaki mesafeyi azaltmakta dolayısıyla doğrudan demokrasiyi kolaylaştırmaktadır. Ayrıca internet sayesinde, gençler gibi siyasal yaşamdan ilgisini çekmiş gruplar kazanılarak siyasal katılımcılık artacaktır.

1990'ların sonlarına doğru, özellikle internetin seçim dönemlerinde beklenilen etkiyi sağlayamadığı dayanağıyla ortaya çıkan pekiştirme teorilerine göre ise, internetin etkilerine kuşkuyla yaklaşmaktadır. Bu görüşün savunucularına göre fonksiyonel olarak internetin siyasal yaşama katkıları geleneksel kitle iletişim araçlarından pek de fazla değildir. Siyasal parti web siteleri, kendisinden beklenen destekleyenleri harekete geçirme, güveni sağlama, dalgalı oyları billurlaştırma gibi fonksiyonları yerine getirememektedir. İnternet ancak siyasete angaje olmuş kişiler üzerinde etkili olmaktadır, Ayrıca ülkelerin gelişmişlik düzeylerine paralel olarak bu aracı yaygın bir şekilde kullanma olanağına sahip olanlarla olmayanlar arasında internet kullanımından elde edilen rasyonel fayda farklılaşmakta ve sosyal eşitsizlikler artmaktadır.

Seçmenlerin desteğini almak isteyen siyasiler bunu çoğu zaman kitle iletişim araçları yoluyla yaparlar. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi siyasilerin gözünü bu araçların seçmen tercihleri uzerinde kullanımına dikmiştir. ABD'de 1952'de parti kongrelerinin ilk kez televizyona yansıması ve özellikle de 1960 seçimlerindeki Kennedy-Nixon tartışmaları ile siyasal iletişimin önemli bir aracı haline gelen televizyon siyasal iletişim pratisyenlerinin şüphesiz en hassasiyetle üzerinde durdukları medya türü haline getirmiştir. Günümüzde internet teknolojisinin gelişmesiyle de siyasal partiler tarafından internet etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır. Siyasal alandaki kullanımına dair ilk deneyimlerin Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşandığı belirtilen internetin bu ülkedeki kullanımının incelenmesiyle ilgili literatür genellikle internetin siyasal yaşamı etkileme yolları, seçim kampanyalarında internetin rolü, ve geleneksel medya ile internetin karşılaştırmalı analizi üzerinde yoğunlaşmıştır. İnternetin siyasal temsilciler ve yurttaşlar arasındaki etkileşimi güçlendirme potansiyeline sahip olduğu, bu etkili aracın 1990'lı yıllarla birlikte giderek belirginleşen bir şekilde demokratik sürecin parçası haline geldiği ifade edilmektedir.

1996'da seçim kampanyaları içinde yeni ve sınırlı etkiye sahip bir araç olarak rol oynayan İnternet 2000 yılı Başkanlık Seçimleri sürecinde temel siyasal iletişim araçlarından biri

olarak işlev gördü. Buna rağmen aday eksenli olduğu ifade edilen Amerikan seçim kampanyalarında halen pek çok adayın kampanya üzerindeki kontrolü yitirme endişesinden dolayı çevrim içi etkileşimden kaçındığı belirtilmektedir. Çalışmalar genel olarak; İnternetin bütün olumlu özelliklerine karşın kendi başına demokratik gelişimi sağlayamayacağı, Amerikan siyasal yaşamındaki gelişimin teknik araçlardan ziyade siyasetin kendi gelişimine bağlı olduğu, katılımın artışının aracın gelişkinliğinin dışında insanların araçtan yararlanma şekillerine de bağlı olduğu düşünceleri çerçevesinde kümelenmektedir[111]

2.4. Siyasal İletişim Kampanyaları

İnsan ve insan yönetimini içine alan siyaset, topluluk halinde yaşamanın bir sonucudur. Siyaset olgusu bireye indirgendiğinde ise siyasal katılma olgusu ortaya çıkmaktadır. Özbudun, Siyasal katılımın tanımını vatandaşların merkezi veya yöresel devlet organlarını, personelini yahut kararlarını etkilemek üzere kendilerince ya da başkalarınıca tasarlanmış hukuksal veya hukuk dışı eylemlere girişmeleri olarak yapmaktadır. Nie, Verba ve Converse göre siyasal katılımın dört yolu vardır. Bunlar oy verme, siyasal kampanyalar, vatandaşların başlattığı etkinlikler ve işbirliğini içeren etkinliklerdir.[112]

Siyasal seçim kampanyaları herhangi bir aday, parti ya da gündem konusuyla ilgili değişik enformasyonu seçmenlere ileterek onların karar verme süreçlerini etkilemekte, parti veya adaylara oy verme yönündeki motivasyonu güçlendirmektedir. Özellikle günümüzde kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımıyla kampanyalara seçmenler üzerinde etkili konuma gelmişlerdir.[113] Partiler ve adaylar milyonlarca seçmenle, basın ve yayın ağlarıyla iletişim kurmakta ve ulusal kampanya faliyetleri genellikle televizyonda yapılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının önem kazanmasıyla reklam, halkla ilişkiler, siyasal pazarlama, siyasal iletişim ve kamuoyu araştırmaları uzmanlarına olan ihtiyacıda arttırmıştır.[114] Kampanyayı özel bir zaman süresince, alıcı davranışlarında belli bir değişikliğe ulaşmak için düzenlenmiş bir dizi iletişim eylemi olarak tanımlanabilir. Kampanyaların belli başlı özelliklerini şu şekilde sıralanabilir:[115] kampanyaların bir amacı vardır, geniş bir kitleye ulaşır, süresi bellidir ve düzenli iletişim eylemleri içerir. Özgürlükçü demokratik sistemin temel varsayımlarından bir

[111] Gibson ve diğerleri, **a.g.e.**
[112] R. Ayhan Yılmaz, **Seçim Dönemlerinde oy verme Davranışını Arttırıcı iletişim Davranışları**, İ.Ü.İletişim Fakültesi Yayınları, s.395
[113] Ahmet Kalender, **Siyasal İletişim/Seçmenler ve İkna Süreçleri**, Konya, Çizgi Yayınevi, 2000,s.94
[114] Kalender, **a.g.e.,** s.91
[115] Mehmet Fidan, **Siyasette Güvenilirlik imajı**, Konya, Selçuk Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları, 2000, s.52

tanesi temsilcilerin seçimle işbaşına gelmeleri ve bunların seçilebilmek için temsil ettikleri vatandaşların oylarına ihtiyaç duymalarıdır. Bu ise tanıtım ve ikna faliyetleri gerektirmektedir.[116] Parti ve adayların kampanya amaçları öncelikli olarak, amaçları doğrultusunda siyasal katılımcıları ve seçmenleri ikna etmektir. İkna; davranışların, niyetlerin, duyguların, kanaatlerin değiştirilmesi ya da değiştirilmesine yönelik olarak ileti enformasyonundan yararlanılan psikolojik süreçtir.[117]

Siyasal Partiler temel amaçları olan siyasal erk'i ele geçirmek için demokrasinin ana etkeni olan seçimleri kazanmaları gerekmektedir. Bunun içinde seçmenler üstünde güçlü etki bırakmak ve onları ikna etmek için daha profesyonel bir yol olan seçim kampanyalarını kullanırlar. Böylece seçimlere hazırlık sürecinde tüm iletişim araçlarını stretejik olarak koordineli bir şekilde kullanabilmektedirler. Siyasal kampanya stratejisi, adayın ya da partinin tüm kampanya faliyetlerini bütünleştirme ve yürütmede bir ana plan işlevi görmektedir. Strateji belirlemede ilk basamak siyasi konunun saptanmasıdır. Bu aşamada içsel ve dışsal faktörler hesaba katılır.[118] İçsel faktörler parti ve adaylarla ilgilidir. Dışsal faktörler ise; rakip partiler ya da partililer, seçmenler, ulusal ve uluslarası siyasal koşullar ile ilgili tüm ögelerdir.

Kampanyalarda önemli bir ögede, seçmenlerin iyi bir şekilde analiz edilmesidir. Seçimleri belirleyen unsurların neler olduğu gerek siyasal partiler gerekse de iletişim uzmanlarının üzerinde durduğu önemli bir konu olmuştur. 1940'larda Columbia Üniversitesi'nde gerçekleştirilen ilk çalışmalardan günümüze kadar, seçmen tercihinde rol oynayan modellerle açıklanmaya çalışılmıştır.[119]

- Aday Kimliği: Partilerden birine yinelik oluşturulan pisikolojik bağlılık.
- Adayların konular karşısında takındığı tavır: Adayın yada partinin siyasi konular karşısında takındığı tavır.
- Aday İmajı: Seçmenin adaylara ilişkin geliştirdiği tutumlar ve duygular.
- Seçmen grup üyeliği: Irksal, dinsel ya da ekonomik özellikler açısından oluşan grup üyelerinin aidiyet duygularının düzeyi yada niteliği.

[116] Oktay, **a.g.e.**s.8
[117] Cengiz Arık, **Siyasal İkna**, Ankara, Vadi Yayınları, 2000, s.35
[118] Ferruh Uztuğ, **Siyasal Marka**, Ankara, MediaCat Yayınları,1999, s.49
[119] Uztuğ, **a.g.e.,** s.67-68

- Geçmişte kullanılan oy: Seçmenin daha once hangi parti için oy kullandığı etkili olmaktadır.

Lazarfeld ve arkadaşları siyasal iletişim kampanyasının etkileri üzerinde bazı bulgulara ulaşmışlardır. Buna göre kampanyaların seçmen davranışı üzerinde aktifleştirme, mevcut görüşü güçlendirme ve değiştirme üzerine üç çeşit etkisi bulunmaktadır.[120]

Siyasal kampanyalarda kitle iletişim araçlarıyla iletişim en etkili iletişim yöntemidir. Seçmenlerin görüş ve düşünceleri, adaylar ve kampanyalar hakkında medyanın çizdiği çerçeveden etkilenmektedir. Bilgi alınacak kaynak tek değilse bile büyük ölçüde medyadır.[121] Medya olarak oldukça yeni olan internet, siyasi partiler ve adaylar için; çift yönlü iletişim, sınır tanımazlık ve anında enformasyon erişimi boyutlarıyla fırsatlarla dolu bir mecra haline gelmiştir. Bazı gözlemcilere göre, seçim kampanyaları artık katıksız bir pazarlama yaklaşımıyla ele alınıp yürütülmektedir. "Yeni Politika Tarzı" olarak adlandırılan bu süreç, modern politik iletişimin, yeni dizayn, rasyonalizasyon ve ifade stratejisini yansıtmaktadır. İletişim, reklam ve halkla ilişkiler danışmanlarının 1960'lı yıllarda medyanın politik amaçlı kullanımı üzerine uzmanşlaşması ile birlikte politik danışmanlık bir tür meslek haline geldi.[122]

"Pazarlama" sözcüğü yalnız başına kullanıldığında genellikle ilk kullanım yerlerinden biri olarak ekonomik alandaki anlamı; bir ürünü pazarına uygun hale getirme, tüketiciye tanıtma, rakipleriyle arasında farklılığı yaratma ve minumum araçla satıştan elde edilecek karı en yüksek düzeye ulaştırmak için kullanılan tekniklerin bütünüdür. Siyesette pazarlama ise bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu olanaklı kılmak,adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanımasını sağlamak, rakiplerle-muhalefetle- farkını yaratmak ve minumum araçla, bir kampanyayı kazanmak için gerekli olan oy sayısını elde etmek için kullanılan tekniklerin tümüdür.[123]

Politik iletişimde kamuoyuna arz edilen düşünce ve tavırlar pazarlama teknolojisi açısından değerlendirildiğinde "ürün" olarak adlandırlabilir. Kotler/Bliemel'e göre ürün bir isteği yada

[120] Kalender**, a.g.e**.s.95
[121] Mehmet Sağnak, **Medya –Politik**, İstanbul, Eti Kitapları, 1996, s.290
[122] Oktay**, a.g.e.,**s.25
[123] Yavaşgel, **a.g.e.,** Siyasal İletişim Kuramı, s.222

bir ihtiyacı karşılamak üzere sunulan mal ya da hizmettir.[124] Siyasal iletişimdeki ürün ise farklıdır. Kalitesi kullanılmadan anlaşılamaz bu yüzden açıklanmaya muhtaçtır. Ürünün alınması için satıcının imajı etkilidir. İmaj,bir ürünün, markanın, politik kişiliğin ya da ülkenin kamudaki algılanması görünümü olarak nitelendirilir.[125]İmajlar günümüzde algıları yöneten temel kavramlardır. Öyleki gerçekliğin çok ötesinde konumlandırlmaktadır. İletişim araçları ve medya bu konumlandırmanın sağlandığı ana pazarlama arcıdır. Aynı şekilde seçim kampanyaları imajların yarıştığı bir süreç haline gelmiştir.

Kitle iletişim araçları yoluyla düzenlecek oy verme davranışını arttırıcı iletişim kampanyaları ile seçmende oy vermenin gerekliliğine ilişkin bir tutum oluşturarak, bu tutumu doğrultusunda oy verme davranışında bulunmasını sağlamak amaşlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının kampanyaya katkısı izleyicinin varolan tutum ve yazşam biçimini güçlendirme yönünde gerçekleşecektir. Kitle iletişim araçlarında varolan siyasal tartışma, siyasal reklamlar gibi yayınlarda kişinin oy verme ve siyasal bilgi elde etmesine katkı sağlar. [126]

Siyasal seçim kampanyaları, özellikle 1930`lu yıllarda başlamış ve gelişen teknolojiyle birlikte günümüzde siyasal partiler için vazgeçilmez olmuştur. ABD'de 1952'de parti kongrelerinin ilk kez televizyona yansıması ve özellikle de 1960 seçimlerindeki Kennedy-Nixon tartışmaları ile siyasal iletişimin önemli bir aracı haline gelen televizyon siyasal iletişim pratisyenlerinin şüphesiz en hassasiyetle üzerinde durdukları medya türü olmuştur.

Ülkemizde ise seçim kampanyalarının başlangıc noktası 1945 yılında çok partili siyasi hayata geçiştir. Çok partili döneme geçildikten sonra siyasal kamapanyalar üzerinde durulmaya başlanmıştır.[127] Seçim kampanyalarına sebep olan olay ise 1950 seçimlerinde devlet radyosunda siyasal partilerin ilk kez propaganda yapma hakkını almasıdır. Radyonun kullanılmasını önce devlet televizyonu sonrada özel televizyonların kurulmasıyla, televizyonun siyasal kampanyalarda kullanımı izlemiştir.

[124] Philip Kotler, Friedrick Bliemel, **Maketing Management: Analyse,Planung**,Umzetzung und Steuerung, Stutgard, 1985, s.87
[125] Uztuğ, **a.g.e**.s.138
[126] Yılmaz, **a.g.e**. s.409
[127] Metin Toker ,**Tek Partiden Çok Partiye**, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990, s.5

2.4.1. Siyasal İletişim Kampanyalarında İnternet Kullanımı

Siyasal iletişimin dünya üzerindeki çeşitli ülkelerde aldığı şekil politik, kültürel, tarihsel ve kurumsal yapılardaki farklılıklara rağmen birbirine bir hayli benzer görünümdedir. Siyasal reklamlar, adayın öne çıkmasında yansıtılan imajların önemi, medyanın seçim kampanyalarında birinci derecede önem kazanması, artan kampanya masrafları ve politik iletişim danışmanlarının profesyonelleşerek seçim ve aday stratejisinin saptanmasında vazgeçilmez hale gelmeleri bu benzerliklere örnek gösterilebilir.[128]

Diğer taraftan iletişim teknolojileri de, politik aktörlerin hedef kitleleriyle iletişim kurma biçimlerini etkilemiş, her bir medya teknolojisi bir önceki iletişim formlarını yıkarak, yeni iletişim biçimleri yaratmak suretiyle mevcut sosyal ilişkilerin ve kurumların yeniden biçimlendirilmesine katkıda bulunmuştur. Bu saptama, yazılı kaynaklar olan kitap, afiş, gazete, dergi, işitsel bir araç olan radyo; görsel ve işitsel kaynaklar olan sinema, televizyon ve nihayet internet iletişimi için geçerlidir. İletişim araçları, sadece mesajların iletilme biçimini değil, mesajın içerik özelliklerini, şeklini ve etkinlik derecesini de etkilemektedir.[129]

İnternet hem siyasal partiler için bir pazalama aracı hemde pazarlama faliyetlerinin yapıldığı bir medya işlevi görebilmektedir. Özellikle parti web sayfaları siyasal partilere birçok fırsatlar sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarından en yenisi internet üzerinde yapılan parti ve kampanya çalışmaları iki temel aktivite üzerine yoğunlaşmıştır. İlki partilerin kampanyalarını internetin nasıl etkileyeceği ve profesyonel bir tekniğe nasıl çevireceği üzerine diğeri ise partilerarası seçim yarışı ve özellikle internetin daha küçük partiler için halk desteğini arttırma ve eşitlikçi bir medya fırsatı sağlaması üzerinedir.[130]

1950'li yıllarla başlayan seçim kampanyaları, günümüz teknolojininde gelişmesiyle siyasal iletişim çalışmalarının etkin olarak yapıldığı aktiviteler haline gelmiştir. İnternette bu etkinliklere yeni bir boyut ve soluk getirmiştir. Partiler internet vasıtsıyla mevcut kampanlarını desteklemek ve internetinde avantajlarıyla seçmenleriyle hızlı interaktif bir kampanya oluşturmanın yollarını aramaktadırlar. Aynı zamanda internet kullanım kolaylığı,

---

[128] Oktay, **a.g.e.,** s.25
[129] Oktay, **a.g.e.,** s.26
[130] Rachel K. Gibson ve diğerleri, "**Election Campaigning On The WWW In The US And UK: A Comparative Analysis(Türkçe: İnternet Üstünde Seçim Kampanyaları, US ve UK Karşılaştırmalı Analizi)"**, Ziyaret Tarihi: 03/01/2008, http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/apsapaper.php#fn1

ucuzluğu ve geniş kitlelere ulaşabilme özelliği sayesinde küçük partilere de diğer büyük partilerle aynı ortamda mücadele imkanı da tanımaktadır.

İnternet ortamını siyasal kampanyalar için ilginç kılan faktörlerin ilki diger medya araçlarına oranla daha çok ve hızlı bir şekilde kampanyaların temel bilgilerinin sunulmasıdır. Ikinci olarak, internet kullanıcılarının kimliklerinin tespit edilmesi ve bu gruplara kişisel mesajların gönderilebilinmesidir. Bazı kampanya bilgileri direkt olarak herdef kitlenin özelliklerine göre, bu mailler aracılığıyla doğru adreslere gönderilebilinmektedir. Üçüncü olarak internet, siyasal partilere kısa dönemli geribildirim alma fırsatı da sunmaktadır. Benzer şekilde e-mailler, forumlar ve sohbet odaları ile seçmenlerin düşünceleri ve önerileri alınarak partilere ve adaylara yapılan kampanyayı bu geri bildirimlerle yeniden biçinlendirme fırsatı sunulmaktadır.[131]

Siyasal iletişimin kuşkusuz en etkin olduğu dönemler siyasal iletişim kampanyaları dönemidir. İletişimin kültürel bir süreç olması, siyasal iletişim uygulamaları için geçerli olan ölçütlerin her toplumda ve her seçim döneminde aynı olmayacağını gösterse de, etkinlik ve araçlartüm dünyada benzerlikler göstermektedir. Medya mesajları, lobicilik, konferans, kongreler, seminerler, sempozyumlar, siyasi partilerin düzenlediği toplantılar, miting, sergi, konser, açılış, anma, kutlama, ziyaretler, düğün, nişan, yıldönümü, gezi, elektronik posta, telefon, faks, rapor, broşür, afiş, pano, pankart, bayrak, flama, rozet, ya da promosyon ürünleri, kitap, dergi, kurumsal gazete, broşür, fotoğraf, ses CD, görüntü bantları (vidio), DVD (Digital vidio disc), VCD (vidio compact disc) gibi araçlarla gerçekleştirilen siyasal iletişim sadece seçim dönemlerinde değil toplumsal yaşamın her alanını kapsamaktadır.[132]

Sağlam kanıtlarla söylenebilirki internet, siyasal partiler tarafından liberal demokrasinin yükselmeye başladığı 1995 yılından bu yana kullanılmaktadır. Fakat o dönemlerde partilerin bu yeni medyaya bakışları diğer medya araçlarına oranla çok standart ve amotörceydi. Bu yakın geçmişte iyi yönde değişmeye başladı ve bunu yapanlarda Amerikalılardır. Yine de Web siteler hala gazeteciler ve kanaat önderleri için seçmenlerle ineteraktif iletişim kurma fikrinden çok, üst düzey bilgi sağlama mekanizması olarak kaldı. Genel örneklerin aksine araştımalar ülkeler arasında web site kullanımında bazı farklılıkları ortaya çıkarmışlardır. Örneğin, Bağışçılık ABD'de ve İngiltere'de temel amaç haline gelirken çoğu Avrupa

[131] Gibson ve diğerleri, **a.g.e**.
[132] Aziz**, a.g.e.** s.10

ülkesinde böyle bir uygulama yoktur. Bu ulusal seçım kanunlarının sonucudur. Çünkü devlet zaten partileri ekonomik olarak desteklemektedir.[133]

ABD'de 1996 yılında internet anahtar bir öneme sahip oldu. Siyasal enformasyon ve haberlerin ilk defa herhangi bir kısıtlamaya uğramadan alınması, seçmenler için oldukça ilgi çekici oldu. Zamanla siyasal iletişim internette web siteleri, net grupları, siyasal organizasyonlar, medya çıktıları, siyasal danışmanlık ajanslarının elektronik e-mail grişimleriyle yapılmaya başladı. 2000'de ise seçmenler adaylara ve partilere internet yoluyla katkıda bulunabiliyorlardı. Hatta Alaska ve Arizona eyaletlerinde yapılan eyalet seçimlerinde ilk defa seçmenlere internet üzerinden oy kullanma hakkı verildi.[134] İnternetin siyasal iletişim aracı olarak kullanılabileceğinin keşfi kısa bir sürede interneti de kitle medyalarından biri haline getirmektedir. Öyleki internet özünde bulunan kısıtlama ve kontrol edilme zorluğu nedeniyle diğer iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Siyasal aktörlerin fikir ve seçim mesajlarını özgürce yayabilmeleri, güçlü ile zayıf siyasal kurumlar ve adaylara kısmı bir eşitlik sağlamıştır. İlk defa ABD'de uygulanan seçimlerde, internet yoluyla oy kullanma deneyimi seçim olgusunda da yenilikler getireceği fikrinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu şüphesiz oranları gittikçe azalan seçimlere katılım oranınıda arttırabilecek nitelikte bir gelişmedir.

İngiltere'de 1997 seçimlerinde internet kullanımı sembolik olsa da 2001 seçimlerinden başlayarak 2005 seçimlerinde kayda değer bir yer edinmiştir. 2005 seçim kampanyası boyunca internet kullanıcılarının % 28'i seçim bilgileri için interneti kullanmışlardır, bu nufusun %15'ine eşittir. Anketlere baktığımızda internet'ten seçimler hakkında bilgi alan grupların geçler, erkekler, eğitimliler ve internet bilgisi olana vatandaşların olduğu belirtilmiştir. 25-34 yaş grubu seçmenlerin internet kullanma olasılı daha fazla iken 18-24 yaş grubunun seçimler için internet'e girme olasılığının iki kat fazla olduğu görülmüştür. Genç nufusun içinde çoğunluğun öğrenciler olduğu görülmüştür. Aynı şekilde erkeklerin %22'si eğitimli insanlarında %23'ü seçim bilgileri için interneti kullanmaktadır. Aşağıda 2005 seçim

[133] Gibson ve diğerleri, **a.g.e**,
[134] Nola Kortner Aiex and Stephen S. Gottlieb, "**Political Communication via the Media (Türkçe:Medya aracılığıyla Politik iletişim)"**, Ziyaret Tarihi:17/01/08, http://www.indiana.edu/~reading/ieo/digests/d151.html

bilgilerinin alındığı kaynaklar ve seçmen gruplarının yer aldığı tablolardan bunu daha iyi görülebilir.[135]

	ÇOK (%)	BİRAZ (%)	AZ (%)	HİÇ	BİLİNMİYOR(%
TV	48.0	24.1	16.1	11.4	.4
Gazeteler	22.8	25.3	20.9	30.5	.4
Parti dökümanları	17.2	24.1	28.5	29.9	.3
Radyo	10.6	16.8	22.4	49.1	1.0
Arkadaş/Aile	5.7	13.1	22.6	58.4	.3
İnternet	3.3	4.5	7.7	83.1	1.4
Dergi	1.5	5.3	9.8	82.5	.9
Kaynak: Q1.Seçimle ilgili nekadar haber ve bilgiyi internetten alıyorsunuz?Toplam örneklem, n = 1937					

Tablo- 4. 2005 İngiltere Seçimleri İlgili Bilgilerin Kaynakları

	Yüzdelik farklar	ortalama katogoriler
Erkekler	22	+ 7 %
Gençler (18-24)	33	+ 18 %
Gençler (25-34)	25	+ 10 %
Universite eğitimliler	23	+ 8 %
Öğrenciler	47	+ 32 %
'B' grubu sosyal sınflılar	27	+ 12 %
Bilgisayar kullanmasını bilenler	47	+ 19 %
Uzun sürelik kullanıcılar	37	+ 10 %
Grupların internet'ten bilgi ediniş oranları n = 301.		

Tablo -5. Seçim Haberleri İçin İnternet'in Kullanan Vatandaşların Profili

Tablolardan da anlaşılacağı üzere ingiliz seçmenlerin internet kullanım oranları diğer iletişim araçları olan televizyon, radyo ve gazeteye oranla daha azdır. Seçmen gruplarında genç nufusun yaşlı nufusa oranla daha fazla internet kullandıkları ortaya çıkmıştır. 2001 ve 2005 yılında seçim kampanyaları sürecinde kampanya aygıtları arasında internet 2001'de %1,

[135] Stephen Coleman, Stephan Ward, "**Spinning the Web online campaigning in the 2005 general election",** Ziyaret Tarihi: 17/01/08, http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/lusoli_ward_hansard_2005.pdf,

2005'te ise %2-3 oranında bir etkinliğe sahip olmuştur.[136] Bu oranlar İngiltere'de seçim kampanyaları açısından internet'in beklenen etkinlik düzeyini göstermediğini ortaya koymuştur. Ayrıca internet kullanıcılarının %17 'si seçim bilgileri ve haberleri için BBC websitesi'ni ziyaret ederken, % 9'u Yahoo ve Tiscali gibi bilgi portallarını ziyaret etmişlerdir. İnternet gazeteleri tüm kullanıcıların %4'ünü çekerken siyasal partilerin web siteleri %3 oaranında bir kitle tarafından ziyaret edilmiştir. Buna ek olarak %12 oranında Britanyalı seçim bilgilerini Google ve diğer arama motorlarından sağlanmıştır [137]

Kullanıcıların arama motorları ve BBC'yi kullanmalarındaki temel faktörler kullanılan websitelerden doğru, güvenilir ve ayrıntılı haber alınabileceğine olan inançlarıdır. Sonuç olarak ingiliz seçmeninin çok az bir kısmı (%8) seçim haberleri ve bilgisi için interneti kullanmaktadırlar. Ancak buna rağmen ingiltere'de internet'in kullanımı ve etkisi giderek artmaktadır. Gerek teknolojik gelişmeler gerekse siyasal gelişmeler çoğu zaman birbirlerinin gelişimini olumlu olarak etkilemiştir. Öyleki demokrasi fikrinin gelişip yaygınlaşması internetin kullanımını arttırdığı gibi internet kullanımı da demokrasiyi yerleştirmekte, yaygınlaştırmaktadır. Başlangıçta siyasal partiler, gazeteciler ve birçok kanaat önderi web sayfalarını parti hakkında bilgi verilen bir mekan olarak gördüler. Ancak zamanla bu başta ABD olmak üzre tüm dünyada değişti.

Ülkemizde siyasi partilerin interneti kullanım amaçlarına baktığımızda internet; tanıtım, seçmenle iletişim ve siyasi propaganda aracı olarak kullanmaktadırlar. 3 Kasım 2002 seçimlerinde yüzde 7'yi aşan oranda oy toplayan Genç Parti, hotmail, yahoo gibi popular arama motorlarına reklam vermiş ve kullanıcıların elektronik posta adreslerine propaganda amaçlı mesajlar göndermiştir.[138] Bu seçimlerde ülkemizde internet ilk defa siyasal reklam aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Partiler seçim öncesinde oy toplamak için bütçelerinin büyük kısmını gazete ve televizyon reklamlarına ayırmaktaydılar. 22 Temmuz 2007 seçimlerine sayılı günler kala Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) televizyon reklâmlarına izin vermemesinden dolayı partiler ve adaylar için geriye sadece yazılı basın ve internet kaldı. Önce televizyonlar için hazırlanan tanıtım filmleri, video paylaşım sitesi youtube'a taşındı. Ardından ulusal

[136]Avrupa Siyasal Danışmanlar Derneği, **Seçim Zamanı; Siyasal Kampanyalar Avrupa Yıllığı 2005**, MediaCat, 2007, s.240
[137]Coleman, Ward, **a.g.e.**
[138]Uğur Gündüz, "**Medya ve Siyasetin İnternet Boyutu"**, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi,1996, s.290

gazetelerin internet sayfaları ve birçok haber sitesinde siyasal partilerin reklâmları boy göstermeye başladı. Partiler, gazete ve televizyon reklamlarında geri dönüşün ne kadar olduğunu tespit edemezken internet sitelerinde durum daha farklı oldu. Kaç kişinin sanal afişi okuduğu, buradan yola çıkıp kaç kişinin parti sitesini ziyaret ettiği tespit edilebiliyor.[139]

22 Temuz 2007 seçimlerine değinecek olursak bu seçimlerde seçim harcamalarının en büyük bölümünü Demokrat Parti (DP) ve Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) yapmıştır. DP, internetin gücünü Ali Taran ile yeniden keşfetmiştir. DP, 100'e yakın internet sitesine reklâm verdi. Haber siteleri, gençlik ve spor siteleri ve Google'ın yanı sıra yerel sitelerde de bannerlar boy göstermiştir. DP'nin web reklamları için 600 bin doların üstünde bütçe ayırdığı belirtiliyor. Bu rakam tanıtım için ayrılan bütçenin yüzde 5'ine denk geliyor.[140] İnternet sitelerinde en çok spikcky (sayfa akarken hep sabit duran banner), flash (kendi içinde hareketli banner) ve rol-over (üzerine gelindiğinde açılan banner) tercih edildi. Ali Taran'ın DP başarısının dışında, Seçimlerden birinci parti olarak çıkan AKP, bu tür bannerlarla dikkat çekti. AKP'nin web reklamları için 500 bin dolar ile 3 milyon dolar arasında bütçe ayırdığı öne sürülüyor. Bu sanal afişler Zap Medya tarafından hazırlanmıştır. Diğer partilerin hiçbirisi seçim için kendi sitesini oluşturmazken iktidar partisi "www.akicraatlar.com" adında bir siteyi yayına koydu.[141]

Türkiye'de internetin siyasal seçim kampanyalarında yoğun bir şekilde ilk kullanımı 22 Temuz 2007'de olmuştur. Seçimlerde İnternet halen televizyon ve gazete kadar etkin kullanılmamış olsa bile üzerinde önemle durulan, bütçe ayrılan önemli bir iletişim kanalı haline gelmiştir ve ayrıca internet kullanımının profesyonel kişiler ve ajanslar tarafından yapılmasıda siyasal partilerin bu kanalı etkin bir şekilde kullanmaya çalıştığını gösteriyor. İktidar partisi olan AKP de internet yoluyla icraatlarını anlatarak, parti içi iletişimde ulusal ve yerel anlamda internetin gücünden yaralandığını görüyoruz. Seçimden iki büyük muhalefet partisi olarak çıkan Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) baktığımızda son seçimlerde web sitelerinde en az reklam veren parti olmuştur. Sadece Hürriyet, Milliyet, Google, Superonline ve MSN ile anlaşma yapmış olan partinin, Youtube'a ise CHP lideri Deniz Baykal'ın çeşitli konuşmaları yüklenmiştir. Sağ kesimden CHP'ye transfer olan İlhan

[139]İbrahim Doğan, **Siyası Reklamın Yeni Platformu İnternet**, Ziyaret Tarihi: 31/12/07, http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=27906,
[140]Doğan, **a.g.e.**
[141]Doğan, **a.g.e.**

Kesici ise kendi verdiği reklamlarla sitelerde, yeni partisinden daha fazla boy göstermiştir. Bazı bağımsız adayların da bannerları sitelerde dikkat çekiyor.

Son seçimlerde bazı siyasal partilerin interneti etkin olarak tanıtım ve reklam aracı olarak kullandığını, bazı partilerin ise interneti etkin olarak kullanmaya gerek görmediklerini görüyoruz. Yine gerek seçim dönemlerinde gerekse normal zamanlarda siyasal partiler interneti iletişim ve propaganda amaçlı kullanmaktadırlar. Bunuda yoğun olarak kendi web sayfaları, arama motorları, gazetelerin internet web sayfaları ve paylaşım siteleri aracılığıyla gerçekleştirirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Ülkelerin ve Partilerin Siyasal Kültür Özellikleri

3.1. Siyaset ve Kültür İlişkiselliği; Siyasal Kültür

Siyasal partiler, siyasal aktörler ve seçmenler siyasal kültürün birer parçasıdır. E. B. Tylor'a göre uygarlık ve kültür; bilim, inanç, simge, sanat, ahlak, yasa ve geleneklerin yanı sıra, insanın toplumsal bir varlık olarak edindiği diğer tüm yetenek ve alışkanlıkları da kapsayan karmaşık bir bütündür.[142] Gebner'e göre ise toplumsal ilişkileri, değerleri, öncelikleri, ve varlığın kavramlılaştırılmasını yetiştiren, düzenleyen ve yeniden üreten bir sembolik örgütlenme, mesajların ve imgelerin sistemidir.[143]

Bununla birlikte kültür kavramı iki kavram üzerinde anlaşıla gelmiştir. İlk olarak, sanat ve edebiyata ilişkin estetik alanı ifade eden anlamı; ikinci olarak da anlamlar, değerler gibi "toplumun bugünkü yaşam tarzı" anlamında antropolojik kullanımı yer almaktadır. Bu iki anlam ekseni ortasında da Alman idealist felsefesi doğrultusunda, kültürün, nesnel aklın veya tinsel dünyanın toplumsal kurumlarda somutlaşması olarak algılanması anlayışından söz edilmektedir. Burada kültür, bazen uygarlık anlamında bazen de uygarlıktan daha aşkın bir kavram olarak; ama her koşulda olumlu bir değer atfedilerek kavramsallaştırılmaktadır.[144]

Kültür toplumun hem maddi hemde manevi üretiminin sonuçlarını içerir. Simgesel olanla anlamsal olan bir araya gelerek toplumsal kültürü vareder. Toplumların özgül yapılarının simgesi olan kültür dünü kapsadığı gibi asıl olarak bugünü betimler ve bugün, kültüre katkı yapar. Toplumun değerlerini bir araya getirir, içerir ve yorumlar. Kültür yoluyla insanlar neyin uygulanabileceğini öğrenmektedir. Böylece toplumsallığın kuşaktan kuşağa aktarımını da gerçekleştirilir.

Siyasal kültür genellikle kültürün siyasal yönleri olarak anlaşılmakta ve bunların kendi içinde tutarlı bir bütünü oluşturdukları varsayılmaktadır.[145] Siyasal kültür, siyasal yapı ve siyasal

---

[142]Levent Yılmaz, **Siyasal Kültür-Kriz etkileşimi çerçevesinde Türk Siyasal Kültürünün Kriz Alanları**, 2003, Yüksek Lisans Tezi, Ziyaret Tarihi:25/12/07, http:www.deu.edu.tr/userweb/levent.yilmaz/dosyalar/tez.pdf
[143]Ömer Özer, **Yetiştirme kuramı: Televizyonun Kültürel işlevlerinin İncelenmesi**, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004
[144]Yılmaz, **a.g.e.**
[145]Maurice Duverger, **Siyaset Sosyolojisi**, (Çev.) Ş. Tekeli, Varlık Yayınları, İstanbul, 1982, s.128.

sistem, birbirleri üzerinde belirleyici ve yönlendirici etkiye sahip; her birinin açıklaması bir diğerlerine değinilerek yapılan kavramlardır. Siyasal kurumlardan oluşan siyasal yapı, siyasal kültür ile anlam kazanırken; siyasal kültür de bireylerin siyasal sistem karşısındaki eylem biçimleri, inanç ve tutumlarıyla biçimlenmektedir.[146] Siyasal kültür siyasete ilişkin değerlerin, inançların, tutumların ve davranışların daha genel tanımlamayla siyasetin her unsuru ile ilgili duygu düşünce ve eylemlerin toplamıdır.[147] Ancak bunun yanında siyasal kültürü çeşitli boyutlarını öne çıkararak anlamlandıran ve bu anlamlandırmalar üzerinden inceleyen yöntemlerden söz edilmektedir. Siyasal iletişimde, siyasal kültür ürünleri kullanılır.

Siyasal kültürün öğeleri,G. Almond'un sınıflandırmasında üçe ayrılmaktadır:

- ***Bilişsel öğeler**:* Bireyin içinde yaşadığı toplumun siyasal alanına ilişkin, çeşitli yollardan elde ettiği belli bir bilgisi, algılaması ve inancı vardır. Bunlar bireyin sistemle olan bağını kurmaktadır.

- ***Duygusal öğeler**:* Yukarıdaki alana göre daha öznel olan duygusal öğeler, siyasal alanı duygusal dürtülerle yorumlamayı kapsamaktadır. Belli bir siyasal parti başkanına beslenen sevgi ya da nefret, buna örnektir.

- ***Değerlendirici öğeler**:* Birey, siyasal alana ilişkin çeşitli değer yargılarına sahiptir. Bu değer yargıları bireyin daha önce edindiği temel kabulleri referans almaktadır. Laikliğe önem veren bir değer yapısına sahip kişinin, dinsel tınılar taşıyan siyasal söylemlere tepki duyması bu duruma örnek oluşturmaktadır.[148]

Bireyler içinde bulundukları toplumsal değerler ve siyasal bilgileri doğuştan hazır bulurlar ve bunları daha sonra işleyerek ya da direkt olarak bunları benimserler. Belirli siyasal partilerin desteklenmesi bu bilişsel sürecin dışa vurumudur. Yine aynı şekilde siyasal yapılara ve aktörlere duyulan sempati yada antipadi bireylerin siyasal alana yönelik duygusal bir bağ kurmasının sonucudur. Değer yargılarının oluşması siyasal kültürün içindeki edinimler neticesinde ortaya çıkar. Buna paralel olarak karşıt ya da taraf olma olguları ortaya çıkar.

Bireylerin siyasal değer, inanç ve tutumları zaman içinde yaratılmakta ve kendisi de bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Bir anlamada, kişi içinde yaşadığı siyasal kültürün değer

[146]Esat Çam, **Siyaset Bilimine Giriş**, İstanbul, Der Yayınları, 1995, s.200-201
[147]Cemil Oktay, **Siyaset Bilimi İncelemeleri,** İstanbul, Alfa Yayınları, 2003, s.215
[148]Yılmaz, **a.g.e.**

yargıları, anlayışlar, davranış kuralları çerçevesinde siyasal bir insan olarak biçimlenmektedir. Birey doğuştan sahip olmadığı siyasal değer yargılarını, inançlarını ve tutumlarını bir öğrenme süreci içinde zamanla gerçekleştirmektedir.[149] Bu süreçte bireyin tutum ve davranışları içinde yaşadığı siyasal kültürden, atmosferden etkilenmektedir. Bireyin siyasal toplumsallaşması da denilen bu süreçte siyasal kültürün aktarılması ve yeniden üretilmesi sözkonusudur.

Kışlalı, kültürün siyasal alanla olan ilişkisini "inanç" temelinde kurmaktadır. İnançlar, ona göre, ideolojiler ve efsaneler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Çıkış noktaları belli olmayan, mantıklı açıklamaları çoğu kez bulunmayan, duyula duyula gerçek kabul edilen, propagandaya araç olan ve batıl inanç niteliğindeki efsanelerle birlikte; kim tarafından hazırlandığı belli, kendi içinde tutarlı ve mantıksal örüntüleri güçlü olan ideolojiler kültür ve siyasal alan arasındaki ilişkinin belirmesinde temel belirleyicidir.[150]

Siyasal toplumsallaşmayı kişinin siyasal sistem hakkındaki geçerli değerler ve görüşler sahibi olması olarak tanımlayan Alkan'a (Türker) göre bu değerler ve görüşler, öğrenmenin yanında kişinin çevresiyle gerçekleştirdiği toplumsal ve siyasal ilişkiler sayesinde edinilir.[151] Bireyin siyasal kimliğinin oluşum sürecinde, yaşadığı toplumsal çevresiyle ve iletişim sistemiyle yoğun bir etkileşime geçer. İletişimse, insanın ve bireyin kültürel çevresi ile ilişkilerine göre değişip gelişen ve buna karşılık insanı değiştiren bir süreçtir.[152]

Günümüzde iletişim araçları bu etkileşimin yaşandığı en önemli ortamlardan biridir. Medya olarakta tanımlanan yazılı, görsel ve işitsel araçlar bireylerin siyasal toplumsallaşmasına içerik ve sunumlarıyla katkı yaparlar. Her ne kadar televizyon ve gazetenin etkinliğinin hala egemen olduğu kitle iletişim ortamında internet, tercih edilirliğini hızla arttırmaktadır. İnternetin karakterinde barındığı hızlı, katılımcı ve küresel erişilebilirlilik özellikleri sayesinde bireyler uluslararası siyasal kültürle etkileşime girebilmektedirler. Aynı zamanda kültürün aktarımını ve yayılmasını da arttırmaktadır. Kuşkusuz medyanın işlevi sadece bilgilendirme değildir. Aynı zamanda ortak kültürün, çoşkuların, hedeflerin oluşturulmasına ve sürekliliğin sağlanmasına, çatışma ve uzlaşmaların ortaya konulmasına kısaca toplumsallaşma ve bütünleşme sürecine katkıda bulunur. Dolayısıyla medyanın en önemli

[149] Bektaş**, a.g.e.,** s.69
[150] Yılmaz, **a.g.e.** s.33
[151] Bektaş**, a.g.e.,** s.71
[152] Merih Zıllıoğlu, **İletişim Nedir**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993, s.94

etkisi "kitlenin halka, halkında ulusa dönüştürülmesini sağlamaktır.[153] Siyasal ve sosyal kültür, günümüzde iki farklı hareket alanı içindedir. Tarihi, coğrafî, teknik ve ideolojik etkiler sebebiyle toplulukların faklılaşmaları, kültürün nasıl gittikçe çeşitlendiğini göstermektedir. Ancak bunun yanında toplumlar arasında karşılıklı ilişki ve kültürel alışverişin artışı bu farklılaşmadan daha önemli olabilmektedir. Kültürler, bir yandan farklı kollara ayrılırken bir yandan da birleşme ve tek bir nehre katılma yolunda ilerlemektedir. Kültürler tek bir kültüre karışıp onun içinde erime eğilimi göstermektedir.[154]

Keza durum siyasal kültür içinde geçerlidir. Yerel ve tarihi tecrübeler ışığında ülkeler arası farklılıklar mevcutken, siyasal, sosyal ve ekonomik ilişkilerin ve etkileşimin aratmasıyla siyasal kültür yapılarında da benzerlikler ve benzeşmeler sözkonusudur. Bu hem toplumların siyasal düşüncelerinde hemde siyasal yapılarında kendini göstermektedir. Küreselleşme ve "global köy" olguları bu benzeşmenin kavramsal temelini yansıtmaktadırlar. Siyasal ve sosyal etkileşimin yarattığı benzeşmenin yanı sıra siyasal parti yapılaşmalarının ülkelere göre farlılık gösterdiğini belirtmek gerekir. Partilerin sayısı ve nitelikleri toplumun tarihi ve yaşam biçimleri doğrultusunda biçimlenir. İtalyan siyaset bilimci Sartori tarafından yapılan çalışmaya göre bir ülkede partilerin var olması kadar, siyasal partilerin sayısı, ideolojik konumları ve birbirleriyle olan rekabet ilişkileri de siyasal rejimin performansı ve demokratik yönetimin kalitesi üzerinde son derece önemli rol oynar. Çünkü bir parti sistemi o toplumdaki mevcut güç dağılımını ve çoğulculuğun derecesini gösterir.

Sartori'ye göre, parti sistemlerini dört başlık altında toplamak mümkündür: (1) Belli bir partinin sürekli olarak parlâmentoda mutlak çoğunluğu elde ettiği egemen parti sistemleri, (2) Mevcut iki partiden birinin dönüşümlü olarak çoğunluğu sağladığı iki partili sistemler (3) Sayıları üç ile beş arası değişen ve aralarında ılımlı bir ideolojik yarışmanın bulunduğu ılımlı çoğulculuk sistemleri, ve en az beş partinin yer aldığı ve aralarında önemli ölçüde ideolojik çatışmanın bulunduğu kutuplaşmış çoğulculuk sistemleridir.[155] Burada ayrıntıya girmeden Sartori'nin teorisi ışığında, Türkiye 1950'li yıllarda oldukça kurumsallaşmış gibi görünen iki partili bir parti sistemine sahipken, seçim kanunlarının ve diğer sosyolojik faktörlerin etkisiyle 1970'lerde ılımlı çoğulculuk sisteminin özelliklerini göstermeye başlamıştır.

[153] David morley, Kevin Robins, **Kimlik Mekanları,** (Çev.) Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997, s.98
[154] Yılmaz, **a.g.e.** s.38
[155] Birol AKGÜN, "**Türkiye'de Siyasal Partilerin Kurumsallaşma Sorunu Ve Demokratik İstikrar"**, Yayın tarihi:Haziran 2007, Ziyaret tarihi: 23/01/08, http://www.harb-is.org.tr/dergi/wordler/subat07/dosya3.doc

1980'lerdeki göreceli istikrar ise 1990'lı yıllarda bazı sistem karşıtı partilerin oy desteğini artırmasıyla birlikte parti sistemi kutuplaşmış çoğulculuk sistemine doğru evirilmiştir. Siyasal sistemde artan gerginlikler, demokrasiye dışarıdan yapılan ince balans ayarlarıyla giderilmeye çalışılmış; ve nihayet 2002 seçimleriyle Türkiye yeniden iki partili ama kırılgan bir dengeye ulaşmış gözükmektedir. Mevcut haliyle bu zayıf iki partili sistemin kalıcı olup olmayacağını ise gelecek seçimler gösterecektir.[156]

İki parti sistemine genel olarak Anglo-Saksonlara özgü bir sistem olarak bakılmaktadır. Bu görüş yaklaşık olarak doğrudur, çünkü bazı Anglo-Sakson ülkeler çok partili sisteme sahip olabileceği gibi Türkiye ve bir kısım Latin Amerika ülkelerinde de rastlanmaktadır.[157]

Çalışma dahilinde ki diğer ülkeler olan ABD ve İngiltere'ye bakıldığında mevcut iki partiden birinin dönüşümlü olarak çoğunluğu sağladığı iki partili sistemin geçerli olduğu görülmüştür. Ülkemizde ise her ne kadar ikili bir parti sisteminin halen geçerli olmadığını söylesek bile genel olarak iktidarın solcu/ (yeni) ulusalcı partiler ile sağcı muhafazakar-liberal politikaya sahip partiler arasında el değiştirdiği görülmektedir. Türkiye'de ikili yapının sistemleşememesinin temel nedeni partilerin kurumsallaşamamasından kaynaklanmaktadır.

3.2. Renk ve Sembollerin Siyasal Kültür Ögeleri Olarak Kullanımı

Siyasal partilerin görsel kimliklerinin en önemli parçalarından olan semboller ve renkler internet üzerinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Öyleki web sayfalarında kullanılan renklerin ve sembollerin seçmenler ve izleyiciler üzerinde psikolojik ve ideolojik etkileri vardır. Renkler, dikkat çekme, duygulara hitap etme, bir sembole değişik değer ve anlamlar yüklemek açısından büyük etki gücü sağlarlar ve neredeyse tüm renkler, insanlar üzerinde değişik etki yaratır, değişik duyguları harekete geçirirler.[158]

Bu nedenle partiler web sayfalarını ve diğer propaganda araçlarını parti renkleriyle biçimlendirirler. Renklerin evrensel düzeyde simgelerle bütünleştiği siyasal (ideolojik) anlamları vardır. Fransız bayrağındaki mavi özgürlük, beyaz eşitlik, kırmızı kardeşlik anlamları içerir. Yeşil İslamiyetin rengidir. Kırmızı komünizmin simgesidir.

---

[156] Akgün**, a.g.e.**
[157] M. Duverger, **Siyasal Partiler**, İstanbul ,Bilgi Yayınevi, 1993, s.279
[158] Mehmet Ak, **Firma ve Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj**, İstanbul, Halkla İlişkiler Der. Yayınları,1998, s.159

Çalışma dahilideki siyasal partilerin web sayfalarında kullandıkları renkler genel olarak kırmızı, mavi ve turuncu'dur. AKP turuncu, CHP, Labour ve RNC kırmızı, Tory ve DNC mavi ağırlıklı renkler kullanmışlardır. Kontrast oluşturulması amacıyla AKP ve CHP'de gri renk kullanırken, Tory'de yeşil ve beyaz, Labour'da beyaz, RNC'de siyah, DNC'de ise kırmızı kullanılmıştır.

Mavi geleneksel olarak sağı, kırmızı ise solu simgelemektedir. Örnek olarak Kanada'da kırmızı liberaller için mavi ise muhafazakarlar için kullanılırken, İngiltere'de işçi Partisi kırmızıyı, Muhafazakar Parti ise maviyi kullanmaktadır.[159] Aynı şekilde Türkiye'de de kırmızı rengi parti ideolojisinde kendini sosyal demokrat olarak nitelendiren CHP kullanırken, Muhafazakar liberal olan AKP'nin renklerinden biride mavidir. Ancak bu genel kanının tersine ABD'de her iki parti ve diğer birçok küçük parti geleneksel olarak kırmızı, mavi ve beyaz renkleri kullanmaktadırlar. Öyleki 2000 yılında yapılan seçimlerden itibaren mavi Demokrat Parti'nin kurumsal rengi haline gelmiştir. Aynı şekilde Cumhuriyetçi partide kırmızıyı kullanmaya başlamıştır. Aynı şekilde Türkiye'de kırmızı renk yaygın olarak muhafazakar partiler tarafından da kullanılmaktadır. Bunda ülkelerin ulusal renklerinin etkin olduğu görülmektedir. İdeolojik olarak mavi; batının, avrupanın, aristokrasinin, soyluluğun, kırmızı ise komünizmin ve sol tandanslı partilerin rengidir.

Renklerin psikolojik etkilerinde ise sıcak bir renk olan turuncu; cesur, maceracı, kendine güvenin ve çoşkunun simgeleridir. Sarı entelektüel bir görünüm verir. İnsanları yönetmeyi ve hükmetmeyi çağrıştırır. Yeşil dinlendirici, yatıştırıcı, dengeleyici bir atmosfer yaratır. Gözü yormaz. Bu renk örf ve adetlere bağlılığı temsil eder. Mavi inanç, düzen ve ruhsallığın ifadesidir. Huzur, sadakat ve dürüstlüğü çağrıştırır. Beyaz barışı, saflığı ve temizliği çağrıştırır. Siyah lüksün ve gücün simgesidir. Kırmızı kızgınlı, tutku ve hayat simgeler. Kararlılık ve başkaldırı ifadesidir.[160] İletişimde renklerin anlamı nesnelerle karmanlanınca farklı toplumsal ekinsel, sosyal, siyasal ekonomik değereler içerir. Renkleri tek tek aldığımızda kendilerine özgü ayırıcı değerleri, özellikleri vardır. Bu özellikler yan yana olunca farklı simgeler ortaya çıkıyor Anlam biçimle birlikte koşut olarak bulunuyor. Renklerin anlamı, göstergesel biçimi, çağrıştırdıkları ile birlikte anlam kazanıyor.[161] Devrimlerin rengi kırmızıdır. Gri olgunluk ve ciddiyetin rengidir. Siyah ise gücü, otoriteyi ve

[159] Hülya Yengin, **İletişimde Renklerin Anlamı**, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, 1997, 2001
[160] Yengin, **a.g.e**. s.200
[161] Yengin, **a.g.e**.s.199

bağlılığı temsil eder. Sarı, siyah ile birlikte güçlü bir kontrast oluşturur. Fark edilmeyi kolaylaştırır. Mavi, sakinliği ve güveni temsil eder. Yeteneğin, güzelligin ve sorumluluğun rengidir. Mavi barışı ve sevgiyi sunar. Umut, inanç ve özgürlük duyguları aşılar.[162]

Görsel iletişim araçlarının mesajları sadece sosyal dünyamızı algılama ve yorumlama tarzımızı etkilemekle kalmıyor, iletişim kurma ve davranış geliştirme tarzlarımızıda önemli ölçüde etkiliyor. Resimlerin içerikleri ve onların birbirleriyle bağıntılı kullanımları, diğer bir deyişle resimlerin semantiği ve sentaksı enformasyonların, ifadelerin, yorumların, kuralların, dünya imajlarınının temel kaynağı oluyor. Fotoğraflar metin ve sözden farklı olarak, objektif gerçekliğin bir yansıması olarak algılanırlar ve eleştirilmezler. Oysa her resim karesi söylem içeren bir koddur, simgedir. Simge, bir şeyi temsil eden ama onunla doğal ilişkisi olmayan göstergelerdir. Simgeler, bir kişiden diğer bir kişiye fikirlerini ve düşüncelerini iletebilmesinde araç olmaktadır.[163] Sembolik politika, mantıklı dayanaklar ve derinlikler persfektifinden yoksun olsa da estetik ögeler içeren kurallardan esinlendiğinden, insalar için kalıcı duygusal etkiler bırakmakarak toplumları etkilemektedir.

Renkleri ve sembolleri siyasal partiler görsel iletişim araçlarının parçaları olarak, siyasal iletişim sürecinde ideolojileri doğrultusunda, ilgi çekmek ve görsel kimliği etkili bir şekilde sunmak amacıyla kullanırlar. Ayrıca renkler ve semboller siyasal partilere farkındalık ve farklılık da sağlarlar. Bu farklılıklar insanların zihninde farklı konumlandırmaya yol açarken aynı şekilde psikolojik ve ideolojik etkiler bırakır. İnternetin de partiler tarafında görsel kimliklerinin sunulması için uygun teknikler sunmaktadır. Partiler semboller, logolar ve renkleri internette, web sayfalarında kullanmaktadırlar.

3.3. Türkiye'de Siyasal Kültür

Türkiye Cumhuriyeti, Fransız modelinde olduğu gibi ulus devlet anlayışı üzerine yapılandırılmıştır. Siyasal yönetim şekli Cumhuriyet olarak ilan edilen Türkiye Cumhuriyet'i 29 Ekim 1923'te kurulmuştur. 9 Eylül 1923`te, Mustafa Kemal (Atatürk) tarafından kurulan Cumhuriyet Halk Fırkası (CHF), Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk siyasi partisidir. Bu dönemde Atatürk önderliğinde sosyal ve siyasal alanda reformlar yapılmıştır. İsviçre'den alınan Medeni Kanun ve İtalya'dan alınan Ceza Kanunu'yla laiklik temelli batı medeniyetine

[162] **Kurumsal Kimlik**, Ziyaret Tarihi: 28/01/08, http://www.akparti.org.tr/AKPARTi%20Kurumsal.pdf
[163] Yengin, **a.g.e.** s.200

uyum süreci başlatılmıştır. Türk siyasal kültüründe, batılılaşma sürecinin Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde başladığını belirtmek gerekir.

Türkiye'de egenenliğin, din ve gelenekten kaynaklandığı bir imparatorluğun mirascısı olan Türkiye, laik ve halk egemenliğine dayanan bir devlet olarak Meşruriyetin ilanından çok partili hayata geçiş ve 12 Eylül sonrası dönemlerden buyana siyasetin, askerin, bürokratların, aydınların, sermaye sahipilerinin düşünce ve eylem alanına giren bir kavram olduğunu dayatan ve dayatmanın doğal sonucu olarak halkın siyasete uzak durduğu bir siyasal kültür mevcuttur.[164]

Türkiye Cumhuriyeti'nin laik, demokratik, sosyal bir hukuk devletine dayanan, yönetim anlayışı vardır. Kuvvetler ayrılığı esası vardır. Yasama işlerini Türkiye Büyük Millet Meclisi, yürütme işlerini Hükümet, yargı işlerini ise bağımsız mahkemeler yapar. Türkiye'de 1923'te cumhuriyetin ilanı ile devlet başkanı, cumhurbaşkanı sıfatını almıştır. Cumhurbaşkanı devletin başı ve başkomutandır.

1927-1946 yılları arasındaki TBMM seçimlerine tek parti (Devlet Partisi) katılmıştır. 1946 yılına kadar tek partili bir siyasal yapı söz konusudur Atatürk'ün ölümünden sonra yerine geçen İsmet İnönü 1946 yılında ilk defa ülkeyi çok partili seçimlere götürmüş ve bu seçimleri kazanarak 1950 yılına kadar siyasetin en önemli figürü olarak kalmıştır. Halen Atatürk'ten sonra Cumhuriyetin ikinci önemli kişisi olarak kabul edilmektedir.

7 Ocak 1946'da Dörtlü Takrir'e imza atanlar tarafından kurulan DP'nin parti genel başkanlığına Celal Bayar getirildi. DP, ekonomi ve siyasette liberal düzenlemeleri savunuyordu. Demokrat Parti programını iki esas etrafında şekillendirmişti: Liberalizm ve Demokrasi. CHP'in ekonomi politikası devletçiliğe aksadığı yönler vurgulanarak karşı çıkılmıştır. DP, 14 Mayıs 1950 seçimleriyle 27 yıllık tek parti dönemini sona erdiren, Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk defa serbest seçimle iktidarı kazanan partidir. Sırasıyla 1950,1954 ve 1957 seçimlerini kazanmış ve on yıl boyunca (1950-1960) iktidar olmuştur. Demokrat Parti, 27 Mayıs 1960 Askeri Harekâtı ile iktidardan düşürülmüş ve 29 Eylül 1960'ta kapatılmıştır.[165]

---

[164] Yalın, **a.g.e**. s.72

[165] **Demokrat Parti (1946),** Ziyaret tarihi:23/01/08, http://tr.wikipedia.org/wiki/Demokrat_Parti_%281946%29

Esas olarak Demokrat Parti Türk siyasal yaşamında önemli bir başlangıç noktası olmuştur. Bu dönemden sonra kurulan birçok parti geleneksel ve politik olarak demokrat partinin devamı oldukları ileri sürmüşlerdir. Türkiye'deki merkez sağ ve merkez sol kavramları da bu dönemden sonra ortaya çıkmıştır.

27 Mayıs 1960 askeri müdahalesinden sonra kapatılan DP'nin ardılı olarak kurulan muhafazakar-liberal Adalet Partisi 1964'te Süleyman Demirel'in genel başkan seçilmesiyle, siyasi yelpazede merkez sağda bulunmuş; piyasa ekonomisini benimsemiş, kalkınmacılığı ve büyümeyi hedef almıştı. Toplumsal ilişkilerde dinsel öğe ve yapıları kollamakla birlikte temelde laik bir partiydi. Muhafazakar ve liberal çevrelerin merkezine oturabilmişti. Ancak bu 1970'teki bölünmeyle son buldu ve İslamcı ve liberal kanat partiden koptu. Parti, 1961-1980 döneminde ülkenin en büyük iki siyasi kurumundan biri olmuştur.[166]

Bu dönemde CHP ve AP'nin yanı sıra Türk Milliyetçiliği fikrini ve Türk-İslâm ülküsünü savunan Milliyetçi muhafazakar ideolojisiyle öne çıkan ve Alparslan Türkeş tarafından kurulan, Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP) ve Köylü Partisi'nin birleşmesiyle, 16 Ekim 1958'de Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi kurulmuş, CKMP de 1969'da Milliyetçi Hareket Partisi(MHP) olarak adını değişmiştir.[167] Devlet Bahçeli'nin genel başkanlığını yaptığı parti 2007 seçimlerinden sonra Türkiye Büyük Millet Meclisin'de 71 milletvekiliyle temsil edilmektedir.

Türkiye'de 1950 ve 1970 yılları arasında sağ partilere oy verılmesının nedeni, yönetim başarısından çok Dünya'da egemen olan kapitalizm ve komünizm mücadelesine ve bu mücadeleden kaçışa bağlanmaktadır.[168] Türkiye'de sol fikrinin ortaya çıkışında Demokratik Sol'un temelleri, Ortanın Solu adıyla 1960'ların başında atıldı. Ortanın Solu hareketindeki "sol" sözcüğü parti içinde ve dışında yoğun tepkilerle karşılaştı; fakat hareketi başlatanların direnci Türkiye'deki solculuk anlayışına siyasal meşruluk kazandırdı. Ortanın Solu Hareketi bunu, Marksizm'den farklılığını vurgulayarak yaptı. Hareketi toplumsal ve ulusal özelliklere dayandırarak, inançlara saygılı laikliği benimsediler. DSP siyasi yelpazede merkez solda yer alan, parlamenter düzene ve anayasaya bağlı olan bir sosyal demokrat partidir.

[166] **Adalet Partisi**, Ziyaret Tarihi, 23/01/08, http://tr.wikipedia.org/wiki/Adalet_Partisi
[167] **Milliyetçi Hareket Partisi**, Ziyaret Tarihi: 28/01/08, http://www.mhp.org.tr/partimiz/tarihce.php
[168] Yalın, **a.g.e.,**.s. 75

Bülent Ecevit başbakan iken bölücü terör örgütü PKK'nın liderinin yakalandığının açıklanmasıyla 1999 seçimlerinde PKK'nın lideri Abdullah Öcalan'ın yakalanmasının da getirdiği olumlu hava sonucu oylarını % 22,19'a çıkaran DSP, birinci parti olarak, 136 milletvekili çıkardı. ANAP ve MHP ile birlikte bir üçlü koalisyon kurdu. [169] Üçlü koalisyon hükümeti sırasında yaşanan ekonomik krizlerin de sonucu olarak erken seçim kararı almak zorunda kalındı. 2002 seçimlerinde % 1,23 oy oranı ile baraj altında kaldı. 22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerine CHP çatısı altında girme kararı aldı. Bu seçimlerde, CHP listesinden aday olan 13 DSP'li, milletvekili seçilerek, parlamentoya girdi.

Türk siyasal yaşamında 1980 lerle ortaya çıkmış etnik milliyetcilik temelinde politika yapan Demokratik Toplum Partisi (DTP) Kürt kökenli vatandaşların 1980'li yılların sonlarına doğru Türkiye'de siyasal yaşama katılmak amacıyla girişimde bulundukları (HEP-DEP-HADEP vb.) siyasal parti denemelerinin sonuncusudur. Temelde izledikleri politik çizgileri sol tandanslı sosyal demokrat bir parti olmalarına rağmen, yüklendikleri Kürt kimliğini meşrulaştırma çabaları nedeniyle, sürekli olarak Türkiye`nin siyasal yaşamında meşruiyet sorunu ile karşı karşıya kalıyorlar.[170]

Türk siyasal yaşamına damgasını vurmuş diğer bir parti de Anavatan Partisidir. Anavatan Partisi, ANAVATAN (ANAP) 1983 yılında Turgut Özal tarafından kurulmuştur. Siyasi kadrosu önemli ölçüde, devlet ve özel sektör deneyimi sırasında Özal'la birlikte çalışmış teknokratlarla, Milli Selamet Partisi (MSP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), Adalet Partisi (AP) ve hatta Cumhuriyet Halk Partisi'nden (CHP) gelme, 1980 öncesi dönemde fazla ön planda olmayan siyasetçilerden oluşuyordu. Dört siyasi eğilimi (AP, MSP, MHP, CHP) birleştirmeyi iddia ediyordu. Günümüzde Anavatan Partisi son seçimler sonucu meclis dışı kalmıştır. Partini seçmenleri büyük oranda AKP'ye kaymıştır.[171]

Bu bölünme sonucu 1950'lerde Demokrat Parti (DP), 1960'larda da Adalet Partisi'nde (AP) örgütlenerek merkez sağ partiler içinde yer almayı tercih eden İslamcı siyasal akım, 26 Ocak 1970'te Milli Nizam Partisi (MNP) adıyla ayrı bir siyasi güç olarak ortaya çıktı. İslamcı bir söylemin egemen olduğu MNP'nin programında, milli ve manevi kalkınmaya vurgu yapılmıştır. Daha sonra sırasıyla Mill Selamet Partisi(MSP), Refah Partisi(RP), Fazilet

[169] **Demokratik Sol Parti**, Ziyaret Tarihi: 23/01/08, http://www.dsp.org.tr/MEP/index.aspx?pageId=4
[170] **Demokratik Toplum Partisi**, Ziyaret Tarihi: 28/01/08, http://tr.wikipedia.org/wiki/Demokratik_Toplum_Partisi
[171] **Anavatan Partisi**, Ziyaret tarihi: 23/01/08, http://tr.wikipedia.org/wiki/ANAP

Partisi(FP) kurulmuşsada Anayasa Mahkemesi, laik devlet niteliğinin ve Atatürk devrimciliğinin korunması prensiplerine aykırı olduğu gerekçesiyle kapatılmalarına karar verdi.[172]

FP'nin kapatılması üzerine "Milli Görüş" hareketi ikiye bölündü: Erbakan ve çevresinde yer alan "Gelenekçiler", Malatya milletvekili ve kapatılan FP'nin genel başkanı Recai Kutan'ın başkanlığında 20 Temmuz 2001'de "Saadet Partisi"ni kurdular. Eski, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ve çevresinde yer alan "Yenilikçiler", Erdoğan başkanlığında 14 Ağustos 2001'de "Adalet ve Kalkınma Partisi"ni (AKP) kurdular.[173]

Türk Siyasal yapısı 1946 yılında çok partili sisteme geçilmesi ve 1950 yılında yapılan ilk çok partili seçimlerle değişmeye başlamıştır. Demokrat partinin savunduğu politikalar olan muhafazakarlık ve liberalizm ile CHP'nin savunduğu devletçi laik yapı iki siyasal kol olarak günümüze kadar gelmiştir. Her ne kadar süreç içinde bu iki alan yeni fikirlerle, örneğin İslamcılık, milliyetçilik, ortanın solu gibi, çoklu bir görünüm sunsa da genel olarak küçük partiler dışındaki ana partiler sağ; muhafazakar ve liberal, sol; laik ve devletçi/ulusalcı bir söylemle ortaya çıkmışlardır. Bu nedenle denilebilir ki genel olarak iki farklı politika tipinin olmasına karşın çok partili bir yapı mevcuttur. Türkiye'de seçmenler çoğunluk olarak muhafazakar ve liberal partileri destekledikleri öne sürülmektedir.

Kırıkkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden Dr. İbrahim Dalmış, Türkiye'de sağ ve sol kimliğin bulunduğu, uzun vadede insanların oy verme davranışının bu kimlikler üzerinden olduğunu şöyle ifade etmiştir. "Sağcılar sağ partilere veriyorlar. Solcular sol partilere veriyorlar. Bir geçişkenlik yok anlamına geliyor". İki tür seçmenin oranlarına bakılınca, Türkiye'de merkez sağın ortalama %36,5, diğer sağın 13,8, merkez solun 25,6 oy aldığını ve protestocuların oranının ise ortalama 21.8 olduğunu belirtmiştir. AKP'yi bir örnek vaka olarak inceleyen İbrahim Dalmış, Bu oranlardan AKP'nin potansiyel oyunun toplam seçmen üzerinden %36,3 olarak tahmin edilebileceğini söyledi. Seçime girmeyen ortalama protestocu oranı da hesaba katılırsa, AKP'nin alabileceği en yüksek oyun %46 olduğunu belirtti. Son dönemde en geniş açılımı AKP yapmış olmasına rağmen, Türkiye'de şu an için %100'e hitap

[172] Meydan Larousse, **Milli Nizam Partisi**, Sabah Yayınları, 14.Cilt, s.1
[173] **Milli Nizam Partisi Ve Milli Görüş Hareketi**, Ziyaret Tarihi: 23/01/08, www.belgenet.com/parti/mnp.html

edebilecek bir partinin mümkün gözükmediğini sözlerine eklemiştir. [174] 1950'li yıllardan bu yana seçim sonuçları incelendiğinde, sağcı olarak nitelendirilen muhafazakar ve liberal partilerin oy oranlarının ortalama olarak %30 ile %40 arasında olduğu görülmektedir. Aynı şekilde solcu partilerin ise %20 ile %30 arasında bir oy oranına sahip olduğu belirlenmiştir.

3.3.1. Adalet Ve Kalkınma Partisi (AKP)

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) eski Başbakan Necmettin Erbakan'ın Refah partisinin üyeleri tarafından kurulmuştur. 1997'de Refah Partisi, Ordu'nun müdahalesi sonucu kapatılarak Erbakan istifa etmek durumunda kaldı. Partinin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığını da yapmış olan Recep Tayyip Erdoğan tarafından, geleneksel dini değeler odağında olan politikalar ülkenin yönetiminin laik karakterinden dolayı, daha özgürlükçü, demokratik değerlere bağlı hale getirildi. Aynı şekilde Erdoğan partinin İslamcı imajını yıkmak için merkez sağ görüşlü birçok üyeyi partisine katarak ülkenin en önemli hedefinin Avrupa birliğine katılım olduğunu açıkladı. Ve partisini laik, devlet merkezli, liberal gelişmeci bir parti olarak konumlandırdı.

AKP, Refah Partisinin içinden çıkan, yenilikçiler yada reformistler olarak adlandırılan ılımlı muhafazakar üyeler tarafından 11 Ağustos 2001 tarihinde kuruldu. Partinin amacı ılımlı muhafazakar görüşleri demokratik çerçevede savunmaktı. Partinin genel başkanı Erdoğan partinin kuruluşunda dini eksenli bir parti olmadıklarını açıkladı.

AKP, birçok alanda önemli yapısal ve politik yeniliklere imzasını atmıştır, son 30 yıldır çift haneli olan enflasyonu ilk defa tek haneli (%8.8) rakamlara indirmiştir. İki önemli ekonomi ve iş dergisi Ekonomist ve Financial Tımes AKP'yi son 10 yılında oldukça başarılı bulmaktadır. 2004 yerel seçimlerinde beklenmedik bir şekilde %42'lik oranıyla birinci parti olmuştur. Ocak 2005'te AKP, Avrupa Birliğinin Muhafazakar Partisi Avrupa Halk Parti'sine gözlemci olarak kabul edildi. AKP kendini ılımlı, muhafazakar, demokrat, liberal pazar ekonomisini savunan ve Avrupa Birliğine girmeyi amaçlayan bir parti olarak tanımlamaktadır. Parti sık sık geçmişten gelen din odaklı politikalardan dolayı eleştirilmektedir. Özellikle kendini laik ve Cumhuriyetçi olarak nitelendiren kesimler tarafından gizli ajandası olmakla suçlanmaktadır. Parti 22 Temmuz 2002 genel seçimlerinde

---

[174] İbrahim Dalmış,**Temmuz'a Doğru Siyasetin İmkânı ve Seçmen Davranışı**, Ziyaret Tarihi:23/01/08, http://setav.org/index.php?option=com_content&task=view&id=272&Itemid=53

%34 oy oranıyla 341 milletvekilliği kazanarak birinci parti olmuştur. Partinin lideri Recep Tayyip Erdoğan aynı zamanda Türkiye'nin Başbakanlığını da yürütmektedir.[175] Parti kendini merkez sağ'da yeralan bir parti olarak tanımlamaktadır. Seçmenleride genel olarak muhafazar seçmenlerden oluşmaktadır. Parti politikalarındaki dini söylemlerden dolayı Kürt kökenli Türk vatandaşlarının yoğun olarak yaşadığı Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgesinde DTP'nin yanı sıra en yüksek oyu alan parti olmuştur.

AKP'nin web sayfasında partinin adı, sembolü ile ilgili şu bilgilere yer verilmektedir. Parti, temiz siyaset, temiz toplum, tam adalet, müreffeh ve huzurlu bir hayat vaadiyle toplumda barışın, huzurun ve refahın sağlanması için öncelikle adaletin tesis edilmesi ve kalkınmanın sağlanması gerektiğine inanmaktadır. Partinin kısaltmış adı, Ak Parti'dir. Bu anlamda AK adı aydınlık ve yeni bir dönemi çağrıştırır, şeffaf ve temiz yönetim anlayışını temsil eder. Partinin logosu ampül'dür.



Fotoğrafik Meteryal-1 AKP Logosu

Ak Parti'nin amblemi stilize edilmiş yanan bir ampuldür. Ampul; ışığı, aydınlığı, şeffaf yönetimi ifade eder. Ampuldeki yanma, hareketi ve gayreti anlatır. Ak Parti'nin amblemi; ampulün etrafında yedi ışık hüzmesi vardır. Bu ışıklar Türkiye'nin yedi bölgesini temsil eder. Partinin kurumsal renkleri sarı ve siyahtır. Tamamlayıcı renk mavidir. Sarı, ışığınn ve umudun rengidir. Canlılığı, tevazuyu, bilgiyi ve bilgeliği simgeler. İlham vericidir. Aynı zamanda dikkat çekme özelliği vardır.

4.3.2. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), 9 Eylül 1923`te Mustafa Kemal (Atatürk) tarafından kurulmuş olan, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk siyasi partisidir. Bugünkü siyasal koşullar altında değerlendirildiğinde siyasi yelpazenin solunda yer alan bir siyasi kurumdur. Parti 1923'te

[175] **Justice and Development Party (Türkçe:Adalet ve Kalkınma Partisi)**, Ziyaret tarihi: 20/01/2008 http://en.wikipedia.org/wiki/Justice_and_Development_Party_%28Turkey%29#History

kurulmasının ardından cumhuriyeti ilan etmiş ve inkılapların gerçekleşmesini sağlamıştır. Başlangıçta adı "Halk Fırkası" olan parti 1924 yılındaki kurultayda adını "Cumhuriyet Halk Fırkası" olarak değiştirdi. 1927 yılında "Cumhuriyetçilik", "Halkçılık" ve "Milliyetçilik" "Laiklik" CHP nin 4 temel ilkesi olarak benimsendi. 1931 yılındaki kurultayda daha önceki dört ilkeye "Devletçilik", "Devrimcilik" ilkeleri de eklenerek ilkeler altıya çıkarıldı ve partinin adı "Cumhuriyet Halk Partisi" oldu. CHP, ulusal sanayinin ve ekonominin geliştirilmesine öncülük ettirmiştir. II. Dünya Savaşı sonrasında tek parti konumunun tüm olanaklarına karşın, çok partili rejime geçiş sağlayarak öncü misyonunu sürdürdü. Bu dönemde parlamenter demokratik rejimin kurumsallaşmasına dönük değişimleri gerçekleştirme ve temel hak ve özgürlükleri geliştirme mücadelesi verdi

1960'lı yılların ortalarında CHP sola açılarak kendisini "ortanın solu" olarak tanımladı. Bülent Ecevit, 14 Mayıs 1972'de Atatürk ve İsmet İnönü'nün ardından Cumhuriyet Halk Partisi'nin genel başkanı oldu. Parti, Ecevit'in genel başkanlığı ve Demokratik Sol akımıyla büyük bir ivme kazanarak yükselişe geçti. Bu süreçte CHP, "devlet partisinden" "halkın partisine", düzen partisinden" "değişimin partisine" dönüştü. Sosyalist enternasyonale katılan CHP, tarihsel geleneğini ve temellerini temsil eden ilkelerin yanı sıra sosyal demokrasinin evrensel ilkelerini de benimsedi. Bu temel ilkelerin ışığında "özgürlük, eşitlik, dayanışma, emeğin üstünlüğü, gelişmenin bütünlüğü ve etkinliği ile demokratikleşme" ilkeleri de CHP programında yer aldı.[176]

Bütün bunlara rağmen parti, katı merkeziyetçi tutumu yüzünden ve parti içi demokrasi tartışmaları yüzünden ağır eleştiriler almaktadır. Bu koşullar altında gidilen 22 Temmuz 2007 seçimlerinde CHP umduğunu bulamadı. Partinin oyları %20.8 olmuştu. Buna karşın iktidardaki AKP oyların %46.8'ini almış ve 341 milletvekili kazanmıştı.CHP'nin kazandığı milletvekili sayısı 112 idi ve bunların 13'ü DSP'li isimlerdi,ayrılmaları ile CHP yeni döneme 99 milletvekili ile başlamıştır.



Fotoğrafik Meteryal-2 CHP Logosu

[176] **Parti tarihi**, Ziyaret Tarihi; 22/01/08, http://www.chp.org.tr/index.php?module=content&page_id=144

CHP'nin logosu kırmızı üzerine beyaz 6 ok'tan oluşmaktadır. Altı ok Türkiye Cumhuriyeti'ninde temel prensipleri olan, Cumhuriyetçilik, Halkçılık, Milliyetçilik, Laiklik, Devletçilik, Devrimcilik ilkelerin temsil etmektedir. Oklar atılımcılığı ve ileriye doğru gidişi simgelemektedir. Renkler Türkiye'nin ulusal renkleri olan kırmızı ve beyazdır. Kırmızı dünyada da yogun olarak sol partiler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Fakat belirtmek gerekirki kırmızının dikkat çekici özelliği ve ulusal renkler olması sebebiyle birçok muhafazkar parti tarafından da kullanılmaktadır.

3.4. İngiltere (Büyük Britanya) Siyasal Kültürü

İngiltere, Birleşik Krallık'ı oluşturan 4 ülkeden biridir. Birleşik Krallık, Büyük Britanya adası ülkeleri (İngiltere, Galler ve İskoçya) ile İrlanda Adası'nda yer alan Kuzey İrlanda 'dan oluşur. Yerel yönetim her ülkede ayrı şekildedir. İngiltere, Birleşik Krallığın en gelişmiş ve en kalabalık ülkesidir. 60 milyondan fazla olan Birleşik Krallık nüfusunun %85'i İngiltere'de yaşamaktadır.

İngiltere (Büyük Britanya) parlementer demokrasi ile yönetilir. Kral yada kralice ülkenin başıdır. Başbakan ise hükümetin başıdır. Siyasal olarak çok partili bir sistem vardır.Geleneksel ve tarihsel olarak Büyük Britanya ve İrlanda countylere bölünmüştür (county kontluk demektir). Bu bölümler hala törensel olarak devam ettirilmekte ve her county için Kraliçe Krallık Temsilcisi Lord (Lord-Lieutenant) tayin etmekte ve bu kişiler yerel resmi törenlerde kraliçe temsilcisi olarak protokol başında bulunmaktadırlar.[177]

İngiltere ülkesi için özel güçlere sahip bir seçilmiş meclis veya hükümet bulunmamaktadır ve zamanla değişikliklerle çok karmaşık bir yerel yönetim sistemi ortaya çıkmıştır. İngiltere idari bakımdan dokuz idari bölgeye (Government Office Regions) bölünmüştür ve bir zamanlar bu 9 idari bölge için seçilmiş birer bölgesel meclis ve idare kurulması planlanmış idi, ama yapılan bir deneme referendum sonucu öngörülen Kuzey Doğu Bölge İdare Meclisi tasarısının bölge halkı tarafından ret edilmesi sonucu bu yaklaşımdan şimdilik vaz geçilmiştir. Londra Büyükşehri (Greater London) bölgesi için özel bir kanuna göre halk tarafından seçilmiş bir Belediye Başkanı ve özel bir büyükşehir meclisi vardır. Londra

[177] Meydan Larousse, **İngiltere**, Sabah Yayınları, 9.Cilt, s.500

Büyükşehir bölgesi 19 daha küçük Londra-tipi beldeye (London boroughs) bölünmüştür. Bu Londra-tipi beldelerden birisi eski tarihsel Londra Şehri (City of London) dir.

İngiltere Parlamenter rejimin doğduğu ve halen uygulandığı bir ülkedir. Buradaki parlamenter rejime "Westminster Modeli" adı da verilmektedir. İngiltere'de uygulanan bu modelde yasama gücü halkın temsilcilerinin oluşturduğu yasama organında vücut bulur. Bu güç başka hiçbir kurum tarafından paylaşılamaz. Üstelik, serbest ve hakça seçimlerle temsilcilikleri tescil olunmuş bulunan milletvekilleri halk adına siyasal karar alma yetkisine meşru olarak sahip olan tek heyettir. Çünkü, egemen olan iradeyi temsil yetkisi meşru olarak tescil edilmiş olanlar onlardır. Halk (seçmenler) bu gücü onlara seçildikleri yasal süre boyunca kullanmak üzere devir ve teslim ettiğini seçim işlemiyle tescil etmiş bulunmaktadır.

Dolayısıyla, halkın (seçmenin) temsilcisi konumunda bulunan parlamento (uygulamada alt-meclis konumundaki Avam Kamarası üyeleri) her türlü konuda meşru otoriteye dayalı karar alma yetkisine sahiptirler. Onlar, ancak seçim döneminde halka siyasal kararları dolayısıyla hesap verirler. Halk (seçmen) bunları onaylamıyorsa, onlara oy vermemek suretiyle tercihini belirtir. Bu kararların kaldırılması veya yerine yeni kararların alınması bir dönem sonra seçilecek olan temsilcilerin görevidir. Bu uygulamada halkın siyasal sistemin yönetimine doğrudan doğruya bir etkisi yoktur; halk kararları ancak dolaylı olarak etkiler.

Parti hükümeti esastır; ve yürütme gücünü kullanan başbakan ve bakanlar kurulu, aynı zamanda yasamayla kaynaşmıştır ve onu etkisi altında tutar. Bu rejim iki partili bir parti sistemine dayalı olarak çalışır. Sağ-sol ayırımı sosyal sınıf esasına dayalı tek bir boyuttan ibaret bir yalınlık içerir. Merkezi ve üniter bir yönetim sistemi egemendir. Yazılı olmayan, hatta bazı düşünürlere göre mevcut olmayan, bir anayasaya göre, tamamen yasama egemenliğine ve münhasıran temsili olan bir demokrasi anlayışına göre yönetim Westminster sisteminin esaslarını içerir.

Westminster modeli demokraside parti sisteminin bir başka özelliği ise tek boyutlu olmasıdır. Politik partileri birbirinden ayıran şey sağ ve sol yelpaze uyarınca sosyo-ekonomik politikaların ne olacağı hususudur. Örneğin İngiltere'de işçi partisi ortanın solundaki tercihleri muhafazakar parti ise ortanın sağındaki tercihleri simgeler. Politik partilerin sosyo-ekonomik politikalarına göre farklılaşmasının temelinde etnik, dinsel ve benzeri konulardaki

görüş ayrılıklarının politik bir öneme haiz olmayacak bir mahiyete sahip olmaları yatmaktadır.

Yasalar çıkarılırken önce Avam Kamarası'nda ele alınır ardından Lordlar Kamarasında da ele alınmasından sonra Kraliçenin onayı ile yürürlüğe konulur. Şu anda İngiliz hükümetin başında bulunan İşçi Partisi lideri Gordon Brown, 1997den seçimlerinde çoğunluğu sağlayarak başbakan olarak işbaşına gelen Tony Blair'in 2007de istifa etmesinden sonra, başbakanlığa gelmiştir.[178] Westminster modeli bir demokrasinin tipik seçim sistemi çoğunlukçu sistemdir. Bu sistem uyarınca çoğunluk oylarını alan ya da eğer bir çoğunluk yoksa en çok oyu alan adayın seçimi kazanması söz konusudur. Çoğunlukçu seçim sistemi bir anlamda Anglo-Sakson dünyanın demokrasi anlayışının bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

3.4.1. Muhafazakar Parti (TORY)

Muhafazakar Parti (İngilizce; Conservative Party), resmi adı Conservative and Unionist Party - Muhafazakar ve Birlikçi Parti, Tory'ler olarak da bilinirler, İngiltere'de merkez sağ parti. 20. yüzyılın başlarından itibaren İşçi Partisi ile birlikte İngiltere'nin en büyük iki siyasi partisinden biri olmuştur.

Muhafazakar Parti büyük ölçüde eski Tory Partisi'nin uzantısı olarak kuruldu. Tory Partisi'nin üyeleri 1832'de çıkarılan Reform Yasası'nın ardından muhafazakâr dernekler kurmaya başladılar. İlk muhafazakâr hülkümeti kuran Sir Robert Peel, Tamworth Manifestosu'nda (1834) programını ortaya koyarak yolsuzluklarla mücadelenin, düzenin korunmasının ve düzenli bir vergilendirme sisteminin önemini vurguladı, ayrıca toprak sahiplerinin, tüccar ve sanayicilerin çıkarlarının özenle korunacağı belirtti. 1846'da Tahıl Yasası'nın kaldırılması konusunda partide çıkan anlaşmazlık Muhafazakar hükümetin düşmesine yol açtı. Bu tarihten başlayarak 1915'te Liberal-Muhafazakar kaolisyon hükümetinin kurulmasına değin siyasi iktidar Muhafazakarlarla Liberaller arasında el değiştirdi.

---

[178] **Büyük Britanya ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallığı**, Ziyaret Tarihi: 24/01/08, http://tr.wikipedia.org/wiki/Birle%C5%9Fik_Krall%C4%B1k

Mayıs 1915'te katıldığı koalisyon hükümetinden 1922'de çekilerek rahat bir çoğunlukla iktidara gelen Muhafazakar Parti, iki Dünya savaşı arasındaki dönemde 1924 ve 1929-1931 yılları dışında iktidarda kaldı. II. Dünya Savaşı sırasında Winston Churchill'in savaş kabinesinde çoğunluğu Muhafazakarlar oluşturdu. Ama parti 1945 genel seçimlerinde, uzun süredir ülkenin ikinci büyük partisi durumundaki İşçi Partisi karşısında ağır bir yenilgiye uğradı. 1940'ların sonunda ise toparlanarak 1951'de yeniden iktidara geldi. 1955 ve 1959 seçimlerinde artan bir çoğunluk elde etti. 1964'ten sonra iktidar İşçi Partisi'yle Muhafazakarlar arasında el değiştirdi. 1975'te Margaret Thatcher sağ kanadın desteğiyle partinin liderliğine seçildi. Böylece büyük İngiliz partilerinin birinde ilk kez bir kadın parti önderliğini üstlendi. Thatcher daha sonra Mayıs 1979 seçimlerini de kazanarak Avrupa'nın seçimle gelen ilk kadın başbakanı oldu.

Muhafazakarlar 1983 seçimlerinde Parlamento'da büyük çoğunluk sağladı. Muhalefet oylarının İşçi Partisi ile Sosyal Demokrat-Liberal ittifak arasında bölünmesi ve Thatcher'ın Falkland Savaşı'da elde ettiği başarı bu sonucu hazırlayan en önemli etkenlerdi. Muhafazakar Parti'nin art arda üç seçim kazanmasına rağmen, Thatcher, parti içindeki desteğinin azalması üzerine Kasım 1990'da liderlikten çekildi, yerine John Major seçildi. Muhafazakâr Parti John Major'ın liderliğinde girdiği 1992 genel seçimlerinden de iktidar olarak çıktı.

David Cameron önemli bir kampanyayla en yakın rakibi David Davis'i yenerek partinin başına geçmiştir. Ve parti politikalarında değişiklik yoluna gitmiştir. 2006 ve 2007 yılında yapılan anketlere göre parti, işçi partisine oranla öne geçmiştir. Muhafazakar Parti, İşçi Partisi'nden sonra İngiltere'nin en büyük partisidir. [179] David Cameron'un seçilmesinden bu yana parti politikaları "yaşam standardı" üzerine odaklanarak çevre, kamu hizmetlerinin geliştirilmesi, özellikle ulusal sağlık hizmetleri, içişleri ve eğitim politikalarının geliştirilmesini amaçlamaktadır.

Tory Parti'nin sembolü meşe ağacıdır, özgürlük meşalesi sembolü yerine kullanılmaya başlanmıştır. Şimdiki sembol 6 Ekim 2007 tarihinde "değişim zamanı" (ing: It's Time For Change) sloganıyla kullanılmaya başlanmıştır. Şimdiki parti genel başkanı David Camoran'dan önce partinin renkleri kırmızı, beyaz ve mavi'ydi. Mavi genel olarak İşçi

[179] **A Brief History of the Conservative Party**, Ziyaret Tarihi:22/01/08, http://www.conservatives.com/tile.do?def=party.history.page

Partisi'nin rengi olan kırmızıya karşıtlık için kullanılıyordu. Fakat 2006 yılındaki logo değişimiyle bu durum belirsiz bir hal almıştır. Partinin web sitesinde mavi ve yeşil renkler kullanılmaktadır.



Fotoğrafik Meteryal-3 Tory'nin Logosu

İngiliz ve diğer birçok kültürde meşe ağacı gücün, bağlılığın, uzun yaşamın ve dayanıklılığın simgesi olagelmiştir. Yüzyıllardır insanlar bir parça meşe dalını boyunlarına şans getirmesi için takıyorlardı. Roma imparatorlarına zaferleri sonucu meşe yapraklı taç takılıyordu. İngiliz Deniz Kuvvetleri'nin resmi marşının ismi de "Heart Of Oak "'tır.[180] Mavi rengin genel olarak muhafazakar partiler tarafından kullanılmaktadır. Yeşil dinlendirici, yatıştırıcı, dengeleyici bir atmosfer yaratır. Web sayfalarının takibi düşünüldüğünde gözü yormaz. Bu renk örf ve adetlere bağlılığı temsil eder. Mavi inanç, düzen ve ruhsallığın ifadesidir.

3.4.2. İşçi Partisi (LABOUR)

İşçi Partisi (Britanya) (İngilizce: Labour Party) 20. yüzyılın ilk yıllarından beri Birleşik Krallık'ta sol kanadın en büyük partisidir. 1997 yılında Tony Blair'in liderliği kazandığı seçimlerden bu yana iktidarda görev yapmaktadır.

Bağımsız İşçi Partisi (ILP) ile İşçi Sendikaları Kongresi'nin (TUC) işbirliğiyle, 1900'de kurulan İşçi Temsil Komitesi, 1906'da İşçi Partisi adını aldı. I. Dünya Savaşı sırasında çeşitli koalisyon hükümetlerine katıldı.1918 genel seçimlerinden ikinci büyük parti olarak çıkarak ülkenin muhalefet partisi durumuna geldi.

Ramsay MacDonald'ın 1924'te Liberallerin desteğiyle kurduğu ilk İşçi Partisi hükümeti 1931'e değin iktidarda kaldı. Bunu izleyen seçimlerde İşçi Partisi ağır bir yenilgiye uğradı ve Winston Churchill'in II. Dünya Savaşı sırasında kurduğu koalisyon hükümetine katılana değin (1940) muhalefette kaldı. 1945 seçimlerinde ezici bir zafer kazanan İşçi Partisi, 1950

180 **İcons of England, The Oak Tree**, Ziyaret Tarihi: 23/01/08, www.icons.org.uk/theicons/collection/oak-tree/features/the-symbolic-oak

seçimlerinde ise Avam Kamarası'nda çoğunluğu çok az bir farkla sağlayabildi. Seçimlerden sonra kurulan İşçi Partisi hükümeti ertesi yıl düşünce Muhafazakarlar iktidara geldi (1951)[181]

Partinin geleneksel sosyalist çizgisinin refah toplumuna nasıl uyarlanacağı sorunu, özellikle de sanayi kuruluşlarının devletleştirilmesine ilişkin görüş ayrılıkları, 1950'lerde parti içinde bölünmelere neden oldu. Bevancılar olarak bilinen Aneurin Bevan yanlıları, ekonomide devletçi bir politika izlenmesini ve dış politikada ABD'ye bağımlılığın azaltılmasını savunuyordu. 1964'te yeniden iktidara gelen İşçi Partisi, bu tarihten 1979'a kadar Muhafazakarlarla dönüşümlü olarak iktidara geldiler.[182]

1980'de partinin sosyalist çizgisine bağlılığıyla tanınan Michael Foot liderliğe seçildi. Partinin örgütsel yapısınds da değişikliklerin yapıldığı kongreden kısa bir süre sonra ılımlı 12 İşçi Partisi milletvekili partiden ayrılarak, Sosyal Demokrat Parti (SDP) adlı yeni bir parti kurdu. Böylece Muhafazakarlar, 1983 seçimlerinde bölünmüş bir muhalefet karşısında rahat bir zafer kazandılar.

1980'lerden buyana Neil Kinnock, John Smith and Tony Blair gibi liderlerin öncülüğünde parti geleneksel sosyalist politikadan "Üçüncü Yol" olarak nitelendirilen Thatcherite ve özgür market politikasına geçmeye başladılar. Birçok gözlemci bu geçişi sosyal demokrasi ve yeni-liberal (neo-liberal) politikaların demokratik sosyalist politikalara alternatif olarak uygulanmaya başladığını belirtiyor. Blair bu politikayı "üçüncü yol" olarak tanımlamıştır.[183]

1994'te John Smith'in ani ölümünün ardından liderliğe seçilen Tony Blair ile İşçi Partisi, 18 yıllık bir aradan sonra tekrar iktidara geldi. Tony Blair, Haziran 2007'de başbakanlık ve İşçi Partisi liderliğinden çekileceğini açıkladı. 27 Haziran 2007'de Gordon Brown, İşçi Partisi lideri oluşunun 3. gününde başbakanlık koltuğuna oturdu.

Sosyalist politikaları savunan İşçi Partisi, kendini demokratik sosyalizmi savunan parti olarak tanımlıyordu. İşçi parti'si Britanya'da işçi sınıfın haklarını savunan ilk parti olmuştur. Geleneksel olarak partinin üyeleri ve seçmenleri bu sınıftan çıkmaktadır. İşçi Partisi geleneksel olarak üretim araçlarının devlete ait olduğu, devletin ekonomiye müdahaleci

[181] Meydan Larousse, **İşçi Partisi**, Sabah Yayınları, 10.Cilt, s.151
[182] Meydan Larousse, **Muhafazakar Parti**, Sabah Yayınları, 14.Cilt, s.193
[183] **History of the Labour Party,** Ziyaret Tarihi: 22/01/08,/www.labour.org.uk/history_of_the_labour_party

yaklaşımını, gelirlerin eşit olarak dağılımı, işçi ve iş sendikalarının haklarını yükseltmek, devletin sağlık ve eğitimi desteklemesi politikalarını savunmaktadır.



Fotoğrafik Meteryal-4 Labour'un Logosu

Labour Parti'nin rengi kırmızı, sembolü kırmızı güldür. 1991'den buyana kullanılmaktadır. Ayrıca bu sembol birçok uluslar arası sosyalist partiler tarafından da kullanılmaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi kırmızı sol, komünist partilerin rengi olarakta bilinmektedir. İşçi hareketlerinin bayraklarının renkler kırmızıdır. Uzun yıllar "Starry Plough" sembolü kullanılmıştır. Bu sembol halen törensel etkinliklerde kullanılmaktadır. Bu sembol kırmızı zemin üzerine 7 sarı yıldızdan oluşmaktaydı.

3.5. Amerika Birleşik Devletleri Siyasal Kültürü

Amerika Birleşik Devletleri, (İngilizce: United States of America) Kuzey Amerika kıtasında yer alan, 50 eyaletten oluşan federal bir devlet. Resmi kuruluş tarihi 4 Temmuz 1776'dır. Amerika'nın 1492'de keşfinden sonra İspanyollar, Portekizliler, Fransızlar ve İngilizler, bu kıtada toprak sahibi oldular. İngilizler, Amerika'daki topraklarını genişlettikten sonra İngiltere başta olmak üzere çeşitli ülkelerden göçmenler alıp buralara yerleştirerek koloniler kurdular. 18. yüzyıl ortalarında, bu kolonilerin sayısı 13'e yükseldi ve bu Onüç Koloni, Amerika Birleşik Devletleri'nin temelini oluşturdu. Yönetim biçimi, Amerika Birleşik Devletleri 50 eyaletten meydana gelen bir federal birliktir. Ulusal hükümetin merkezi, District of Colombia'dır. Anayasa, ulusal hükümetin bünyesinin ana hatlarını tesbit eder. Yetkileri ile faaliyetlerini belirtir. Kendine has anayasa ve yetkilere sahip olan her eyalet de öteki işlerden sorumludur. Her eyalet; yönetim bakımından şehir, kasaba, nahiye ve köylere ayrılmıştır. Her eyaletin seçimle gelmiş kendi hükümetleri vardır.

Eyalet hükümetlerinde de, sistem, federal hükümet sisteminin hemen hemen aynıdır.Genelde ülke yönetiminde hep Cumhuriyetçiler üstündür.1993-2001 yılları arasında Demokratlar hem Temsilciler meclisinde hemde Beyaz Sarayda üstünlük kurdular. 2001 ve 2004 seçimlerinde kazanan cumhuriyetçiler oldu. ABD'de geniş bir siyasal görüş çeşitliliği olmasıyla birlikte genel olarak ABD'liler kendilerinin ya Amerikan Liberalizm'ine, Amerikan

muhafazakarlığına ya da ılımlı siyasal düşünceye bağlı olarak görürler. Amerikan liberalizminin amacı bireylerin sosyal ve sivil haklarını korumak ve genişletmenin yanı sıra hükümetin pozitif hakların sağlanmasında garanti olmasıdır. Bu sosyal gelişmecilik (Social progressivism); yani geleneksel düşünce ve doğmaları reddeden bilimsel bilginin doğru bilgi olduğunu savunan görüşüyle, serbest piyasa fikriyle Avrupa'da ortaya çıkan sosyal liberalizm fikrine benzemektedir. Avrupa'da ortaya çıkan sosyal liberalizm fikri insan hakları ve özgürlüklerine destek vermekte geleneksel değer ve inançlara karşı çıkarken sosyal boyutun yanı sıra ekonomik boyutu da içermektedir.

Amerikan muhafazakarlığı genellikle ekonomik liberalizm ve sosyal muhafazakarlık (social conservatism) fikrinin birleşiminden oluşmuştur. Ekonomik liberalizm fikri, Adam Smith'in liberal ekonomi teorisi'ndeki devletin ekonomik alandaki etkisinin minimum olmasına ve serbest piyasa ekonomisi fikrine dayanır. Sosyal muhafazakarlık fikri ise sosyal gelişmecilik fikrinin tersine davranış ve tutumların kültürel gelenekler ve geçmiş tarihle bağlı olduğu fikrini benimser, buyüzden tam anlamıyla bir yok saymanın mümkün olmadığını savunur.

Ancak bilinen anlamıyla sosyal muhafazakarlık toplumdan topluma farklılıklar gösterir. Bu yüzden tam olarak bir sosyal muhafazakarlık politikası ve alanı oluşmamıştır. Bununla birlikte kendini sosyal muhafazakar olarak nitelendiren büyük bir çoğunluğun varlığını da belirtmek gerekir. Fakat, bu sınıflandırma Amerikan toplumunun ideolojik farklılığını tam olarak yansıtmaz. Kişi yada parti'nin ideolojisi, ekonomik ve sosyal politikalarına bakılarak tanımlanabilinmektedir. Örnek olarak Amerikan nobel ödüllü ekonomist Milton Friedman (July 31, 1912 – November 16, 2006), sosyal politikalarda merkezin solunda yer alırken ekonomik politikalarda merkez sağın görüşlerini savunuyordu.

ABD'de kendilerini ılımlı olarak tanımlayanlar haricinde Liberalizm ve muhafazakarlık iki ana ideolojidir. Yoğun olarak bu iki ideoloji bireyler tarafından desteklenmektedir. Liberaller ve sosyal gelişme ideolojisini savunanlar bireysel özgürlükleri, sosyal gelişimi ve kültürel çoğunluk politikalarını desteklerken hükümetin eğitim, sağlık gibi toplumsal ihtiyaçları karşılamasını ve karma ekonomi fikrini savunmaktadırlar. Karma ekonomi fikri birden fazla ekonomik sistemin bulunduğu, özel teşebbüs ve devlet teşebbüsünün beraber olduğu yada kapitalist ve sosyalist ekonominin beraber uygulandığı sistemi nitelemektedir.

Muhafazakarlar genel olarak statükoyu savunan, çok inançlılığı, sosyal konularda gelenekselliğe bağlı ve ekonomiye devlet müdahalesinin az olmasını savunmaktadırlar.

Ilımlılar ise sağ yada sol eğilimli olan, kişisel bakış açılarına bağlı olarak liberal ve muhafazakar görüşler barındıran kesimler olarak tanımlandırılmaktadırlar. Son araştırmalara göre ılımlılar Cumhuriyetçi'lerden sonra gelen gelen ikinci büyük grubu oluşturmaktadırlar. Buda nüfusun %36 ve %39'nu temsil etmektedir.

ABD fiili olarak ikili bir parti sistemine sahiptir. Demokrat parti genel olarak liberal fikri savunurken, Cumhuriyetçi parti muhafazakar politikaları savunmaktadır. 2004 yılındaki resmi kayıtlara göre Demokrat Parti 77 milyon, Cumhuriyetçi Parti 55 milyon, Bağımsızların ve diğer partilerin ise 42 milyon kayıtlı üyesi bulunmaktadır. Örneğin bunlar Özgürlükçü Parti ve Yeşiller gibi küçük partilerden oluşarak, ABD'de siyasetinde küçük rol oynamaktadırlar. 2007 anketlerine göre Amerikalı'ların %35'i kendilerini ılımlı, %36'sı muhafazakar ve %25'i liberal olarak tanımlamaktadırlar. 2005 'te Araştırma kurumu Pew Research Center'in yaptığı araştırmaya göre belirlenen 9 gruptan ilk 3 grup sağ gruplar (the left), sol gruplar (the riğht) ve merkez gruplar (the middle) olmuştur. Bu katagorilere göre "sağ"; Çumhuriyetçiler, "sol"; demokratlar ve "merkez"; bağımsızlardır.[184]

3.5.1. Demokrat Parti (DNC)

Demokrat Parti ABD'nin iki büyük partisinden biridir. Diğeri ise Cumhuriyetçi Parti'dir. ABD'nin en eski siyasal partisidir. Aynı zamanda tartışmalı olsada dünyanın en eski siyasal partisi olarak da kabul edilmektedir. Demokrat Parti 1828 yılında kuruldu. 1860'lı yıllarda İç Savaş sırasında ikiye ayrıldı. Güneyli demokratlar kölelik yanlısıydılar. Kuzeyli demokratlar köleliğe karşı çıkıyorlardı. Cumhuriyetçi Parti bu ortam içinde köleliğe karşı olarak kuruldu ve Cumhuriyetçi aday Abraham Lincoln başkan seçildi. Güneyliler savaşı kaybettikten sonra uzun bir süre kuzeyin baskısı altında yaşadılar. Bu döneme "Yeniden Yapılanma" denir. Baskı ortamı güneyde büyük bir tepki yarattı ve bu tepkiyi kendi çıkarına kullanan Demokrat Parti güneyde özellikle beyazlar arasında büyük bir destek buldu. 1929 yılında New York Borsası'nda meydana gelen ani bir çöküntü Amerika'da 10 yıl süren bir ekonomik gerileme ve sıkıntı dönemini başlattı. Bu döneme "Büyük Gerileme" (The Great Depression) adı verilmiştir. Demokrat Parti'nin adayı Franklin D. Roosevelt bu dönemde başkanlığa seçildi ve

[184]**Political ideologies in the United States** (Birleşik Devletlerde Politik Düşünceler), Ziyaret tarihi; 18/01/2008, http://en.wikipedia.org/wiki/Political_ideologies_in_the_United_States

ekonomik gerilemenin etkisini azaltmak için sosyal sigorta, işsizlik sigortası gibi alanlarda birçok reformlar yaptı. İşte bu dönemde Demokrat Parti'nin ortanın solu çizgisi belirginleşmeye başladı. İç savaştan beri Cumhuriyetçi Parti'ye oy veren siyah Amerikalılar Demokrat Parti'ye yönelmeğe başladılar. İşçi sendikaları da Demokratik Parti'nin çalışanlara kazandırdığı hakların etkisiyle üyelerini Demokrat Parti'ye yönelttiler. Amerika'nın güneyinde Demokrat Parti'nin sahip olduğu destek yavaş yavaş kaybolmağa başladı. Bunun yerine büyük şehir merkezlerinin yoğunlaştığı kuzeydoğu, ortabatı eyaletleri ve Kaliforniya gibi batı bölgeleri Demokrat Parti'nin kuvvet merkezleri haline geldi.

Demokrat Parti'den seçilen başkan Bill Clinton 1990 yıllarında çok başarılı bir başkanlık dönemi yaşadı. Kalkınma oranı yükseldi. İşsizlik oranı düştü. Bütçe açığı kapatıldı. Amerikan ordusu dünya çapında sadece insancıl amaçlarla Bosna, Kosova gibi yerlerde müdahelelerde bulunmakla kaldı, Filistin-İsrail çatışmasında daha tarafsız bir tutum izledi. 2000'li yıllarda Demokrat Parti başkan adayları Al Gore (2000) ve John Kerry (2004) seçimleri kaybettiler. 11 Eylül 2001 Saldırısı'nın toplumda yarattığı olumsuz tepkinin de etkisiyle Amerika Birleşik Devletleri Cumhuriyetçi başkan George W. Bush'un önderliği altında daha saldırgan bir dış siyaset izlemeğe başladı. Fakat 2005 yılından sonra Amerikan toplumunda George W. Bush'un Irak siyasetine karşı hoşnutsuzluk düzeyi artmağa başlaması sonucu 7 Kasım 2006 tarihindeki ara seçimlerde büyük bir zafer kazanan Demokrat Parti 12 yıldan sonra tekrar hem Senato, hem de Temsilciler Meclisi'nin çoğunluğunu ele geçirmeyi başardı. [185]

2006 senato seçimlerinde 110 koltuğu kazanarak birinci parti olmuştur. Aynı zamanda eyalet valiliğinde de en fazla sayıya sahip olan partidir. 1890 yılından buyana liberal (sosyal liberal) bir duruş sergileyen partinin destekçileri iyi eğitimli ve zengin liberaller'den oluşmaktadır. 2004'te 169 milyon seçmenin %46 sı Demokrat Patinin üyesiydi. 72 milyon (%42) üyesi bulunan parti, 55 milyon(%32.5) Cumhuriyetçiler , 42 milyon(%24.8) Bağımsızlara oranla en fazla üyesi olan partidir.

Tarihi olarak parti seçmenleri çiftçiler, işçiler, dinsel ve ırksal azınlıklarından oluşurken, kayıtdışı iş ve finansa karşı görüşlere sahiptir. 1913'ten 1960'a kadar partinin temel politikasını dış politika oluşturuyordu. Genelde günümüzde Demokrat Parti siyah Amerikalılar, Katolikler, Yahudiler, göçmenler, kadınlar ve yüksek eğitimli kişiler arasında

[185] **Demokratik Parti (ABD),** Ziyaret Tarihi: 24/01/2008, http://tr.wikipedia.org/wiki/Demokratik_Parti_(ABD)

destek bulmaktadır. İşverenlerin ve büyük firmaların karşısında işçilerin ve çalışan kesimin yanında yer alır. Kürtaj haklarının kısıtlanmasına karşı kesin bir tavır almıştır. Eşcinsellerin ve diğer azınlıkların haklarını savunan bir siyaset izler. Devletin gerektikçe vergileri arttırarak, az gelirli yurttaşlara daha geniş olanaklar sağlaması yanlısı olan parti, özellikle Çevre sorunları konusunda titizlik göstermektedir. Dış siyaset konusunda Cumhuriyetçi Parti'ye göre daha ılımlı bir tutum sergilemektedir.[186]

DNC, 2000 yılında yapılan seçimlerden itibaren maviyi kurumsal rengi olarak kullanmaya başlamıştır. Aynı şekilde Cumhuriyetçi partide kırmızıyı kullanmaya başlamıştır. Seçim geçesi bütün medyada verilen seçim haritalarında Al Gore için mavi eyaletler, George W. Bush için kırmızı eyaletler kullanılmıştır. Partinin sembolü, resmi olarak kabul edilmemekle birlikte "Erkek Eşek" (jackass)'tır. 1828 yılında başkanlık adayı olan demokrat Andrew Jackson, rakipleri tarafından, görüşleri ve sloganı için "jackass" olarak nitelendirilmiştir. Fakat bu Andrew Jackson tarafından kampanya posterlerinde eşek kullanarak avantaja dönüştürülmüştür. Başkanlığı döneminde eşek, Ulusal Banka'nın kiralanmasına karşı çıkmasıyla Jackson'un inatçılığının da simgesi olmuştur.



Fotoğrafik Meteryal -5 DNC'ni Logosu

Thomas Nast, ünlü politik karikatürist ilk defa Eşek sembolünü 1870'te Harper's Weekly'de "ölmüş bir aslanı" tekmeleyen olarak gösterdi. Aslan Lincoln'un Sekreter'i War Edwin M. Stanton' sembolize ediyordu. Nast eşek sembolünü savaş karşıtlığı için kullanmıştı. Bu bağlamda Nast "Fil" sembolünün Cumhuriyetçi Parti ile anılmasına yardım etti. 1860 ve 1872'de Cumhuriteçi Parti karikatürlerde fil sembolüyle gösterilmesine rağmen, 1874'te yayınlanan Nast'in "Üçüncü Dönem Paniği" başlıklı karikatüründe hayvanları, emperyalizm'in simgesi olan Aslan postu giymiş eşekten kaçarken göstermiştir. Burada "Fil" Cumhuriyetçi seçmenleri simgelemiştir. 1880 yılından buyana eşek demokrat partinin fil ise Cumhuriyetçi partinin sembolü olagelmiştir. Demokratlar resmi olarak kabul etmemelerine rağmen çeşitli eşek dizaynları tanıtım çalışmalarında kullanılmaktadır. Cumhuriyetçilerin ise

[186] Demokratik Parti (ABD), **a.g.e.**

fil sembolünü resmi olarak kabul ederek ve tanıtım çalışmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Cumhuriyetçiler eşek sembolünü inatçı, aptal, gülünç olarak görürken, Demokratlar; alçakgönüllü, sade, zeki, cesaretli ve sevimli olarak değerlenirmektedirler.[187]



Fotoğrafik Meteryal-6 Nast'ın Demokrat Parti Karikatürü

3.5.2. Cumhuriyetçi Parti (RNC)

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki iki büyük partiden biridir. Diğeri Demokratik Parti'dir. Cumhuriyetçi Parti 19. yüzyılın ortalarında ABD'de köleliğin büyük bir tartışma konusu olduğu bir ortamda kurulmuştur. Kölelik, tarımın egemen olduğu güney eyaletlerinde yaygındı. Sanayinin egemen olduğu kuzey eyaletlerinde kölelik yasaklanmıştı. Daha önce kurulmuş olan Demokratik Parti köleliği savunan Güneyli üyeleri ile köleliğe karşı çıkan kuzeyli üyeleri arasında ikiye ayrılmıştı. Cumhuriyetçi Parti 1854 yılında güney eyaletlerinin köleliği yayma çabalarını önlemek amacıyla kuruldu. 1860 yılında ilk defa Cumhuriyetçi Parti'nin adayı Abraham Lincoln başkan seçildi ve kısa bir süre sonra Amerikan İç Savaşı patlak verdi. İç Savaşı Abraham Lincoln önderliğindeki kuzeylilerin kazanmasıyla kölelik sona erdi ve 19. yüzyılın geri kalan bölümünde Cumhuriyetçi Parti siyah Amerikalıların oylarını kolayca kazanmağa devam etti. Cumhuriyetçi Parti, ayrıca kadınların oy kullanma haklarını elde etmelerinde de büyük bir rola sahitir. 1896' da Cumhuriyetçiler kadınlara oy hakkı tanıyan ilk büyük parti olmuştur.

Fakat 20. yüzyıl başlarında Amerikan siyasetinde büyük değişiklikler oldu. Demokratik Parti'den seçilen başkan Franklin D. Roosevelt'in işçilere ve orta gelirli kesime verdiği haklar Demokratik Parti'yi liberal sol bir çizgiye oturttu. Cumhuriyetçi Parti ise muhafazakar kesimin savunucusu konumuna geldi. Partinin güneydeki tabanı büyüdü. Cumhuriyetçi Parti başkan Richard Nixon'un Watergate skandalı sonucu 1974 yılında başkanlıktan istifa

[187] **History of the Democratic Donkey** (Türkçe: Demokratik Eşek'İn Tarihi), Ziyaret Tarihi:24/01/2008, http://www.democrats.org/a/2005/06/history_of_the.php

etmesiyle büyük bir yara almasına rağmen Cumhuriyetçi başkan Ronald Reagan'ın başkanlığı döneminde tekrar başarıya ulaştı.

19. yüzyılın sonlarına ve 20. yüzyılın başlarında sırasıyla Eisenhower, Nixon, Ford, Reagan ve George W. Bush ABD başkanlığı yaptılar. Son ikisi döneminde soğuk savaşın kazanılmasıyla ABD, dünyanın birinci gücü konumuna yükseldi.[188] 1994 yılından beri Temsilciler Meclisi ve Senato seçimlerinde çoğunluğu elinde tutan Cumhuriyetçi Parti'nin 2006 seçimlerinde büyük bir yenilgiye uğradığı gözlendi. 2005 yılından sonra Amerikan toplumunda George W. Bush'un Irak siyasetine karşı hoşnutsuzluk düzeyi artmağa başladığı görülmektedir. 2000 yılında Cumhuriyetçi aday George W. Bush'un başkan seçilmesinden sonra Cumhuriyetçi Parti 6 yıl süreyle ABD'nin hem yasama hem de yürütme kollarına egemen olmuştu. 2007 yılında yasama kolu Demokratik Parti'nin eline geçerken, 2008 yılındaki başkanlık seçimlerine kadar başkanlık Cumhuriyetçi Parti'nin elinde kalacaktır.[189]

Cumhuriyetçi Parti, büyük oranda ekonomik muhafazakarlar, sosyal muhafazakarlar ve özgürlükçüleri içermektedir. Cumhuriyetçi Parti sosyal muhafazakar ve ekonomik olarak özgürlükçüdür. Parti genel olarak düşük vergilendirme ve devletin ekonomik sisteme sınırlı müdahalesini, ekonomik özgürlükleri desteklemektedir.

1980'lerde Cumhuriyetçi Parti daha muhafazakar olmuştur, önceye nazaran. Ronald Reagan 1981'deki açılış konuşmasında, sınırlı devlet fikrini şöyle ifade etmiştir. "Bugünkü problemlerde devlet çözüm değil, problemdir." Cumhuriyetçi Parti vergi yükünün azaltılması ve firmalara yasalarla getirilen kısıtlamaların azaltılması yanlısıdır. Sosyal konularda muhafazakar bir tutum izler. Özellikle dindar Protestan grupların (evangelist) desteğine sahiptir. Kürtaj'ın ve eşcinsel evliliklerin yasaklanması gerektiğini savunur. Protestan ağırlıklı Güney eyaletlerinde büyük bir desteğe sahiptir.

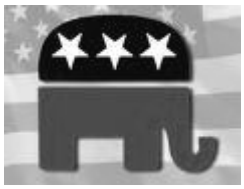
Partinin ismi (Republican Party) Cumhuriyetçi Parti, 1850'lerin ortasına doğru parti kurucuları tarafından seçilmiştir. İsim 1776 cumhuriyetçi değerler olan sivillerin hakları, aristokrasiye karşıtlık ve yolsuzluklara muhalif olma anlamları taşımaktadır. Uzun zamandır

---

[188] **The Republican Party - GOP History** (Türkçe: Cumhuriyetçi Parti Tarihçesi), 2008, Ziyaret Tarihi: 24/01/08, http://www.gop.com/About/AboutRead.aspx?Guid=a747a888-0ae6-4441-94f4-2a3a6561f872

Cumhuriyetçiler "G.O.P" olarak bilinmektedirler. Anlamı "Grand Old Party" yani "Büyük Eski Parti" anlamına gelmektedir. Orjinal anlamı ise "Cesur Eski Parti" anlamına gelen "gallant old party" dir.

2000 seçimlerinden sonra, resmi olarak kabul edilmese de kırmızı renk, Cumhuriyet Parti (GOP) ile ilişkilendirilmiştir. Parti için ilk defa yayın ve tanıtım araçlarında kırmızı renk kullanılmış ve medya ve halk tarafından kabul görmüştür. Seçim haritalarında George W. Bush için "red states" kırmızı eyaletler adı altında programlar yapılmıştır.[190]



Fotoğrafik Meteryal-7 RNC'nin Logosu

Cumhuriyetçi Parti'nin sembolü Fil'dir. 1874 seçimleri ortasında, Başkan Grant'ın daha önce görülmemiş şekilde üçüncü dönem başkanlık için aday olması üzerine Demokrat'lar seçmenleri korkutmaya çalıştırlar. Karikatürist Thomas Nast, Harper's weekly için Demokratların sembolü olan "Erkek Eşek"'in Cumhuriyetçi "Fil"'i korkutmaya çalıştığı bir karikatür çizdi. Daha sonra fil, resmi olarakta partililer ve parti tarafından benimsenmiştir.[191]



Fotoğrafik Meteryal-8 Thomas Nast'in Cumhuriyetçi Parti Karikatürü

Demokratlar Fil'i beceriksiz, aptal, kendini beğenmiş ve muhafazakar bulurken, Cumhuriyetçiler ise şefefli, güçlü ve zeki olarak nitelendirmektedirler.[192]

[190] **Republican Party (United States): Name and symbols**,(Türkçe: Cumhuriyetçi parti: isim ve Sembol), Ziyaret Tarihi: 24/01/2008, http://en.wikipedia.org/wiki/Republican_Party_(United_States)#_note-42
[191] GOP History (Türkçe: Cumhuriyetçi Parti Tarihçesi), **a.g.e.**
[192] **History of the Democratic Donkey;(**Demokratik Eşek'in Tarihi), Ziyaret Tarihi: 24/01/2008, http://www.democrats.org/a/2005/06/history_of_the.php

Ülkelerin ve siyasal partilerin siyasal kültürlerinin içinde ideolojileri, politikaları, tarihi gelenekleri, sembolleri, renkleri önemli bir yer tutmaktadır. Bu yüzden bunların bilinmesi ve anlaşılması partilerin siyasal iletişim çalışmalarında internet kullanım biçimlerinin de anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Günümüzde siyasal partilerde görsel kimliklerini internet ortamına taşıyarak aynı zamanda interneti propaganda aracı olarakta kullanırlar. Seçim zamanları sokakları kaplayan parti bayrak ve afişlerin işlevini benzer şekilde partilerin internet sayfalarında renkler, semboller yealmaktadır. Buda seçmenler üzerinde hatırlatıcı, parti algılamasını pekiştirici etki yapmaktadır. Ayrıca partiler seçmenlere kullandıkları renkler ve semboller yoluyla ideolojik ve kültürel mesajlar gönderirler.

Üç ülkenin ve siyasal partilerinin siyasal kültürlerine ve kullandıkları sembol ve renklere bakıldığında partilerin söylem ve politikalarına uygun renk ve sembol seçtikleri görülmüştür. Kimi zaman bu semboller kamuoyu tarafından da partilere atfedilemektedir. Çalışmamızda incelenen web sayfalarında renk ve sembollerin bütün partiler tarafından kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu yolla partilerin kimliklerini pekiştirerek farklılık ve farkındalık yaratmayı amaçladıkları söylenebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Siyasal İletişim Aracı Olarak Partilerin Web Sayfalarının Analizleri

4.1. Araştırmanın Yöntemi

İncelenen partilerin web sayfalarının fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin nekadar donanımlı olduğu, bu içerikleri nekadar yoğun sunabildikleri, hedef kitleleri ile interaktif bir iletişim kurma bağlamında internetin siyasal iletişimde kullanım amaçlarının neler olduğu, yeni teknolojilerin web sayfalarına yansıması ve bunu ne kadar sağlayabildikleri ortaya çıkarılacaktır. Araştırma dahilindeki veriler tablolar ve grafiklerle gösterilecektir. İncelemeye dahil edilen her partinin web sayfası, fonksiyon özellikleri dahilinde bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım, kampanya ve seçim bilgileri indeksleri ve sunum özellikleri dahilindeki görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilirlik/izlenme indekslerini içerme kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Ayrıca yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli iletişim biçimlerinin web sayfalarında yer alıp almadıkları incelenecektir. Web sayfası analizindeki puanlama sistemine ayrıntılı olarak ekler bölümünde yer verilmiştir.

Araştırmanın yöntem bölümü Gibson, Ward, Margolis, Resnick ve Ward'un "Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis (Türkçesi: İnternet Üzerinde Seçim Kampanyaları, US ve UK Karşılaştırmalı Analizi)" adlı makalesi temel alınarak hazırlanmıştır.[193] (2001) Bu makale İngiliz ve Amerikan Partilerinin ve adaylarının 2000 ve 2001 seçimleri boyunca internet (WWW) üzerinden yürüttükleri online seçim kampanyalarının karşılaştırmalı analizini içermektedir. Bu makalenin temel sorunsalları; iki ülkenin parti ve adaylarının seçim dönemi süresince kampanya aracı olarak internet kullanımındaki amaçları ve farklılıklarının neler olduğu ile partilerin mesaj iletiminde internetin geleneksel medyaya kıyasla küçük partilere karşı daha az eşitsiz bir ortam sağlayıp sağlamadığı üzerine kurulmuştur. İlgili araştırmada yöntem olarak görüşme, web sayfalarının içeriklerinin incelenmesi ve sorgulama (anket) teknikleri uygulanmıştır. Bu çalışmada ise yöntem olarak Gibson ve arkadaşlarının uyguladıkları yönteme bağlı kalınarak, internet

[193] Gibson ve diğerleri, **a.g.e**.

teknolojisinin getirdiği yeni yöntemlerde (youtube vidio, blog, facebook vb.) ek olarak sorgulanmıştır.

4.1.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Web sayfası analizi, oldukça yeni bir çalışma alanı olduğundan bu alandaki çalışmalar hala sınırlı sayıdadır. Bu analizlerde kullanılan yaklaşımlar kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmalarda temel olarak sitenin amacı ve dizaynı ön plana çıkarılmıştır. İnternetin siyasal amaçlı kullanımından hükümetler, kamu kurumları, siyasal partiler, resmi kuruluşlar, uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşları, şirketler vb. birçok organizasyon yararlanmaktadır. İnternetin siyasal iletişim aracı olarak kullanımının geçmişi oldukça yeni olmasına rağmen siyasal aktörler tarafından internet, seçmenlerine ve kamuoyuna ulaşmada, bilgi verme ve propaganda çalışmalarını yürütmede yeni fırsat alanı olarak görülmektedir.

Siyasal partiler ve organizasyonlar için televizyon, radyo ve gazete gibi temel kitle iletişim araçlarının yanı sıra internet, siyasal partilerin enformasyon ve mesaj iletiminde önemli bir araç niteliği kazanmıştır. İnternet ortamında siyasal parti ve siyasal aktörler tanıtım ve propaganda çalışmalarını yürütmek için çoğunlukla siyasal parti web sayfalarını kullanmaya başlamışlardır. Bu yüzden oldukça yeni bir iletişim kanalı olan internet üzerinde böyle bir araştırma yapmak partilerin internete bakış açılarını ortaya çıkaracak ve siyasal iletişim olgusunun internete uyarlanış biçimini anlamamıza yardımcı olacaktır. Bu çalışmada internetin siyasal iletişimde kullanımı, siyasal partilerin web sayfaları özelinde incelenecektir. Siyasal partilerin web sayfaları yoluyla interneti kullanış biçimleri ve amaçları fonksiyon ve sunum özelliklerine göre incelenecektir.

Bu çalışmanın amacı araştırma dahilindeki siyasal partilerin, web sayfaları yoluyla neleri amaçladıkları ve interneti web sayfaları özelinde nasıl kullandıklarının belirlenmesidir. Ayrıca farklı ülkelerdeki farklı siyasal partilerin interneti kullanış biçimlerinin karşılaştırmalı analizini yaparak, siyasal partilerin yeni teknolojilerden yararlanma yeteneklerinin ve kullanım farklılıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

4.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada temel olarak, "web sayfalarının siyasal iletişim alanındaki kullanım amaçları doğrultusunda ülkeler arasında farkların bulunmaktadır ve teknolojik gelişmişlik düzeyindeki farklılıkların siyasal iletişim alanında internet kullanımına olası etkileri vardır" ile "internet diğer kitle iletişim araçlarına oranla siyasal partilere çift yönlü iletişim fırsatları sunmaktadır" sorunsalları incelemeye tabi tutulmuştur. Bu sorunsalların gerçekliliklerini ortaya koymak amacıyla Türkiye'den, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), İngiltere'den İşçi Partisi (LABOUR) ve Muhafazakar Parti (TORY), ABD'den Cumhuriyetçi Parti (RNC) ve Demokrat Parti (DNC)'nin web sayfaları incelenecektir.

Bu partilerin incelemeye örneklem seçilmesinin temel nedeni ülkemizdeki iktidar partisi AKP ve anamuhalefet partisi CHP'nin; İngiltere ve Amerika Birleşik Devletlerindeki iktidar ve ana muhalefet partileri ile benzer ikili bir siyasal düzleme yerleşmiş olmasıdır. Her üç ülkede de iktidar ve ana muhalefet partileri çalışmaya dahil edilmişlerdir. Bu yolla iktidar partileri ile anamuhalefet partilerinin interneti kullanış biçimleri, nedenleri ve farklılıkları partilerin web sayfaları örneğinde incelenecektir. Çalışmaya yukarda belirtilen siyasal partilerin seçilmesinin sebeblerinden bir diğeri ise ABD ve İngiltere'nin internetin ortaya çıkışında ve siyasal iletişim aracı olarak siyasal partiler tarafından kullanımında öncü ülkeler olmasıdır. Ayrıca siyasal partilerin İnternetle ilişki düzeyleri ve bu ilişkilerinin genel siyasi yaşamla etkileşim boyutları, doğurduğu sonuçlar üzerine yapılan ilk çalışmaların Birleşik Krallık (İngiltere) ve Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet gösteren siyasal partiler üzerinde gerçekleştirilmiş olmasıdır.

Türkiye'de internetin siyasal iletişim aracı olarak kullanımı ve bu alanda yapılan araştırmalar diğer iki ülkeye göre oldukça yenidir. Bu iki ülke bilgisayar teknolojisini üreten, siyasal iletişim alanında kullanan öncü ülkelerdir, Türkiye ise üretilmiş teknolojiyi kullanan ve siyasal iletişim aracı olarak kullanımından etkilenen ülke konumundadır. Üç ülkedeki siyasal partilerin internet kullanımlarının web sayfaları örneğinde karşılaştırmalı analizi, siyasal partiler tarafından internet kullanım amaçlarının ve ülkelerarası internet kullanım farklılıklarının ortaya çıkarılmasını sağlayacaktır.

4.1.3. Araştırmanın Zaman Planlaması

Altı siyasal partinin web sayfaları 24 Aralık 2007-15 Ocak 2008 tarihleri arasında 3 haftalık bir incelemeye tabi tutulacaktır. Bu tarihin seçılmesinin nedeni, üç ülkede siyasal koşulların benzer olmasıdır. Siyasal partiler tam olarak herhangi bir seçim kampanyasının içinde bulunmamaktadırlar. Partiler en yakın genel yada yerel seçime yaklaşık 1 yıl uzaklıktadır. Bu da partilerin normal koşullarda web sayfalarını kullanış biçimlerini eşit kılmaktadır. Üç hafta boyunca araştırma dahilindeki bütün siyasal partilerin web sayfaları araştırma yöntemine bağlı kalınarak incelenecektir.

4.2. Türkiye İngiltere ve ABD' deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Karşılaştırmalı Analizi

4.2.1. Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi

	Bilgi Akışı	**Kaynak Toplama**	**İç-Dış Haberleşme Ağı**	**Katılım**	**Kampanya Seçim Bilgileri**
AKP	**14**	**1**	**5-2**	**4**	**8**
CHP	**12**	**1**	**3-4**	**3**	**8**

Tablo-6 Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları

Bilgi Akışı

Türkiye'deki siyasal partilerin, web sayfalarını kamuoyuna ve seçmenlere bilgi akışı sağlama amaçlı kullandıkları ortaya çıkmıştır. Bu özellikten dolayıda yukardan- aşağıya iletişim tarzının hakim olduğu söylenebilir. Genel olarak iki partinin web sayfasında parti yapısı, politikalar, birimler, teşkilatlar, lider ve partililer hakkında bilgiler, seçim beyannameleri, tüzük ve proğramlar, seçim haberleri, partilerin görsel dökümanları, anketler, dükümanlar, basında çıkmış lider ve parti haberleri, liderlerin basın açıklamaları ve mesajları yer almaktadır.

AKP'nin web sayfasında CHP'den farklı olarak daha yoğun bir bilgi akışı olduğu gözlemlenmiştir. AKP'nin ana sayfasında partinin tarihçesine yer verilmezken CHP'nin sayfasında partinin tarihçesine yer verilmiştir. AKP'nin sayfasında 22 Temuz 2007 seçim sonuçları ayrıntılı olarak grafiklerle gösterilmiş, bütçe bilgilerine ve hükümetin icraatlerini

anlatan “ak icraatler” linkine yer verilmiştir. Buna karşılık CHP’nin web sitesinde basında çıkan CHP ilgili haberlere ve AKP ile ilgili olumsuz haberlere ve yazılara yoğun olarak yer verildiği görülmektedir. CHP’nin Web sayfasında periyodik olarak yayınlanan ve partiyle ilgili haberlere ve yazılara yer verilen “Basında CHP” linki bulunurken, AKP’nin ana sayfasında parti ile ilgili haberlere yer verilen “Medya” linki bulunmaktadır.

Kaynak Toplama

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında, her iki partide de bağış toplama adı altında bir link mevcut değildir. Bunda Türkiye’de siyasal partilerin kuruluş ve amaçlarına ilişkin kanun etkili olmaktadır. Ayrıca iki web sayfasında da parti ile ilgili ürünlerin satılarak partiye gelir sağlandığı bir bölüm de bulunmamaktadır. Üyelik indeksi acısından AKP’nin web sayfasında online üyelik başvurusu linki bulunmasına karşı CHP’nin sitesinde e-mail listesine katılım linki vardır. Diğer katılım olanaklarından iki partinin de yararlanmadığı gözlemlenmiştir.

İç ve Dış Haberleme Ağı

Haberleşme fonksiyonu açısından AKP web sayfasında iç haberleşmeye yönelik indeksler yoğun olarak bulunmaktadır. Parti birimlerine, yerel teşkilatlara, partililere, belediyelere ait linkler bulunurken dış haberleşmede ise kamu kurumlarına, yerli ve yabancı medyaya ait gazete, dergi ve tv’lere ait linkler bulunmaktadır. CHP’nin ana sayfasında Avrupa Birliğine ve Sosyalist Enternasyonel’e linkler bulunurken AKP’nin web sayfasında olduğu gibi yoğun değilse de parti birimlerine, yerel teşkilatlara, belediyelere ve yerli ve yabancı basına ait linkler mevcuttur. İki partininde kendilerine ait olmayan belediyelere, sivil tolum örgütlerine, etnik ve dini gruplara ait linkler bulunmamaktadır. Dış haberleşme bağlamında partizan ve ticari linklere rastlanmamıştır.

Katılım

Katılım indeksine bakıldığında her iki sitede de oldukça klasik yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. Her iki sitede de e-yönetim linki bulunmaktadır. CHP’nin sitesinde başkana ve milletvekillerine ulaşmak için e-posta kullanılırken parti ile iletişimde iletişim platformu bulunmaktadır. AKP’de partililerle iletişim için e-posta ve ziyaretçi defterinin yanısıra AKİM birimi aracılığıyla istek-talep formları ve bakanlara, AKP milletvekillerine ve AKP birimlerine ulaştırılmak üzere başvuru formları yer almıştır. Her iki sitede karşılıklı iletişime büyük katkı sağlayan ve son yıllarda popüler olan tartışma forumlarına, chat (sohbet)

gruplarına, bloglara ve facebook uygulamasına rastlanmamıştır. Halbuki ülkemizde internet kullanımının önemli bir kısmı sohbet ve eğlence amaçlıdır. İki sitede de aşağıdan yukarıya iletişimin yeterli olmadığı görülmekte, yöntemlerin oldukça klasik olduğu gözlenmiştir. Ancak AKP'nin aşağıdan yukarı ve yatay iletişim kanallarının CHP'ye oranla daha fazla olduğunu söylenebilir. CHP'de e-posta listesine katılım linki mevcuttur.

Kampanya ve Seçim Bilgileri

Kampanya ve seçim bilgileri fonksiyonu, her iki sitede de 22 Temuz 2007 Genel Seçimleri ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. CHP'de sadece seçimle ilgili mitingler, adaylar, seçim bildirgesi ve seçim şarkılarına yer verirken seçim sonuçlarına yer vermemiştir. AKP ise CHP'nin aksine 2007 genel seçimlerine geniş yer ayırmıştır. AKP web sayfasının sol yanında 2007 Genel Seçimleri, 2002 Genel Seçimleri ve 2004 Yerel Seçimlerinin sonuçlarını, partinin renklerinden biri olan turuncu ile alt alta 3 ayrı Türkiye haritası ve grafik üzerinde göstermiştir. Yine partinin ana sayfasında seçim sonuçlarını belirten "seçim sonuçları" linki bulunmaktadır. Her iki partininde web sayfasında seçim kampanyalarına ait bayraklar, afişler, miting konuşmaları ve görüntüleri yer almaktadır. İki sitede de logonun indirimi mümkündür. CHP'de yürütülen kampanyalarla ilgili bilgi bulunmazken AKP'nin sitesinde AKİM birimi tarafından yürütülen kampanyalar hakkında bilgi verilmektedir. İki parti de anasayfada gençlik ve kadın kolları linklerine yer vermiştir. Partilerin genç ve kadın seçmenleri öncelikli hedef kitleleri olarak konumlandırdığı görülmektedir.

4.2.2. İngiltere'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi

	Bilgi Akışı	**Kaynak Toplama**	**Haberleşme Ağı İç-Dış**	**Katılım**	**Kampanya Seçim Bilgileri**
Labour	**13**	**8**	**5-4**	**8**	**5**
Tory	**19**	**9**	**4-4**	**8**	**6**

Tablo-7 İngiltere'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları

Bilgi Akışı

İngiltere'deki Siyasal partilerin web sayfalarına bakıldığında bilgi akışının Türkiye'dekilere oranla benzer oranda olduğu görülmüştür. Ancak bunların sunumu daha profesyonel tekniklerle yapılmıştır. Genel olarak bakıldığında, parti tarihçesi, parti yapısı, partilerin

vizyonu ve misyonu, kim kimdir, partinin üyelikleri, gruplar, politikalar, icraatlar, kampanyalar, raporlar, seçim bilgileri, haberler, basın açıklamaları gibi bilgilere yer verilmiştir. Özellikle parti politikaları ayrıntılı şekilde yer almaktadır. Tory'nin web sayfasının bilgi akışı yönünden Labour'un web sayfasına oranla daha yoğun olduğu gözlenmiştir. Her iki parti sitesinde de birbirlerinin politikasını eleştiren haber ve açıklamalara sıkça yer verilmektedir.

İki partininde multi medya uygulamalarını yoğun olarak kullandıkları görülmüştür. Tory'nin web sayfasında Conservatives.tv, Speeches, webcameron, Davids Diary, vidios likleri bulunmaktadır. Yukardan aşağı iletişim etkili iken, yatay iletişimin her iki sitede de liklere bakıldığında yoğun olmadığı saptanmıştır. He iki sayfada da AKP ve CHP web sayfalarında olmayan gizlilik politikası uygulanmaktadır. Labour'un web sayfasında olay ve zaman takvimi bulunmazken Tory'nin sayfasında olay takvimi bulunmaktadır.

Kaynak Toplama

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında, her iki partide de bağış toplama linkleri bulunmaktadır. Partinin tanıtımında kullanılan ürünlerin satılarak partiye gelir sağlandığı bölümler iki sayfada da yer almıştır. "Donate" (bağış) adı altında her iki partinın anasayfasında linkler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra her iki partide de online üyelik, üyelik yenileme, parti için çalışmayı amaçlayan; gönüllülük, parti üyeliğine arkadas davet etme, partiyi destekleyen gruplara üyelik linklerine yer verilmiştir. Yine aynı şekilde listelenmiş e-mail adreslerine kayıt linkine yer verilmiştir. Tory'nin web sayfasında partiye gelir sağlamak amacıya online kitap satışı yapılabilirken, Labour'un web sayfasında da parti amblemli bardaklar (kupa), bandaj ve posta kartları gibi hediyelik eşyalar online satışa sunulmuştur.

İç ve Dış Haberleşme Ağı

İç ve dış haberleşme fonksiyonuna bakıldığında Labour ve Tory'nin birbirine yakın derecede yoğunluk gösterdiği ortaya çıkmıştır. Labour'da iç haberleşme parti birimleri, milletvekilleri, bakanlar, yerel parti büroları, organizasyonlar ve partiye bağlı kuruluşlardan oluşmaktadır.

Dış haberleşmede ise sivil toplum örgütleri, üniversiteler, yerel gruplar, ticari örgütler vb. linkler bulunmaktadır. Partizan link indeksinde ise Avrupa Parlemontosu Labour Parti ve alt birimleri ile parti blogunda "opposition links" adında muhalefet partilerine ait linkler

bulunmaktadır. Tory'de ise parti birimlerine, milletvekillerine, yerel parti birimlerine ve derneklere ağırlıklı olarak link verilmiştir. Ayrıca "useful links" adı altında yerel ve uluslarası örgütlere ait linkler bulunmaktadır. Bunların ağırlıklı olarak partinin politik görüşüne benzer görüşteki organizasyonlar olduğu görülmüştür.

Katılım

Katılım fonksiyonunu sağlayan teknikler iki partinin web sayfasında da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Labour'un web sayfasında üye olma, üyelik yenileme, gönüllü üyelikler, grublara katılma, e-posta gönderebilme, forum , blog, e-yönetim linkleri mevcuttur. Tory'nin sayfasında ise partiye katılım, üyelikler, e-mail, gönüllü üyelik linkleri ve "meet us" linkiyle hem partililer hemde yöneticiler ile buluşmayı sağlayan organizasyon linklerine yer verilmiştir. Labour'a ait parti blogları varken bunun Tory'nin ana sayfasında bulunmadığı, bunun yerine başkana ait blogun yer aldığı görülmüştür. Labour'da e-mektup linki ve Tory'de e-mail linki mevcuttur. Her iki sitede de seçmen kaydı linki bulunmaktadır. Her iki sayfada da geri bildirim ve karşılıklı iletişim fonksiyonları açısından üst düzeyde oldukları görülmüştür. Tory'nin web sayfasında e-dilekçe seceneği mevcutken Labour'da bu seçeneğe rastlanmamıştır. Ayrıca her iki sayfada da yer alan haberlere yorum yazmak mümkündür. Ayrıca Tory'nin web sayfasında Facebook uygulaması da mevcuttur. Aşağıdan yukarıya iletişim, iki partinin web sayfasında Türkiye'deki partilere oranla oldukça iyi durumdadır. İki parti'nin web sayfası interaktif ve katılımcı iletişim açısından oldukça gelişmiş bir düzeydedir.

Seçim ve Kampanya Bilgileri

Seçim ve kampanya fonksiyonuna bakıldığında her iki web sayfada da seçim dönemi olmamasından dolayı seçim haberlerinin az olduğu görülmüştür. Tory'nin sayfasında kampanyalar linki mevcut olup yürütülen kampanyalar ile ilgili haberler bulunmaktadır. İki partinin de web sayfalarında birbirleri ile ilgili olumsuz haberler yoğun olarak yayınlanmaktadır. Tory'nin web sayfasında Labour'a ilişkin daha fazla olumsuz haber ve bilgi yer almaktadır. Genel olarakta muhalefet partilerinin web sayfalarında iktidar partileri ile ilgili yoğun olumsuz eleştiri ve haberlere yer verilmiştir. Ayrıca Labour'un web sayfasın da "young labour" ve "winning for women" link'leri mevcuttur, buda partinin gençler ve kadın seçmenlerin oylarını kazanmaya önem verdiğini göstermektedir. Hatırlanacağı üzre aynı linkler Türkiye'deki web sayfalarında da bulunmaktadır. Her iki partide de e-mail

listesine katılım linki mevcuttur. E-mail katılım linkleri partilere siyasal faliyetleri ve seçim propaganda faliyelerini seçmenlere duyurmak için veri kaynağı işlevi sağlamaktadır.

4.2.3. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyon Analizi

	Bilgi Akışı	Kaynak Toplama	Haberleşme Ağı İç-Dış	Katılım	Kampanya Seçim Bilgileri
RNC	**9**	**9**	**4-5**	**9**	**8**
DNC	**11**	**12**	**4-4**	**7**	**8**

Tablo-8 Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları

Bilgi Akışı

ABD'deki RNC ve DNC'nin web sayfalarının fonksiyon özelliklerine baktığımızda her iki partinin de bilgi akışı açısından oldukça zengin içeriğe sahip oldukları, dolayısıyla yukarıdan aşağıya doğru gerçekleşen bilgi iletişim akışı konusunda iyi bir performans sergiledikleri görülmüştür. Her iki parti de web sayfaları yoluyla basın bildirilerini yayınlamaktadır. Genel olarak, partinin tarihçesi, yapısı, mevzuatları, organizasyonlar, parti liderleri, ideolojisi, seçmen grupları, parti politikaları ilgili geniş bilgiler yer almaktadır. RNC'nin web sayfasının daha renkli ve yoğun olmakla birlikte vidiolar, dilekçe başvuruları, bağış linkleri ve online shop seçeneğine ana sayfada link verilmiştir. Yaklaşan başkanlık seçimleri dolayısıyla her iki partinin ana sayfasında seçim ve adaylar ve birbirleri ile ilgili olumsuz haberlere yer verilmiştir. DNC'nin web sayfasında bloglara, ulusal, yerel ve marjınal gruplarla ilgili linkler bulunmaktadır. Her iki web sayfasında da gizlilik politikası ve olay takvimine yer verilmiştir.

Kaynak Toplama

Kaynak toplama fonksiyonu her iki sitede de yoğun bir şekilde yer almaktadır. Yardım toplama, ticaret indeksi, yan üyelikler, listelenmiş e-posta adresleri, indirelebilir posta-form, online ödeme ve üyelik olanakları vardır. DNC'de Democracy Bonds adı verilen partiye destek kartları satılırken, RNC'de partiye gelir getiren online shop olanağının daha yoğun olduğu görülmüştür. Partinin online shop listesinde parti anahtarlığı, şapka, t-şört, mp3 çantası, parti maskotu fil vb. kampanya malzemeleri satılmaktadır. Yardım toplama indeksi

RNC'nin ana sayfasında daha büyük çerçevelerle belirtilmiştir. Her iki partinin sitesinde seçmen kaydı linki bulunmaktadır. Ayrıca kongreye, senatoya ve seçim ofisine yazı ve web sayfasının editörüne mektup/haber yazma olanağı mevcuttur. İki partide de bu yöntemler aracılığı ile yukardan aşağıya- aşağıdan yukarıya iletişim çok iyi durumdadır.

İç ve Dış Haberleşme Ağı

İç ve dış haberleşme indeksi bakımından iki web sayfanında orta düzeyde oldukları gözlemlenmiştir. İki sayfada da etnik köken olarak farklı seçmen gruplarının linkleri mevcuttur. Afrikalı Amerikalılar, Asya pasifik kökenli Amerikalılar, hispanikler, yerel Amerikalılar, gençler ve kadınlar vb. insan gruplarına yönelik politikalar yer almaktadır. Diğer iki ülkedeki partilerin web sayfalarında burdaki kadar seçmen grupları farklılaşmamıştır. Bunun ana nedeni Amerikan milletinin çok sayıda farklı insan topluluğundan biraraya gelmesinden kaynaklanmaktadır. Muhafazakar tutumuyla bilinen RNC'nin sitesinde bazı dini temelli linklere yer verilmesi dikkat çekicidir. Katolikler,yahudiler bu gruplar arasında yer almıştır. Bunun yanısıra DNC'nin sitesinde gay ve lezbiyen (eşcinseller) gibi marjinal gruplara ilişkin linklere rastlanmıştır. Yine RNC'nin sayfasında yerel eyaletlerdeki RNC partilerine ve partiyle ilişkin gruplara ait linklere yer verilmiştir.

Katılım

Katılım fonksiyonu, iki sayfada da Türkiye ve İngiltere'deki partilerin web sayfalarından daha yoğun bir konumdadır. Blogların iki parti tarafından da yoğun bir biçimde kullanıldığı gözlemlenmiştir. Partilerin ana sayfalarında yer alan Bloglar partilere, seçmenlerle olan interaktif iletişiminde katkı sağlamaktadır. Yine her iki sitede de e-yönetim, e-mail, seçmen kayıtları, seçim ofisine yazışma, senato ile yazışma, online üyelikler, gönüllü parti için çalışma ve grup linkleri mevcuttur. Partilerin web sayfalarında kamuoyu araştırmalarına da yer verilmiştir.

RNC'nin sitesinde "The GOP Networks" linki ile izleyicilere birçok yeni bağlantı olanakları sunulmuştur. Bunlar siteye daha kolay ulaşmayı ve katılımı arttımayı amaçlamaktadır. Bunlar MyGOP, digg,del.icio.us, Technorati, reddit, flickr, youtoub, Stumbleupon, Twitter'dir. Bunlar özetle kullanıcıların, siteyle iletişimini kolaylaştırmak, siteyi sık kullanılanlara ekletmek, vidio ve resim donanımlarından yararlanılmasını sağlamaktadır. Örneğin myGOP

uygulaması partinin kullanılcılara sunduğu bir blog uygulamasıdır. Burda kullanıcılar kendi bloglarını oluşturabilirler, fikir düşünce ve görüşlerini bu yolla duyurabilirler. DNC'den farklı olarak facebook uygulaması da mevcuttur. Parti'nin web sayfasında forum bölümleri bulunmaktadır. Ayrıca "Gop Mobile" uygulamasıyla parti son gelişmeleri, haberleri kullanıcıların cep telefonlarına gönderebilmektedir. RNC'nin web sayfasının teknolojik olarak üstün özellikler taşıdığı görülmüştür.

Kampanya ve Seçim Bilgileri

Kampanya ve seçim haberleri fonksiyonu açısından iki web sayfasında da 2008 Kasım ayında yapılacak başkanlık seçimleri ile ilgili haberlere yer verilmiştir. Bazı eyaletlerde DNC'nin başkan adaylarına yönelik ön seçimlerin başlamış olması seçim kampanyasının internet üzerinden kısmen başladığını göstermektedir. İki sitede de adaylar ve partiler ile ilgili olumsuz haberlere yer verilmiştir. Eyaletler ve başkan adayları ile bilgiler partilerin ana sayfalarında yer almıştır. Ayrıca partilerin sürdürdükleri kapanyalar hakkında bilgi ve dökümanlar ile seçim ve adayar hakkında basında yer alan bilgiler yoğun olarak partilerin web sayfalarında bulunmaktadır.

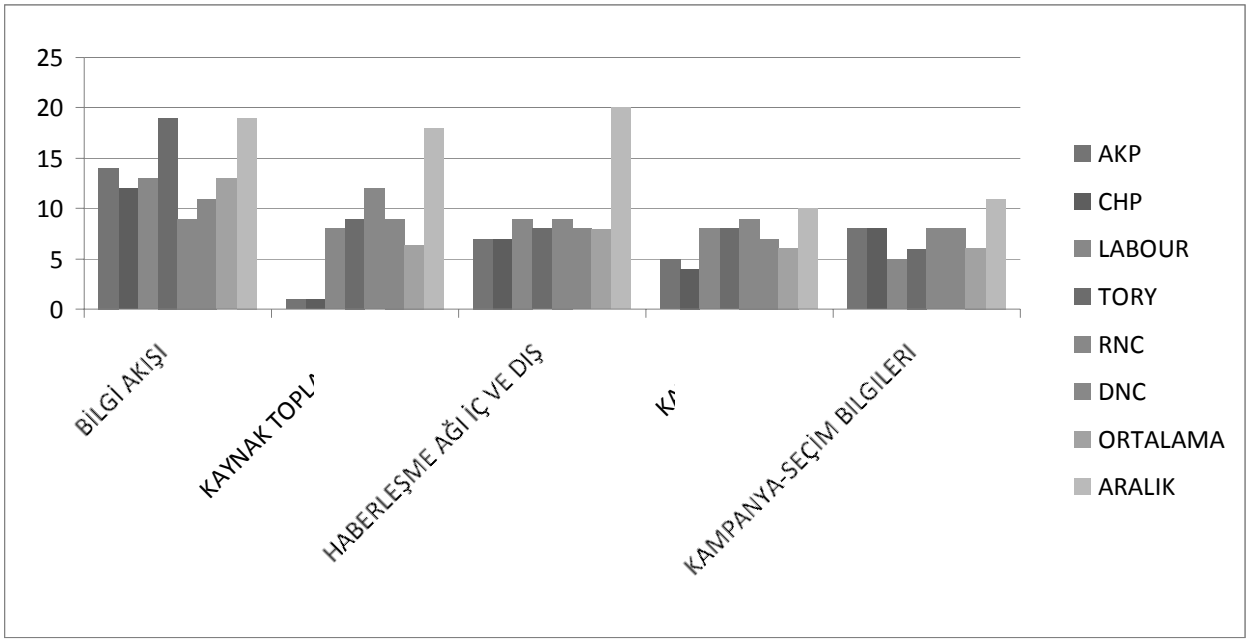
Her iki web sayfasında da partilerin birbirlerine karşı yaptıkları olumsuz propaganda faaliyetlerine ve ziyaretçileri parti üyesi yapmak için gösterilen yoğun çabaya ait çalışmalar mevcuttur. DNC'nin web sayfasında "A 50 state Strategy" adında bir linke yer verilerek parti politikaları hakkında geniş bilgilere yer verilmiştir. Link aracılığıyla DNC'nin 50 eyalette nasıl seçim kazancağına yönelik stratejiler yeralmaktadır. Yine aynı şekilde "The War in Iraq" linkiyle Irak savaşını tüm yönleriyle anlatmak suretiyle RNC'nin Irak politikası özelinde dış politikasını eleştirmektedir. Her iki web sayfasında da e-mail listeleme linki mevcuttur. Fonksiyon özellikleri açısından RNC'nin web sayfası daha renkli ve yoğun bir görünüm sunmaktadır

4.2.4. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Fonksiyonlarının Analizi

	AKP	CHP	LABOUR	TORY	RNC	DNC	ORTALAMA	ARALIK
Bilgi Akışı	**14**	**12**	**13**	**19**	**9**	**11**	**13**	**0-20**
Kaynak Toplama	**1**	**1**	**8**	**9**	**12**	**9**	**6.4**	**0-18**
Haberleşme Ağı İç-Dış*	**5-2**	**3-4**	**5-4**	**4-4**	**4-5**	**4-4**	**4.1-3.8**	**0-5-15**
Katılım	**4**	**3**	**8**	**8**	**9**	**7**	**6.1**	**0-10**
Kampanya-Seçim Bilgileri	**8**	**8**	**5**	**6**	**8**	**8**	**6.1**	**0-11**

Tablo 9 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Fonksiyonları

***Tablo 3'ün Grafikle gösterimde iç ve dış haberleşmenin toplamları ile toplam aralık dikkate alınmıştır.**



Grafik -2 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Fonsiyonları

Araştırma dahilindeki partilerin fonksiyon özelliklerine bakıldığında genel olarak bilgi akışı indeksinin bütün partiler tarafından yaklaşık düzeylerde kullanıldığı görülmüştür. Denilebilirki siyasal partiler, web sayfalarını öncelikli olarak parti ve siyasal aktörlerin tanıtılması, politikaların ve haberlerin duyurulması amacıyla kullanırlar. Kaynak toplama ve

katılım fonksiyonlarının Türkiye'deki partilere nazaran İngiltere ve ABD'deki siyasal partilerin web sayfalarında daha yoğun kullanıldığı görülmüştür. İnternetin siyasi karar alma ve uygulama süreçlerine etkisi düşünüldüğünde İngiltere ve ABD'deki partilerin web sayfalarında yoğun olarak gerçekleştirilebilme potansiyeli olduğu söylenebilir. Her iki partininde seçmenlerine parti politikalarına ve karar alma süreçlerine katkı sağlayabilecekleri katılım olanakları yarattığı görülmüştür. Partilere bağış yapılabilmesi, gönüllülerin parti çalışmalarına katılımı, grup linkleri ve online satış seçenekleri partilerin web sayfalarında yer almaktadır. İç ve dış haberleşme fonksiyonlarının Türkiyedeki partilerde parti içi, parti teşkilatları, devlet kurumları, sınırlı basın ve yayın organlarına ait linkler ile sınırlı tutulurken İngiltere ve ABD'de uluslarası dernekler, dini ve etnik gruplar, marjınal gruplara ait linklere yer verildiği görülmüştür.

Seçim ve kampanya haberlerinde ülkelerin içinde bulunduğu seçim sürecine göre değişikliklere rastlanmıştır. Türkiye'deki web sayfalarında 2007 Temmuz ayında yapılan yerel seçim ile ilgili haberlere rastlanırken ABD'de 2008 Kasım ayında yapılacak seçimler öncesi yapılan ön seçimlerle ilgili haber ve bilgilere yer verilmektedir. İngiltere'de yakın gelecekte herhangi bir seçim olmadığından haberlerın yoğun olmadığı gözlenmiştir. Ayrıca partilerin web sayfaları aracılığı ile birbirleri hakkında yoğun bir şekilde olumsuz haber ve yayınlar yaptığı görülmüştür.

4.3. Türkiye, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi

4.3.1 Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının sunum Analizi

	Görsellik	Erişebilirlilik	Gezilebilirlilik	Güncellik	Görülebilirlilik/İzlenme
AKP	**6**	**4**	**3**	**5**	**12**
CHP	**5**	**3**	**3**	**6**	**9**

Tablo-10 Türkiye'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının sunumları

Görsellik

Sunum indeksinin alt birimi olan görsellik açısından bakıldığında AKP'nin CHP'ye oranla daha yoğun ve renkli bir siteye sahip olduğu görülmüştür. İki sitede de çerçeveler, hareketlilik, fotograf indeksi mevcuttur. AKP'nin web sayfasında daha fazla grafik, animasyon ve resim kullanılmıştır. Multimedya indeksi açısından iki sitede de vidio ve sesli

dökümanlar bulunmaktadır. Genel başkanların miting konuşmaları, basın açıklamaları, seçim dökümaları, kasetler, seçim şarkıları yer almaktadır. AKP'nin ana sayfasında bulunan "Ak Tv" linki aracılığı ile mitingler, reklam filmleri ve tanıtım fimlerine yer vermiştir. Ayrıca sitede "Ak Yayınlar" linkinde Ak Şarkılar, Ak Şiirler ve sinevizyon görüntüleri bulunmaktadır. Ancak her iki partininde İngiltere ve ABD'de profesyonel ve yoğun olarak kullanılan siyasal youtube vidio paylaşım uygulamasının kullanılmadığı gözlenmiştir.

Erişebilirlilik

Erişebilirlilik indeksi her iki partide de düşük derecededir. CHP'nin web sayfasında dokümanların metin halinde sunum ve download seçeneği mevcutken; AK Parti web sayfasında sitenin İngilizce sunum olanağı vardır. Ancak ingilizce sunulan hizmet derecesi düşüktür. Girilen enformasyon miktarı sınırlıdır. CHP'nin web sayfasında "english" linki mevcut olmasına rağmen "yapım aşamasındadır" uyarısı vermektedir. Her iki web sayfasında da İngiltere ve ABD'deki web sayfalarında olan WAP / PDA (wireless), RSS FEED erişim olanakları mevcut değildir.

Gezilebilirlilik

Gezilebilirlik özelliği açısından her iki sayfada da site haritası ve arama motorları mevcuttur. AKP'nin sayfasında, İkonun üzerine gelindiğinde içeriklerin görününürlük indeksi işler haldedir. Bu özellik sayesinde link tıklanmadan altbaşlıklarını görebilmek mümkündür. Genel olarak karşılaştırdığımızda İngiltere ve ABD'deki web sayfalarına oranla gezilebilirlilik düşük düzeydedir.

Güncellik

İncelenen web sayfalarında son güncelleme tarihi belirtilmezken, ana sayfa üzerinde yapılan incelemede CHP'nin web sitesinin 1-2 günde bir güncellendiği gözlenmiştir, AKP'nin ise güncellenmesi 1-2 günü geçtiği gözlenmiştir. Araştırma dahilindeki diğer partilerinde web sayfalarında 1-2 günde bir güncellendiği tespit edilmiştir.

Görülebilirlik/İzlenme

Görülebilirlik/İzlenme indeksi bölümünde yer alan teknik ve sayısal veriler web bilgi kurumu olan Alexa'dan[194] alınan ölçüm sonuçlarına göre yapılmıştır. Görülebilirlik/İzlenme indeksine bakıldığında 1 Mayıs 1996 yılından buyana sunumda olan CHP'nin sitesi, tüm web sayfaları içinde 288.591. sırada yer almaktadır. Ana sayfanın yüklenme zamanı olan 2.3 saniye ile işlem hızı orta seviyededir. Web üzerinde 233 farklı internet adresinden "chp.org.tr"'ye link mevcuttur. Tüm web'te ise "chp.org.tr" adresi 76.000 farklı yerde yeralmıştır. Ayrıca ana sayfanın data hacmi 99.6 KB'tır. Genel olarak 25 KB'ı aşan sitelerin çok sayıda grafik içerdiği için yüklenmesinin yavaş olduğu bilinmektedir.

AKP'nin Web Sayfasının 25 Aralık 2001 tarihinden itibaren sunuma açılmıştır. Tüm web sayfaları içinde CHP'ye oranla daha ön sıralarda yeralan AKP 148.568. sıradadır. 1.6 saniyede yüklenen web sayfsının işlem hızı "hızlı" seviyededir. Web üzerinde 182 farklı internet adresinden AKP web sayfasına link verilmiştir. Bu oran CHP'nin altındadır. Aynı şekilde tüm web'te "akparti.org.tr" adresi 22.000 farklı yerde yeralmaktadır. Data hacmi 50.0 KB olan AKP web sayfası erişim olanakları bakımından daha etkin olurken görünürlülük açısından CHP'nin gerisinde kalmıştır. Ancak, CHP'nin web sayfasının daha erken tarihten sunuma açıldığını unutmamak gerekir.

4.3.2. İngiltere'deki Siyasal partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi

	Görsellik	**Erişebilirlilik**	**Gezilebilirlilik**	**Güncellik**	**Görülebilirlilik/İzlenme**
Labour	**7**	**5**	**4**	**6**	**17**
Tory	**9**	**6**	**3**	**6**	**14**

Tablo-11 İngiltere'deki Siyasal partilerin Web Sayfalarının Sunumları

Görsellik

Labour ve Tory partilerinin web sayfalarına bakıldığında görsellik indeksi açısından oldukça iyi durumda olduğu görülmektedir. Her iki web sayfadada grafikler, çerçeveler, hareketli imajlardan yoğun olarak yararlanılmıştır. Multimedya indeksi açısından da yine iki sitede de

[194] **The Web İnformation Company**, Ziyaret Tarihi: 02/01/08, http://www.alexa.com/

vidio, ses ve animasyon uygulamalarının yoğun olarak bulunmaktadır. Tory'nin web sayfasında multimedya indeksinin daha yoğun olduğu görülmüştür. Web sayfasında Conservatives.tv, David's Diary, Webcameron, Speeches, linkleri vardır. Buralarda Parti Başkanı David Cameron yaptığı ziyaretler, aktiviteler, son haberler, parti etkinlikleri vidiolar eşliğinde yoğun olarak sunulmuştur. Labour'un web sayfasında da yine Multimedya linki altında Başbakan Gordon Brown'un konuşmalarına, vidio görüntülerine yer verilmiştir. Ayrıca partinin diğer bakanlarına ve milletvekillerine ait vidio görüntüleri de yer almaktadır. İki parti verilerini ve mesajlarını vidio görüntüleriyle birlikte sunmaktadır.

Tory partisinin multimedya indeksi genel olarak kendi yayın kanalları conservative tv. tarafından yayınlanırken Labour'da yoğun olarak youtoub vidio paylaşım uygulaması kullanılmıştır. Her iki uygulamanın Türkiye'deki parti web sayfalarında bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Erişebilirlik

Erişebilirlik indeksi her iki partide de çok iyi seviyededir. Her iki web sayfasındada dökümanların metin halinde alınması mümkünken Tory'nin web sitesinde logo'nun download edilmesi mümkündür. Web sayfada da haber ve vidio, podcast vb. dökümanlara kolayca eşibilinmesini sağlayan RSS FEED (Rich Site Summary) uygulaması mevcuttur. Ayrıca Tory'de kablosuz erişime olanak sağlayan WAP/PDA uygulaması mevcuttur. Araştırmamız dahilinde sadece bu uygulama Tory'nin web sayfasında bulunmaktadır. İki sayfada da ikinci bir dilde sunum seçeneği mevcut değildir.

Gezilebilirlilik

Her iki web sayfası, gezilebilirlilik indeksleri açısından birbirine yakın değerler taşımaktadır. Her iki sayfada da arama motoru mevcuttur. Labour'da sabit menü çubukları ana sayfanın alt bölümünde bulunurken bu özellik Tory'de ana sayfanın sol bölümünde yukardan aşağı şekilde sıralanmıştır. Tory'de site haritası mevcutken Labour'da bu uygulamaya rastlanmamıştır.

Güncellik

Her iki Web sayfasında da son güncelleme tarihi belirtilmezken, ana sayfalar üzerinde yapılan incelemede iki web sayfasının da 1-2 günde bir güncellendiği gözlemlenmiştir.

Görülebilirlik/İzlenme

Görülebilirlik/İzlenme indeksine baktığımızda 8 Kasım 1994 yılında sunuma açılan Labour web sayfası, tüm web sayfaları içinde 247.055. sırada yer almaktadır. Ana sayfanın yüklenme zamanı olan 1.3 saniye ile çalışmamız çerçevesinde işlem hızı en hızlı web sayfasıdır. Web üzerinde 1.040 farklı internet adresinden "labour.org.uk"'ye link mevcuttur. Tüm webte ise "labour.org.uk" adresi 832.000 farklı yerde yeralmaktadır. Ayrıca ana sayfanın data hacmi 29.7 KB'tır. Genel olarak 25 KB'ı aşan sitelerin çok sayıda grafik içerdiği için yüklenmesinin yavaş olduğunu belirtmiştik.

Tory parti'nin web sayfası 11 Temuz 1996'dan buyana sunumdadır. Tüm web sayfalarının içinde parti web sayfası 180.789. sıradadır. Ana sayfanın yüklenme hızı 3.0 saniye ile işlem hızı yavaştır. Web üzerinde 903 farklı internet adresinden "conservatives.com"'a link mevcuttur. Tüm web'te ise "conservatives.com" adresi 2.220.000 farklı yerde yeralmaktadır. Ayrıca ana sayfanın data hacmi 21.7 KB'tır. Tory parti'nin tüm webte görünürlülük oranın bir hayli yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca partinin Alexa ölçümlerine göre labour'dan daha ön sıralardadır. Teknik olarak ise Labour web sayfasının işlem hızı daha hızlıdır. Data hacimleri yakın olmakla birlikte Tory'nin ana sayfasının yüklenme süresi daha kısadır.

4.3.3. Amerika Birleşik Devletlerin'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunum Analizi

	Görsellik	Erişebilirlilik	Gezilebilirlilik	Güncellik	Görülebilirlilik/İzlenme
RNC	**9**	**5**	**3**	**6**	**16**
DNC	**8**	**5**	**3**	**6**	**17**

Tablo-12 Amerika Birleşik Devletlerin'deki Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Sunumları

Görsellik

Sunum özellikleri açısından ABD partilerininde Labour ve Tory'e benzer şekilde web sayfalarının hayli yoğun olduğu görülmüştür. RNC ve DNC'ni web sayfalarının görsel olarak zengin bir donanıma sahiptir. Her iki sitede de grafik, imaj, ses, video, animasyon özellikleri yoğun olarak yer almaktadır. RNC'nin sayfasında "youtoub channel" uygulamasının tv kanalı özelliğiyle kullanıldığı görülmektedir. DNC'nin web sayfasında "Call Talk Radio" linki altında çeşitli radyo proğramlarını dinleme olanağı sunulurken

DNC'de "Democratic Radio Address" linkine yer verilmiştir. Web sayfalarında yeralan haberler zengin vidio ve ses kayıtlarıyla desteklenmektedir. Yoğun bir şekilde çerçeve, hareketli imajlar ve fotoğraf kullanımı vardır. DNC'nin ana sayfasında imajların aksine çerçeve seçeneklerinin yoğun olduğu gözlenmiştir.

Erişebilirlilik

Erişebilirlilik indeksi iki sitede de benzer özellikler sunmaktadır. Her iki sitenin de İspanyolca sunum seçenekleri ve dökümanların download seçeneği bulunmaktadır. Ayrıca DNC web sitesinde dokümanların da metin halinde sunumu mevcuttur. RSS feed uygulaması her iki sayfada da mevcut olmakla birlikte WAP/PDA uygulaması yoktur. İki web sayfasında da görme engelliler için giriş mevcut değildir. RNC'nin web sayfasında MyGOP, digg,del.icio.us, Technorati, reddit, flickr, youtoub, Stumbleupon, Twitter gibi tekniklerle izleyicilere farklı erişim olanakları sunulmuştur.

Gezilebilirlik

Her iki sitede de gezilebilirlik özelliği kapsamında site haritası ve arama motorları bulunmaktadır. DNC sitesinin sayfa altında sabit menü olanağı vardır. Ayrıca diğer web sayfalarında bulunan ana sayfa ikonun iki partide de bulunmadığı görülmüştür. Anasayfada bulunan linklerin alt başlıkları gösterebilme indeksi iki partide de vardır. Genel olarak web sayfalarında yeralan birimlere, ana sayfadan linkler verilmiştir. Buda her iki sitenin gezilebilirliliğini artttırmıştır.

Güncellik

DNC ve RNC'nin web sayfaları başkanlık seçim sürecininde başlamasıyla 1-2 günde bir güncellenmektedir. Hem ABD hemde İngiltere'deki web sayfalarında yer alan güncellemeler anlık gelişmeleri içerirken Türkiye'deki web sayfaları genellikle basın açıklamalarına ve lider beyanatlarına göre güncelleme yapmaktadırlar.

Görülebilirlik/İzlenme

Görülebilirlik/İzlenme indeksine kapsamında 3 Mart 1993 yılında sunuma açılan RNC web sayfası, tüm web sayfaları içinde 97.740. sırada yer almaktadır. Ana sayfanın yüklenme zamanı olan 2.1 saniye ile işlem hızı orta seviyededir. Web üzerinde 1.378 farklı internet adresinden "gop.com"'a link mevcuttur. Tüm web'te ise "gop.com" adresi 3.410.000 farklı

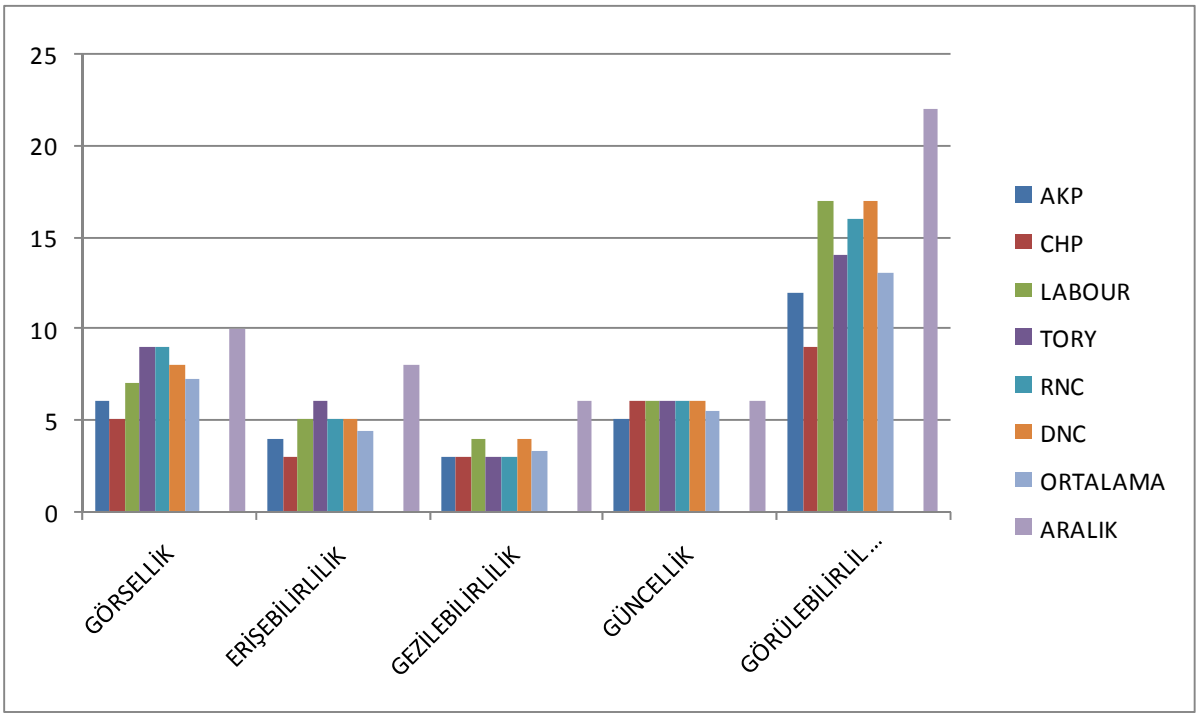
yerde yeralmaktadır. Ayrıca ana sayfanın data hacmi 80 KB'tır. DNC'nin web sayfası 27 Haziran 1995'ten buyana sunumdadır. Tüm web sayfalarının içinde parti web sayfası 72.179. sıradadır. Bu oran çalışmamız kapsamında en yüksek orandır. Ana sayfanın yüklenme hızı 2.2 saniye ile işlem hızı ortadır. Web üzerinde 3.661 farklı internet adresinden "democrats.org"a link mevcuttur. Tüm webte ise "democrats.org" adresi 1.982.000 farklı yerde yeralmaktadır. İki partide çalışma kapsamında en fazla bilinirliliğe sahip sayfalar olma özelliğine sahiptirler.

Her iki web sayfasıda gerek fonksiyon özellikleri açısından gerekse de sunum özellikleri açısından oldukça gelişmiş durumdadır. İki site karşılaştırıldığında ise RNC'nin sitesi daha donanımlı ve gelişmiştir. Ayrıca sonuçta da belirtileceği üzere incelenen tüm web sayfaları içinde RNC'nin web sayfası kullanıla teknoloji itibariyle en gelişmiş ve donanımlı web sayfasıdır.

4.3.4. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunum Analizi

	AKP	CHP	LABOUR	TORY	RNC	DNC	ORTALAMA	ARALIK
Görsellik	**6**	**5**	**7**	**9**	**9**	**8**	**7.2**	**0-10**
Erişilebilirlilik	**4**	**3**	**5**	**6**	**5**	**5**	**4.4**	**0-8**
Gezilebilirlilik	**3**	**3**	**4**	**3**	**3**	**4**	**3.3**	**0-6**
Güncellik	**5**	**6**	**6**	**6**	**6**	**6**	**5.5**	**0-6**
Görülebilirlilik/ İzlenme	**12**	**9**	**17**	**14**	**16**	**17**	**13.1**	**0-22**

Tablo-13 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunumları



Grafik- 3 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Tüm Sunumu

Tüm siyasal partilerin web sayfaları, sunum özelliklerini görsellik, erişilebilirlilik, gezilebilirlilik, güncellik, görülebilirlilik/izlenme özellikleri açısından incelendiğinde grafiklerin, çerçevelerin, resimlerin ve multimedya tekniklerinin genel olarak bütün web sayfalarında kullanılmakla birlikte özellikle multimedya teknikleri olan youtube vidio ve audio/ses tekniğinin İngiltere ve ABD'deki siyasal partilerin web sayfalarında daha yoğun olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Her iki ülkenin web sayfasında da yeralan bilgi ve dökümanlar vidio gösterimleriyle yoğun bir şekilde desteklenmiştir.

Web sayfasına ve dökümanlara kolaylıkla erişebilmeyi sağlayan RSS FEED ve WAP/PDA gibi tekniklerin yine İngiltere ve ABD siyasal partileri tarafından kullanılmaktadır. Türkiye'den AKP hariç diğer partilerin web sayfalarının ortalama 1-2 gün içinde güncellenmektedir. Türkiye ve İngiltere'deki güncellemelerin yapılan etkinliklerle sınırlı kalırken, ABD'de anlık siyasal gelişmelerin de yer aldığı gözlemlenmiştir. Günümüzde web sayfaları parti ve çalışmaları hakkında bilgi alınan en önemli kaynak haline gelmiştir. Bu yüzden web sayfalarının sık sık güncellenmesi haber ve bilgilerin birinci elden aktarımını sağlamaktadır.Görülebilirlilik/İzlenme özelliklerine bakıldığında partiler arası önemli farklılıklar vardır. Ülkelerin gelişmişlik ve politik etkinlik düzeyleri dikkate alındığında ABD ve İngiliz partilerinin Web üzerinde daha çok görülebilirliliğe ve izlenme oranına sahip

olduğu söylenebilir. Bunu Alexa'dan alınan bilgilerde teyit eder niteliktedir. Bu oranlar ayrıca web sayfaları aracılığıyla, partiler ve siyasal aktörler hakkında bilgi ve enformasyon alımının yoğunluğunu ve genişliğini de gösterdiği söylenebilir.

Sonuç

Yeni iletişim teknolojileri, bilginin işlenmesi ve iletilmesi sürecinde önemli değişiklikler meydana getirmiş, varolan iletişim teknik ve yöntemlerine internet teknolojilerinin eklenmesiyle iletişimin hızını, kapsamı ve etkinliğini arttırmıştır. İnternet, başlangıçta daha hızlı ve geniş çapta hesaplamalar yapabilme gereksiniminden dolayı ortaya çıkan bilgisayarlara eklemlenmesiyle gazete, radyo ve televizyonun yanısıra dördüncü bir kitle iletişim aracı olarak ortaya çıktı. İnternet, yarım yüzyıllık geçmişiyle bilginin üretimi, dağıtımı ve erişimine büyük katkı sağlamıştır. Bilimsel ve askeri alandaki bilgilerin paylaşılabilineceği gerçeğinin keşfedilmesi sonucu ortaya çıkmış bir teknolojiyken, kullanımı günümüzde neredeyse yaşamın bütün alanlarını kapsamıştır.

Siyasal partiler tarafından liberal demokrasinin yükselmeye başladığı 1990 yılından bu yana internet siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Başlarda interneti birer iletim aracı olarak gören siyasal partiler günümüzde internet yoluyla seçmenlerine doğrudan ulaşma, onların görüş ve beklentilerini öğrenme ve bu doğrultuda seçim kampanyaları düzenleme olanaklarına sahip olmuşlardır. Gerek seçim zamanlarında gerekse normal zamanlarda siyasal partiler kendi oluşturdukları web sayfaları aracılığıyla seçmenlerine ulaşabilmekte, onlarla interaktif bir etkileşim gerçekleştirme olanağına ulaşmışlardır. Araştırmamızda incelenen her partinin web sitesinin fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin nekadar donanımlı olduğu, bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri, hedef kitleleri ile interaktif bir iletişim kurma bağlamında internetin siyasal iletişim kullanımındaki amaçlarının neler olduğu araştırılmıştır. Ayrıca yeni teknolojilerin web sayfalarına yansımasında partilerarası farklılıkların bulunup bulunmadığı ve bu teknolojileri ne oranda kullanabildiklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Bu bilgiler bağlamında Türkiye'den AKP ve CHP'nin web sayfalarını karşılaştırdığımızda web sayfalarının temel kullanım amaçlarının parti hakkında bilgilerin ve haberlerin kamuoyuna ve seçmenlere aktarılması olduğu görülmüştür. İki partide de yukardan-aşağıya iletişim kanalları yoğun olduğu belirlenirken aşağıdan- yukarıya iletişim kanalları ve teknikleri iki partide de yeterli değildir. AKP'nin CHP ye oranla daha fazla katılım yöntemine yer vererek seçmenlerin fikir ve düşüncelerini partiye ve partililere ulaştırmakta daha fazla olanak sunduğu belirlenmiştir. AKİM yoluyla yönetime katılım linki mevcuttur, ayrıca başvuru formlarıyla görüş ve isteklerin parti birimlerine ulaştırılması mümkündür. Her

iki partide de partililere e-mail yoluyla ulaşım ve e-yönetim imkanı vardır. Siyasal partiler internet yoluyla seçmenleriyle diyalog kurarlar ve onların fikir ve tercihlerini öğrenme fırsatı bulurlar. Özellikle literatür kısmında belirtildiği gibi internetin kullanılma sebeblerinden ilki e-mail kullanımı yoluyla haberleşme olmuştur. Diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında katılım olanakları iki partide de sınırlı kalmıştır.

İngiltere'deki Labour ve Tory'de de yoğun bilgi akışı mevcutken aynı zamanda aşağıdan-yukarıya da iletişim yollarının daha fazla olduğu görülmüştür. Katılım fonksiyonu iki partinin web sayfasında yoğun bir şekilde uygulanmaktadır. Web sayfalarında üye olma, üyelik yenileme, gönüllü üyelikler, gruplara katılma, e-posta gönderebilme, forum , blog, e-yönetim, facebook uygulamaları mevcuttur. İki parti de bu yolla yoğun olarak geri bildirm sağlayabilme imkanına sahiptir.

Aynı şekilde ABD'deki siyasal partilerin de web sayfalarında bilgi akışının yanında interaktif iletişim yollarını da canlı tuttukları görülmüştür. Web sayfalarında e-maillerin yanısıra bloglar, forumlar, dilekçeler ve haberlere yorum yazılmasını sağlayan içerikler mevcuttur. Türkiye'deki siyasal partilerin web sayfalarının İngiltere ve ABD'ye göre bilgi akışında denk bir derecede iken katılım indeksi açısından oldukça arka sıralarda kaldığı görülmüştür. AKP ve CHP'nin web sayfalarında da forumlar, blog, dilekçe ve facebook uygulamalarına rastlanmamıştır. Oysa günümüzde forumlar, bloglar ve facebook uygulamaları yoğun olarak tercih edilmekte ve İngiliz ve Amerikan partileri tarafından kullanılmaktdır. Denilebilirki AKP ve CHP'nin web sayfalarının temel amacı kamuoyunu ve seçmenleri bilgilendirmektir.

İnternet ve demokrasi ilişkisi açısından, web sayfaları, seçmenlerin ve halkın görüş ve taleplerini siyasal partilere iletebilmeleri için fırsatlar sunar. Katılım olanaklarının yoğun olarak sağlanabildiği web sayfaları, yönetilenlerin siyasal iradenin belirleyicisi konumunda olan toplumla iletişim kurmasını sağlamaktadır. Buda demokrasinin kaliteli uygulanabilirliliğini arttırıcı bir özelliktir. ABD ve İngiltere'deki siyasal partilerin web sayfaları katılım sağlama açısından oldukça başarılı bulunmuştur. Kullanılan yeni tür ve teknikler teknolojik olarak gelişmişliğin, internet kullanımında da farklılıklar sağladığını web sayfaların fonsiyon ve sunum özelliklerini zenginleştiği ortaya çıkmıştır.

Partiye kaynak sağlama ikdeksi, Türkiye'deki web sayfalarında e-mail listesi yapma ve partiye üyelik başvurusuyla sınırlıyken İngiltere ve ABD 'de partiye parasal destek, gönüllü parti çalışmaları ve partiye kaynak sağlayan; partiyle ilgili bardak, şapka, oyuncak, kitap vb.

eşyaların ve promosyon ürünlerinin online olarak satışı web sayfaları aracılığıyla yoğun olarak yapılmaktadır. Ülkemizde Siyasal Partiler Kanununda partilerin bağış toplaması yasaklanmıştır. Ancak diğer kaynak sağlama yöntemlerinin olmaması Türk partilerinin interneti halen sadece tanıtım aracı olarak gördüklerinin bir göstergesidir.

Partilerin web sayfaları aracılığıyla sağladıkları iç ve dış haberleşme indeksleri Türkiye'de iç haberleşmenin yoğun olduğu görülürken İngiltere ve ABD'deki partilerin iç ve dış haberleşmelerinin eşit oldukları görülmüştür. Ayrıca İngiltere ve ABD'deki web sayfalarında uluslararası kuruluşlar ve derneklere ilişkin linklerin yoğun olduğu dikkat çekicidir. Türkiye'deki partilerden AKP'nin web sayfasında parti birimlerinin fazlalığı ve bunlar için ayrıca web sayfaları oluşturulmasıda CHP'ye nazaran interneti daha etkin kullanmaya çalıştığının bir göstergesidir.

Partilerin web sayfalarında seçim ve adaylara ilişkin haberlerin seçim zamanlarına bağlı olarak değiştiği görülmüştür. Türkiye'deki web sayfalarında geçmiş döneme ait 22 Temuz 2007 seçimlerine ilişkin haberlerin ve grafiklerin yer aldığı görülürken, ABD'de 2008 Kasım ayında yapılacak başkanlık seçimlerine ilişkin haberlerin yoğun olarak yayınlandığı görülmüştür. İngiltere'deki partilerin web sayfalarında yakın zamanda seçim olmadığından dolayı seçim haberleri sınırlı sayıdadır. Siyasal partilerin seçim dönemlerinde web sayfalarını etkin olarak kullandıkları bilinmektedir. İnternetin siyasal iletişim aracı olarak ortaya çıktığı 1990'lı yıllarda siyasal partiler interneti sadece tanıtım ve siyasal kampanyanın bir parcası olarak görme eğilimindeydiler. Ancak günümüzde internet kitle iletişim medyalarından biri olarak kullanılma yolundadır. Özellikle İngiltere ve ABD'deki siyasal partiler interneti seçmenler ve kamuoyu ile interaktif iletişim kurulan bir iletişim aracı olarak görmektedirler.

Türkiye'de CHP'nin sitesinde AKP ile ilgili olumsuz haberlere yoğun olarak yer verilirken AKP'de CHP ile ilgili olumsuz haberlere rastlanmamıştır. Türkiye'ye oranla İngiltere ve ABD'de partilerin web sayfalarında birbirleri ile ilgili olumsuz propaganda içerikli haber ve yorumlara yoğun olarak yer verdikleri gözlenmiştir. Partilerin politika ve eylemler üzerinde yoğun bir sanal tartışma ortamı yarattığını söyleyebiliriz. Özellikle muhalefet partilerinin web sayfalarında iktidar partileri hakkında daha fazla olumsuz haber yeralmaktadır. İngiltere ve ABD'deki siyasal partilerin web sayfalarında değişik toplumsal gruplara ait politikalara, etnik ve dini kökenli Amerikan vatandaşlarının oluşturduğu örgütlere, marjinal grupların (gay, lezbiyen vb.) web sayfalarına ait linkler bulunurken, benzer bir uygulamaya Türkiye'de

rastlanmamıştır. Hernekadar bu iki ülkenin nufusunun çok sayıda değişik etnik ve dini grupları barındırmasının bunun temel nedeni olduğunu düşünsek bile Türkiye'deki politik bakışın daha merkeziyetci ve tekci olmasının da bu tarz linklere yer verilmeyişinin nedeni olarak düşünülmelidir. Oysa internet, birçok araştırmacıya göre çoğulculuğu arttırıcı ve küçük gruplar ile baskın gruplar arasındaki eşitsiz durumu dengeleyici bir iletişim aracı olma özelliği taşımaktadır. Her üç ülkede parti web sayfalarında ana hedef kitle olarak kadın ve gençlik kollarına linkler bulunmasına karşın, Türkiye'de genel olarak siyasetten uzak oldukları bilinen marjinal grupların kazanılması için etkin bir şekilde faaliyette bulunulduğunu söylemek mümkün değildir. Örneğin, Türkiye'deki siyasal partilerin web sitelerinde azınlıklara, dini gruplara ve marjinal gruplara yönelik herhangi bir politika link görülmemiştir.

Sunun özellikleri açısından Türkiye'ye nazaran İngiltere ve ABD'deki siyasal partilerin web sayfaları daha yoğun sunum özellikleri taşımaktadır. Görsellik olarak vidio uygulamalarının Türkiye'ye oranla daha yoğun ve sistemli olduğu, özelikle youtoub vidio paylaşım uygulamasının web sayfalarının haber ve bilgi akışında yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Örneğin Türkiye'deki web sayfalarında parti liderinin veya partililerin konuşmaları ve faliyetleri web sayfalarında fotoğraf ve metinle yer bulurken, İngiltere ve ABD'de bu etkinlikler vidio uygulamalarıyla ve bant yayınlarıyla sunulmaktadır. Bu özellik metinleri basitleştirmekte, izleme özelliği okuma özelliğine göre daha basit bulunmaktadır. Mesajların ve haberlerin izleyiciler tarafından daha kolay algılamasını ve alınmasını sağlamaktadır. Mc Luhan'a göre algı ve anlaşılması daha kolay olan iletişim araçları sıcak, daha zor olanları soğuk olarak nitelendirilmektedir.

Türkiye'deki siyasal partilerin web sayfalarında erişim imkanlarının araştırma dahilindeki diğer ülkelere oranla daha sınırlı ve yetersiz olduğu görülmüştür. CHP'nin web sayfasından "Görme Engeliller İçin Seçim Bildirgesi" yer alırken, AKP'nin web sayfasında sınırlı ingilizce sunum özelliği mevcuttur. Her iki sitede de RSS FEED ve WAP/PDA erişim imkanları yoktur. Labour'un web sayfasında RSS FEED ve engelliler için erişim imkanları mevcutken Tory'nin web sayfasında RSS FEED ve WAP/PDA erişim imkanı mevcuttur. RNC ve DNC web sayfalarında RSS FEED uygulaması bulunurken WAP/PDA ve engelliler için erişim mümkün değildir. Bunun yanında her iki web sayfasında da İspanyolca erişim seçeneği mevcuttur.

Türkiye'den AKP'nin dışında araştırmamız dahilindeki diğer siyasal parti web sitelerinin 1-2 gün içinde güncellendiği görülmüştür. Bu da web sayfalarının günlük olarak kamuoyu tarafından etkin olarak takip edilmesini arttırıcı bir özelliktir. Türkiyedeki güncellemeler lider konuşmaları ve gazete yazıları ile sınırlı kalırken diğer iki ülkede siyasal ve sosyal gelişmelere paralel olarakta güncellemeler yapıldığı görülmüştür. Partiler web sayfaları yoluyla iletmek istedikleri mesajları hiçbir değişikliğe maruz kalmadan ilk elden kamuoyuna ulaştırabilme fırsatı bulurlar. Genel kanı kitle iletişim araçlarından sunulan haber ve mesajlar eşik bekçileri tarafından tekrar işlenerek kamuoyuna sunulduğu üzerinde birleşmektedir. Buyüzden internet olası manüpülasyonları ve yanlı anlaşılmaları en aza indirici bir özellik taşımaktadır.

ABD ve İngiltere'deki siyasal partilerin Türkiye'dekilere oranla daha fazla görülebilirlilik oranına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da ülkelerin yeni teknolojileri yoğun olarak kullanabilirlilik, tanınma/duyulma ve küresel anlamdaki güçleriyle bağlantılı bir sonuçtur. İngiltere ve ABD'nin iki önemli küresel güç olmasından kaynaklanan bilinirlilik ve takip edilirlilik özellikleri vardır. Çünkü iki ülkeninde iktidar ve muhalefet partilerinin dünya politikaları üzerinde belirli bir etkinliği bulunmaktadır. Buyüzden her iki partinin politikaları ve çalışmaları dünya ölçeginde takip edilme oranı Türkiye'ye oranla daha fazladır.

İnternetin web sayfaları ölçeğinde kullanımı karşılaştırıldığında temel farklılıklar, İngiltere ve ABD'deki siyasal partiler LABOUR, TORY ve RNC, DNC'nin web sayfaları bilgi teknolojilerindeki yenilikler youtoube, blog, facebook, RSS FEED, WAP/PDA, digg,del.icio.us, technorati, reddit, flickr, stumbleupon, twitter gibi uygulamaları sayfalarına yansıtırken AKP ve CHP'nin bu uygulamaları kullanmadıkları gözlenmiştir. Aynı şekilde aşağıdan-yukarı iletişim olanaklarının bloglar, forumlar, facebook, dilekçe, yorum yazma, partiye üyelik, seçmen kaydı yaptırma, senatoya talep formaları, gönüllü faaliyetlere katılma, kaynak sağlama, online ticaret vb. işlemlerin Türkiye'deki siyasal parti web sayfalarından yer almamaktadır. Teknolojik gelişmeleri kullanım ve interaktif iletişim açısından İngiltere ve ABD'deki siyasal partiler daha fazla yol katederken Türkiye'deki siyasal partiler web sayfalarını hala ağırlıklı olarak tek taraflı bilgi ve haber akışının sağlandığı iletişim ortamları olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Türkiye'deki siyasal partilerin web sayfalarının dijital demokrasinin tartışıldığı günümüzde siyasal iletişim alanında genel olarak web tabanlı iletişimin olanaklarından özellikle de interaktivite boyutunda yeterince yararlanılmadığı görülmüştür.

Bu sonuçlara dayanarak "Web sayfalarının siyasal iletişim alanında kullanım amaçları doğrultusunda ülkeler arasındaki farklar bulunmaktadır ve teknolojik gelişmişlik düzeyindeki farklılığın, siyasal iletişim alanında internet kullanımına olası etkileri vardır" sorunsalları Türkiye'den, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), İngiltere'den İşçi Partisi(LABOUR) ve Muhafazakar Parti (TORY), ABD'den Cumhuriyetçi Parti (RNC), Demokrat Parti(DNC)'nin web siteleri incelenerek doğrulukları kanıtlanmıştır.

Temel sorunsallarımız kapsamında Web sayfası kullanım amaçlarında ve tekniklerinde ülkesel ve teknolojik gelişmişlik düzeyine göre farklılıklar bulunmaktadır. İnternetin ortaya çıktığı ve siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaya başlandığı ABD ve İngiltere'de siyasal partiler web sayfalarını etkin, çift yönlü ve demokratik bir anlayışla kullanırken Türkiye'deki siyasal partilerin web sayfalarında internet kullanımı büyük oranda duyurum ve tanıtım faliyetleriyle sınırlı kalmıştır. Yine aynı şekilde bilgi teknolojilerindeki gelişmişlik düzeyi, ABD ve İngiltere'deki web sayfalarında kendini yoğun şekilde gösterdiğini; erişim, katılım ve multimedya tekniklerinin kullanılmasında görülmüştür.

Çalışma sonucunda, genel olarak üç ülkede de iktidar partilerinin web sayfalarını fonksiyon ve sunum özellikleri açısından muhalefet partilerine oranla daha yoğun kullandığı ortaya çıkmıştır. Ancak bu Muhafazakar (Tory) Parti için gecerli değildir. Muhafazakar Parti muhalefet partisi olmasına rağmen oldukça başarılı bilgi akışına sahip, multimedya tekniklerini yoğun olarak kullanıldığı, katılımcı ve çift yölü iletişim yapılabilinen bir web sayfasına sahiptir. İngiltere ve ABD'deki siyasal partilerin web sayfası fonksiyon ve sunum özellikleri açısından benzer özellikler gösterirken Türkiye'deki siyasal partilerin internet ve web sayfalarını büyük oranda duyurum amacıyla kullandıkları gözlemlenmiştir. Siyasal partilerin web sayfalarının gelişmişlik ve etkinlik düzeylerini temel alarak şöyle bir sıralama yapabiliriz. Web sayfasını, en gelişmiş ve etkin şekilde kullanan partiler sırasıyla Cumhuriyetçi Parti (RNC), Muhafazakar Parti (TORY) ve Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)dir.

Çalışma dahilinde internetin genel yapısına, siyasal iletişim ilişkisine ve partiler tarafından normal zamanda ve kampanya dönemlerinde kullanımına ilişkin literatür bilgilerine yer verilmiştir. Literatür bilgilerinin ışığında araştırma içeriğinde yapılan incelemede literatür bilgilerinin gerçekliliği sorgulamıştır. Fonksiyon özellikleri ve sunum özellikleri baz alınarak internetin siyasal partiler tarafından kulanım amaçları ve biçimleri hakkında sonuçlara

varılmıştır. Çalışma sunucunda 6 siyasal parti web sayfaları aracılığı ile şunları gerçekleştirmeyi amaçladıkları gözlenmiştir;

- Parti ve partililer hakkında her türlü tanıtım, duyurum (bilgilendirme) ve propaganda faliyetlerini sürdürmek,
- Parti çalışmalarını, icraatlerini daha geniş kitlelere duyurmak ve parti ve partililerin faliyetleri doğrultusunda kamuoyunu bilgilendirmek, parti ve partililer ile ilgili, kamuoyuna ve medyaya günlük ve anında haber akışını sağlamak,
- Seçim kampanyalarında, internetin hızlı, çoğulcu, özgür, katılımcı ve geniş alanlardan erişilebir özelliklerinden yararlanarak kampanyaları desteklemek, diğer kitle iletişim araçlarına nazaran tek elden, sansürlenmeden, istenildiği şekilde politikalarını topluma duyurmak,
- İnternetin çift yönlülüğünden yararlanarak seçmenler ve kamuoyuyla ilişki kurarak, onların görüş ve düşüncelerini alarak bu doğrultuda parti politikalarına toplumun katılımını sağlamak,
- Parti ve partililere e-mail, e-mektup, forum, blog ve facebook yoluyla ulaşılmasını sağlamak, karşılıklı yazışmak, haberleşmek,
- Mail listeleri oluşturarak gerek seçim kampanyaları döneminde gerekse diğer zamanlarda seçmenlere haber ve propaganda içerikli kutlama, davet, broşür vb metaryalleri göndermek,
- Partiye bağış toplama, gönüllü çalışan bulma ve online satış ile gelir elde etme faliyetlerini yapmak,
- Diğer iletişim araçlarında yürütülen reklam, halkla ilişkiler ve siyasal kampanya çalışmalarını internetle desteklemek, görsel meteryalleri (renkler, semboller, afiş, bayrak vb.) seçmenlere ve kamuoyunu ulaşılabilir kılmak,
- Parti mesajları ve propaganda malzemelerini internet teknolojisinin ürünü olan vidio, broadcast, WAP/PDA, blog, facebook'larla seçmenlere ve kamuoyuna sunmak olarak sıralayabiliriz.

İnternetin çoklu kullanım yapısı onun etkinliğini ve tercih edilirliliğini arttırmıştır. Ulusal ve uluslararası çevrede bireylere, kurumlara ve organizasyonlara diğer kitle iletişim araçlarıyla yapılmasının zor ve masraflı olabilecek birçok şeyi hızlı, ucuz ve kolay yapabilme fırsatı sunmaktadır. !990'lı yıllarla siyasal alanda boy gösteren internet günümüzde gelişmiş Amerika Birleşik Devletleri ve İngilterede siyasal partiler tarafından her türlü tanıtım, sunum, kamuoyu ile çift yönlü iletişim sağlamak, kamuoyu ve seçmenlerin her türlü şekilde katkı sağlamalarına fırsat vermek, partinin propaganda ve seçim çalışmalarına katkı sağlama amacıyla kullanılmaktadır.

İnternetin çift yönlü kullanımı ve çoklu yapısı demokrasinin ve yönetişim düşüncesinin geliştiricisi ve zenginleştiricisi olacaktır. Türkiye'deki partilerin interneti bu amaçla kullanımı gerek kurumsal gerekse gerekse sosyal alanlarda demokratik kültürü ve yönetişim anlayışını geliştirecektir. Ayrıca internetin sağladığı birçok özelliğin kullanılması siyasal iletişimin kalitesini de arttıracaktır. Fikirlerin yayılmasının ve destek bulmasının en önemli sağlayıcısı konumunda olan medya araçları günümüzde tekelleşme sorunuyla karşı karşıyadır. Gücün ve temsilin tek elde toplanması ve sunulması, fikirlerinde tektipleşmesine yolaçmıştır. İşte tam böyle bir noktada internet, ifade özgürlüğü alanında azınlık kalanın çoğunluğa karşı eşitsizlikliğini aza indirici bir rol üstlenecektir.

İnternetin karşı kaşıya kaldığı en önemli sorun erişim olanaklarının ekonomik ve teknolojik sorunlar yüzünden kısıtlı kalmasıdır. Öyleki dünyanın gelişmiş ülkeleri interneti yoğun olarak kullanırken üçüncü dünya ülkeleri olarak nitelendirilen az gelişmiş ülkelerde halen internetin bu fırsatlarından yararlanmak mümkün görünmemektedir. Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'de ekonomik ve teknolojik gelişme sağlandıkça internetin kullanımı ve niteliğide pozitif yönde gelişme gösterecektir. İnternet kullanımı hem siyasal partilerin hemde Türkiye'nin modern dünya ile ilişkilerini geliştirecek ve her alanda hizmet kalitesini yükseltecektir.

Çalışma sonuçlarında belirtildiği üzere interneti kullanım açısından ülkemizdeki siyasal partilerin halen oldukça yetersiz olduğu görülmüştür. Bu yetersizlikler ancak internet ve yeni iletişim teknolojilerine profesyonel bir bakışla giderilebilir. Ülkenin ve siyasal partinin ekonomik yeterlilik düzeyinin de bu teknolojileri kullanım için yeterli seviyede olması gerekmektedir.

Kaynakça

Kitaplar

AK Mehmet, *Firma ve Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj,* İstanbul, Halkla İlişkiler Der. Yayınları, 1998,

AKBAŞ Mehmet, "*İnternet İletişimi ve Demokrasi*", İstanbul Üniv. İletişim Fak. Dergisi Yay., 2003

ARIK Cengiz , *Siyasal İkna*, Ankara, Vadi Yayınları, 2000

AZİZ Aysel , *Siyasal İletişim*, Ankara, Nobel Yay, 2003

AVRUPA Siyasal Danışmanlar Derneği, *Seçim Zamanı*; Siyasal Kampanyalar Avrupa Yıllığı 2005, MediaCat, 2007

BALDİNİ Massimo, *İletişim Tarihi*, (Çev): Gül Batuş, İstanbul, Avcıol Basım Yayın, 2000

BATUŞ Gül, Nurdoğan Rigel, *Kadife Karanlık*, İstanbul, Su Yayınları, 2003

BEKTAŞ Aysev, Kamuoyu, *İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, 2000

BÜLBÜL A, Rıdvan, *İletişim ve Etik*, Ankara, İletisim Nobel yayinlari, 2001

CURRAN James, *"Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme"*, Medya, Kültür ve Siyaset, Süleyman İrvan (der. ve çev.) Ankara: Ark, 1997

ÇAM Esat, *Siyaset Bilimine Giriş*, İstanbul, Der Yayınları, 1995

ÇAMDERELİ Mete, "Yönetişim ve Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkiler Kitabı*, Ayla Okay, Mete Çamdereli, Ece Karadoğan, İstanbul, İÜ.İletişim Fakültesi, Yayın No: 12, 2003

DAVER Bülent, *Siyaset Bilimine Giriş*, Ankara, 1969

DOĞAN İsmail, *Sosyoloji,* Ankara, Sistem Yayınları, 1995

DUVERGER M., *Siyasal Partiler*, İstanbul , Bilgi Yayınevi, 1993

ECO Umberto , *Açık Yapıt, (Çev) Pınar Savaş*, İstanbul, Can Yayınları, 2001

ERÇİŞ Serdar, "Halkla ilişkilerde ve Pazarlamada internet" *Halkla İlişkiler Kitabı,* Ayla Okay, Mete Çamdereli, Ece Karadoğan, İstanbul, İÜ.İletişim Fakültesi, Yayın No:12, 2003

ERDOĞAN İrfan , *İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş,* Ankara, İmge Kitapevi, 1997

FİDAN Mehmet, "*Siyasette Güvenilirlik imajı*", Konya, Selçuk Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları, 2000

GÜÇDEMİR Yeşim, "*Halkla İlişkilerde Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet Kullanımı"*, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi, 2000

GÜNDÜZ Uğur, "*Medya ve Siyasetin İnternet Boyutu*", İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, 1996

KADIBEŞGİL Salim, *Halkla İlişkilere Nerden Başlamalı?*, İstanbul, Mediacat, 2001

KALENDER Ahmet, *Siyasal İletişim/Seçmenler ve İkna Süreçleri*, Konya, Çizgi Yayınevi, ,2000

KAPANİ Münci, *Politika Bilimine Giriş*, Ankara, Bilgi yayınevi, 1998

KIŞLALI Ahmet Taner, *Siyaset Bilimi*, Ankara, İmge Kitabevi, 1999

KOTLER Philip, BLİEMEL Friedrick, *Maketing Management: Analyse,Planung*, Umzetzung und Steuerung, Stutgard, 1985, s.87

KÖKER Eser, *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*, Vadi Yayınları, 1998

MARAN Ruth**,** *İnternet*, (çev.): Ogan güner, İstanbul, Pusula Yayıncılık, 1996

Mc LUHAN Marshall, *Povers*, Bruce R., Global Köy, (Çev.) Bahar Öcal Düzgören, Skala Yayınları, İstanbul, 2001

LAROUSSE Meydan , Sabah Yayınları, 9.Cilt

LAROUSSE Meydan , *İşçi Partisi*, Sabah Yayınları, 10.Cilt,

LAROUSSE Meydan , *Muhafazakar Parti*, Sabah Yayınları, 14.Cilt,

MC QUAIL Denis, Windahl Sven, *Kitle İletişim Araçları İçin İletişim Modelleri*, Eskişehir, A.Ü.Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı No: 92, 1994

MENGÜŞOĞLU Takiyettin, *Değişmez Değerler, Değişen Davranışlar*, İstanbul, İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1965

MORLEY David, ROBİNS Kevin, *Kimlik Mekanları,* (Çev.) Emrehan ZEYBEKOĞLU, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997

MUTLU Erol, *İletişim Sözlüğü*, Ankara, Ark yayınları, 1994

OĞUZ Manas, "Inet93", Bilişim Dergisi, Yıl: 22, sayı: 43, Ekim 1993

OKAY Aydemir, "*Public Relation On the Web*", Selçuk iletişim, Journal cilt ½, 2001

OKTAY Mahmut , *Halkla ilişkiler Mesleğinin Yöntem ve araçları*, Der Yayınları, İstanbul,1996

OKTAY Mahmut , *Politikada Halkla İlişkiler*, İstanbul, Derin Yayınlar, 2003

OKTAY Cemil, *Siyaset Bilimi İncelemeleri*, İstanbul, Alfa Yayınları, 2003

OSKAY Ünsal, *Kitle İletişimin Kültürel İşlevi*, Der Yayınları, İstanbul, 1993

ÖZER Ömer, *Yetiştirme kuramı: Televizyonun Kültürel*
İşlevlerinin İncelenmesi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004

ÖZKAN Abdullah, Siyasal İletişim, İstanbul, Nesil Yayınları, 2004

POLAT Veli, "*İletişim ve İktidar"*, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, 2001

RİGEL Nurdoğan, *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul, Der Yayınları, 2000

RİGEL Nurdoğan, *Rüya Körleşmesi, İstanbul*, Der Yayınları, 2000

SAĞNAK Mehmet, *Medya –Politik*, İstanbul, Eti Kitapları, 1996

SEVERİN Wemer J.TANKARD James W.,Wr., *İletişim Kuramları*, (Çev.) Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994

ŞENEL Alaaddin, *Siyasal Düşünceler, Tarihi*, Bilim ve Sanat Yay. Ankara, 1996

TAYFUN Yiğit "Bilgiyi Nasıl İleteceğiz?", Yazılım ve Donanım Dergisi, Yıl:3, Sayı:28, 1994

TİMİSİ Nilüfer, *İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Kitabevi, 2003

TOKER Metin, *Tek Partiden Çok Partiye*, Ankara, Bilgi yayınevi, 1990

USLUATA Ayseli, *İletişim, İstanbul*, İletişim Yayınları, 1990

UZTUĞ Ferruh, *Siyasal Marka, Ankara*, MediaCat Yayınları, 1999

YALIN Bahar Eroğlu, *Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerine Değerlerin Etkisi*, Doktora Tezi, İstanbul, 2007

YAVAŞGEL Emine, "*Siyasal İletişim Kuramı*", İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, 2002

YAVAŞGEL Emine, *Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler*, Ankara, Babil Yayinları, 2004

YAVAŞGEL Emine, *Temsilde Adalet ve Siyasal İstikrar Açısından Seçim Sistemleri ve Türkiye'deki Durum*, Ankara, Nobel yayınları, 2004

YENGİN Hülya, "*İletişimde Renklerin Anlam"ı*, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, 1997

YIMAZ R. Ayhan, "*Seçim Dönemlerinde oy verme Davranışını Arttırıcı iletişim Davranışları"*, İ.Ü.İletişim Fakültesi Yayınları, s.395

ZILLIOĞLU Merih, *İletişim Nedir*, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993

İnternet Kaynakları

ADA Nesrin,"*Örgütsel İletişim ve Yeni Bilgi Teknolojileri; Örgütsel iletişim Ağlar"ı***,** Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İsletme Bölümü,http://eab.ege.edu.tr/pdf/7_2/C7-S2-M9.pdf,Ziyaret Tarihi:15/01/08

AİEX Nola Kortner and GOTTLİEB Stephen S., "*Political Communication via the Media (Türkçe:Medya Aracılığıyla Politik İletişim)",* http://www.indiana.edu/~reading/ieo/digests/d151.html, Ziyaret Tarihi; 25/01/08

AKGÜN Birol, "*Türkiye'de Siyasal Partilerin Kurumsallaşma Sorunu Ve Demokratik İstikrar"*, Yayın tarihi:Haziran 2007, Türk Harb-iş Dergisi, http://www.harb-is.org.tr/dergi/wordler/subat07/dosya3.doc, Ziyaret tarihi: 23/01/08

ATABEK Ümit, "Kitle İletişim Araçları", Ziyaret Tarihi: 26/01/08, www.umitatabek.net/kia.html

COLEMAN Stephen, *WARD Stephan, "Spinning the Web online campaigning in the 2005 general election",* http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/lusoli_ward_hansard_2005.pdf, Ziyaret Tarihi: 17/01/08

DALMIŞ İbrahim, "*Temmuz'a Doğru Siyasetin İmkânı ve Seçmen Davranışı"*, Yayınlama Tarihi:21/06/07,Siyasal ve Toplumsal Araştırmalar Vakfı, http://setav.org/index.php?option=com_content&task=view&id=272&Itemid=53, Ziyaret Tarihi:23/01/08

GİBSON Rachel K. ve diğerleri, "*Election Campaigning On The WWW In The US And UK: A Comparative Analysis(TürkçeİİnternetÜstündeSeçim Kampanyaları*, US ve UK Karşılaştırmalı Analizi)",http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/apsapaper.php#fn1, Ziyaret Tarihi: 03/01/2008,

KALKAN V. Denizhan, KESKİN Halit, AKGÜN Al.Ekber, "*Siyasal iletişim ve İnternet; ilk Tartışmalar"*, www.inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/62.doc, Ziyaret Tarihi, 26.11.2007

KALKAN V. Denizhan, KESKİN Halit, AKGÜN Al.Ekber, "*İnternet ve Siyasal Yaşam: Literatür Değerlendirmesi ve Bir Sentez"*, inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/115.doc, Ziyaret Tarihi: 28/12/2007

SUNGOOK Hong, "*Man and Machine in the 1960s(Türkçe: 1960'larda İnsan ve Makina)",* University of Toronto Seoul National University, Ziyaret Tarihi: 15/01/08, http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v7n3/hong.html

ŞAHİN Ali, Handan Temizel, Metehan Temizel, "*Türkiye'de Demokrasiden E-demokrasiye Geçiş ve Karşılasılan Sorunla"r*, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/06-02.pdf, Ziyaret Tarihi: 19/01/08

YILMAZ Levent, Siyasal *Kültür-Kriz etkileşimi çerçevesinde Türk Siyasal Kültürünün Kriz Alanları*,Yüksek Lisans Tezi, http://www.deu.edu.tr/userweb/levent.yilmaz/dosyalar/tez.pdf, Ziyaret Tarihi:25/12/2007

http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/HHBilisim/151004/kapak.html, Ziyaret tarihi: 06/11/07

http://www.e-devlet.com/default.asp, Ziyaret Tarihi: 06/11/2007

http://www.alexa.com/, Ziyaret Tarihi: 02/01/2008

http://www.internetworldstats.com/stats.htm, Ziyaret Tarıhi, 26/11/ 07

http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_22/8-%20(123-149.%20syf.).pdf, Ziyaret Tarihi: 28/01/08

http://www.bidb.itu.edu.tr/?d=348), Ziyaret Tarihi:18/11/07

http://www.po.metu.edu.tr/links/inf/css25/bolum6.html#5, 19/11/2007

http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog, Ziyaret Tarihi: 19/11/07

http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook, Ziyaret tarihi, 02/01/2008

http://www.akparti.org.tr/AKPARTi%20Kurumsal.pdf, Ziyaret Tarihi: 28/01/08

http://www.chp.org.tr/index.php?module=content&page_id=144, Ziyaret tarihi; 22/01/08

http://www.conservatives.com/tile.do?def=party.history.page, Ziyaret Tarihi:22/01/08,

http://www.labour.org.uk/, Ziyaret Tarihi: 25/01/08

http://www.gop.com/About/AboutRead.aspx?Guid=a747a888-0ae6-4441-94f4-2a3a6561f872, Ziyaret Tarihi: 24/01/08

http://www.democrats.org/a/2005/06/history_of_the.php, Ziyaret Tarihi: 24/01/2008

http://www.icons.org.uk/theicons/collection/oak-tree/features/the-symbolic-oak , Ziyaret Tarihi: 05/02/08

Ek- 1. Metodolojik Puanlama Sistemi: Parti Web Sayfası Analizi

Fonksiyon Özellikleri:

Bilgi Akışı

- **Her bir madde 1 puandır.Toplam indeks (0-20)**
- **Partinin Tarihçesi**
- **Partinin Yapısı**
- **Birimler**
- **Değerler/ İdeoloji**
- **Politikalar**
- **Konuşmalar**
- **Bütçe**
- **Dokümanlar**
- **Haberler**
- **Basın Açıklamaları**
- **Kim Kimdir**
- **Lider**
- **Aday Profilleri**
- **Seçim Bilgileri**
- **Olay Takvimi**
- **İcraatlar**
- **Anketler**

- **Gizlilik**
- **Arşiv**

<u>Kaynak Toplama</u>

Kümülatif indeks- Bu bölümün toplam puanı 0-16 arasında değişmektedir.

- **Yardım İndeksi :(0-4)**
- **Ticaret İndeksi :(0-4)**
- **Üyelik İndeksi : (0-4)**

Yan Üyelik/ Gönüllülük İndeksi: 1=Bu madde var 0= Bu madde yok

- **Listelenmiş Posta Adresi(1)**
- **İndirilebilir Form ve Postalama(2)**
- **Online Bilgisi(3)**
- **Online Ödeme(4)**
- **Hiç Biri(0)**

<u>Haberleşme Ağı</u>

İki bölümün toplam puanı 0-20 aralığındadır.

İç Haberleşme: Linklerin sayısına göre 0-5 puan arasında değişmektedir.

- **Ana partinin sitesinden bağımsız bir şekilde yerel partilere,milletvekillerine ve uluslar arası şubelere olan dahili linkler. 0=Hiç link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100**

Dış Haberleşme:Her bir indeks 0-5 puan arasında değişmektedir. Bu bölümün toplam puanı 0-15 arasındadır.

- **Partizan Linkler: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100**

- **Referans Linkleri: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100**
- **Ticari Linkler: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100**

<u>Katılım</u>

Her bir index 1 puandır.

- **Geri Bildirim İndeksi**
- **Kamuoyu Araştırmaları İndeksi**
- **Karşılıklı İletişim İndeksi**
- **E-yönetim indeksi**
- **Forumlar**
- **Blog**
- **Facebook**
- **Dilekçe/istek talebi**
- **Grup Üyelikleri**
- **Seçmen kaydı**

<u>Kampanya ve Seçim Haberleri</u>

Her madde 1 puandır. Bu bölümün toplam puanı 0-9arasında değişmektedir.

- **Secim haberleri**
- **Seçim sonuçları**
- **Muhalefet yada iktidar patisi ile ilgili olumsuz haber**
- **Gruplar**
- **E-Mail Listesine Katılım**

- **Adaylarla İlgili Bilgi**
- **Logonun İndirimi**
- **Broşür ve Propaganda Bilgilerinin İndirimi:**
- **Miting Bilgileri**
- **Seçim Bölgeleri ile ilgili bilgiler**
- **Kampanya Bilgileri**

Sunum Özellikleri:

<u>Görsellik</u>

Bu bölümün toplam puanı 0-10 arasında değişmektedir.

Sayfa Dizaynı: Her madde 1 puandır. (0-4)

- **Grafikler**
- **Çerçeveler**
- **Hareketli İmajlar**
- **Fotoğraflar**

Multimedya İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-6)

- **Ses**
- **Video**
- **Animasyon**
- **Youtube**
- **Tv**
- **Radio**

Erişebilirlik

İlkeler İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-9)

- **Çerçeve Seçeneğinin Bulunmaması**
- **Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirliği**
- **Dokümanların Metin Halinde İndirilmesi Ve Yazılması**
- **Download**
- **WAP / PDA Aracılığı ile Kablosuz Erişim**
- **RSS Feed**
- **Yabancı Dile Çeviri**
- **Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım**

Gezilebilirlik

Her madde 1 puandır. (0-n)

- **Gezilebilirlik İpuçları**
- **Arama Motorları**
- **Ana Sayfa İkonunun Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması**
- **Sabit Menü Çubuklarının Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması**
- **Site Haritası**
- **İkonun üzerine gelindiğinde iceriklerin görünmesi**

Güncellik

Bu bölümün toplam puanı 0-6 arasında değişmektedir.

- **Güncelleme Tarihi: Her gün güncelleme (6); 1-2 günde bir (5); 3-7 günde bir (4); iki haftada bir (3); ayda bir (2); 1-6 ayda bir (1); +6 ay (0)**

Görülebilirlik/İzlenme[195]

Bu bölümün toplam puanı 0-22 arasında değişmektedir.

- **Herhangi bir web sayfasından bu partiye verilen Link Sayısı: 1=1-500; 2=501-1000; 3=1001-1500; 4=1501-2000; 5= +2000**
- **Partinin Web sayfasının Web ortamında görünürlülük indeksi: : 1=1-50.000; 2=50.001-150.000; 3=150.001-450.000; 4=450.001-1.350.00 5= 1.350.000**
- **Web'teki Sitenin tüm siteler içinde sırası : 3=1-100.000; 2=100.001-200.000; 1=+200.000**
- **Parti Web Sayfasına bağlanma hızı: 1=Düşük; 2= Orta; 3=Hızlı**
- **Ana sayfanın data hacmi*:3=0-30; 2=31--50; 1=51-100**
- **Ana sayfanın yüklenme süresi saniye olarak (load tıme=seconds):3=0-1.5; 2=1.6-2.5; 1=+2.6**

***Genel olarak 25 KB'ı aşan sitelerin çok sayıda grafik içerdiğinden ötürü yüklenmesinin yavaş olduğu bilinmektedir.**

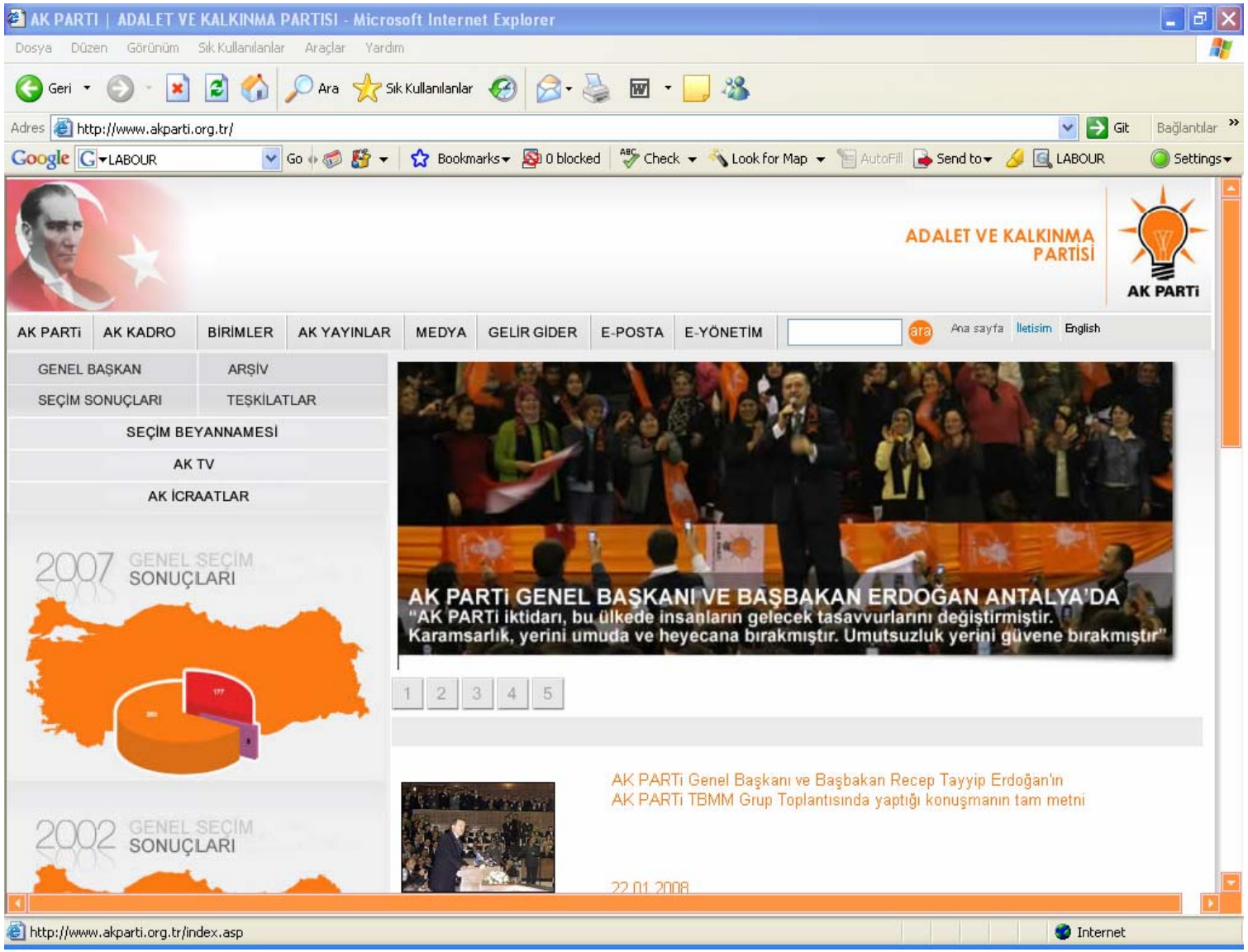
[195] Alexa, **a.g.e.**

Ek-2. Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Görülebilirlilik/İzlenme Oranları

	Ana sayfanın yüklenme süresi (saniye olarak)	Kullanıcıların Parti Web Sayfasına bağlanma hızı	Parti Web SayfasınınWeb'teki Sitenin tüm siteler içinde sırası	Partinin Web Sayfasının Web Ortamında Görünürlülük sayısı	Partiye Web sayfasına Verilen Link Sayısı
AKP	*1.6 Seconds*	**Hızlı**	**148.568**	**22.000**	**182**
CHP	*2.3*	**Orta**	**288.591**	**76.000**	**233**
LABOUR	*1.3*	**Hızlı**	**247.055**	**832.000**	**1.040**
TORY	*3.0*	**Yavaş**	**180.789**	**2.220.000**	**903**
RNC	*2.1*	**Orta**	**97.740**	**3.410.000**	**1.378**
DNC	*2.2*	**Orta**	**75,366**	**1.982.000**	**3.661**

Tablo-14 Siyasal Partilerin Web Sayfalarının Görülebilirlilik/İzlenme Oranları [1]
Kaynak: Tabloda yer alan bütün bilgiler Alexa'dan alınmıştır.

Ek-3. Araştırma Dahilindeki Partilerin Web Sayfalarının Anasayfa Sunumları
AKP ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-9: AKP'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu **Kaynak:**

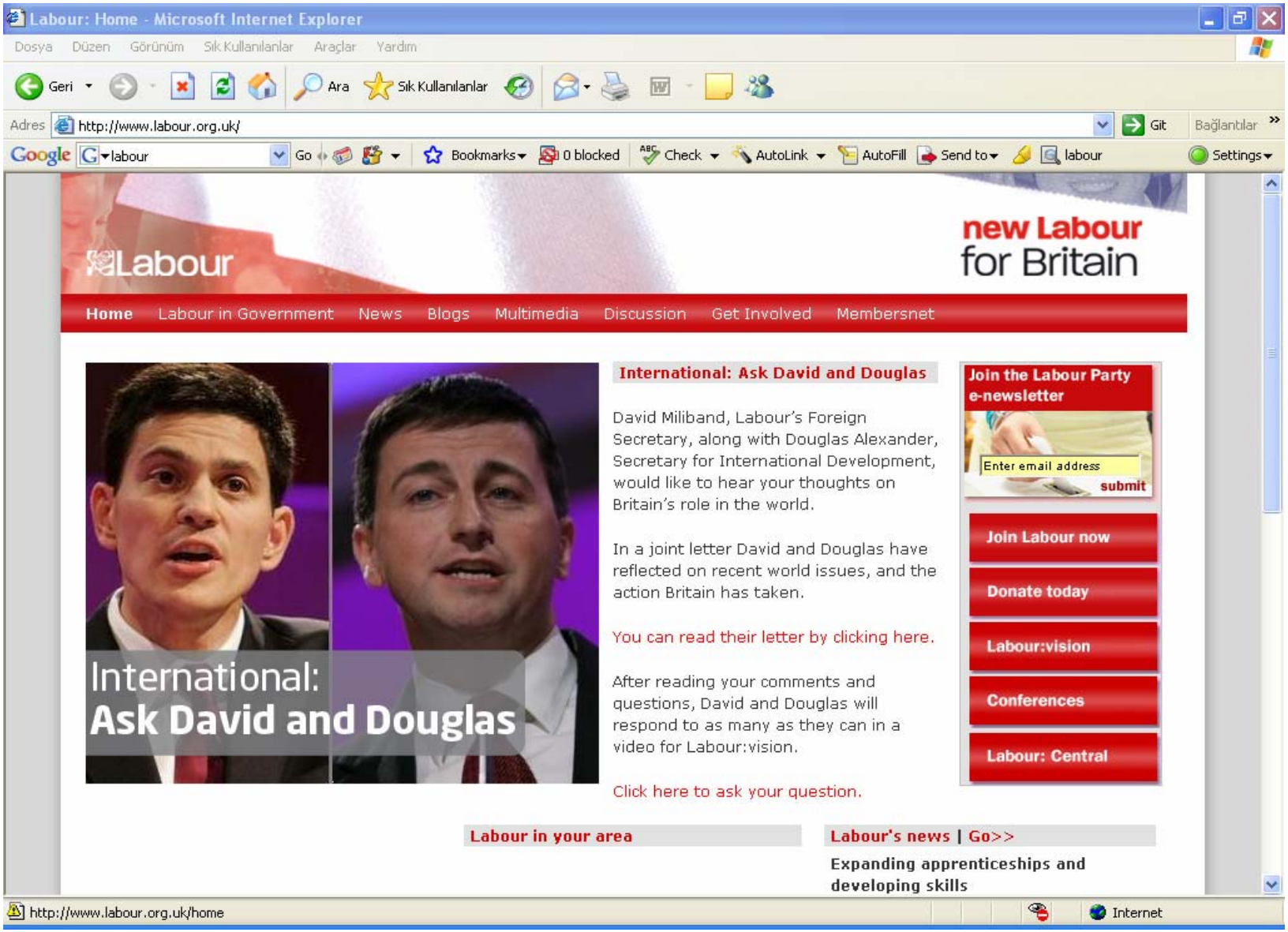
Akparti/Adalet ve Kalkınma Partisi. Ziyaret Tarihi: 25/01/08. http://www.akparti.org.tr/

CHP ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-9: AKP'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu **Kaynak: Akparti/Adalet ve Kalkınma Partisi**. Ziyaret Tarihi: 25/01/08. http://www.akparti.org.tr/

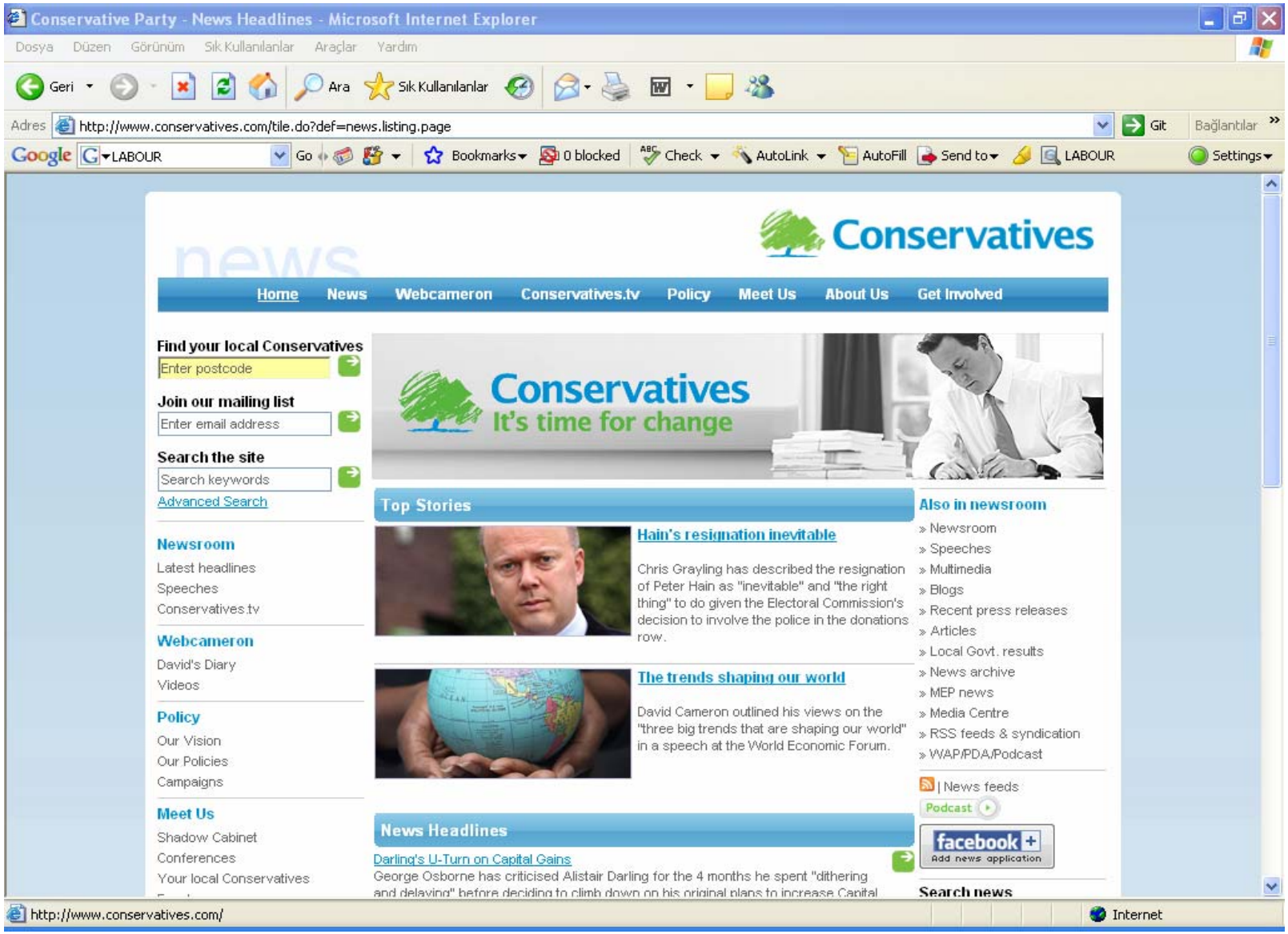
LABOUR ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-11: Labour'un Web Sayfasının Anasayfa Sunumu

Kaynak: **Labour Home**, Ziyaret Tarihi: 25/01/08, http://www.labour.org.uk/

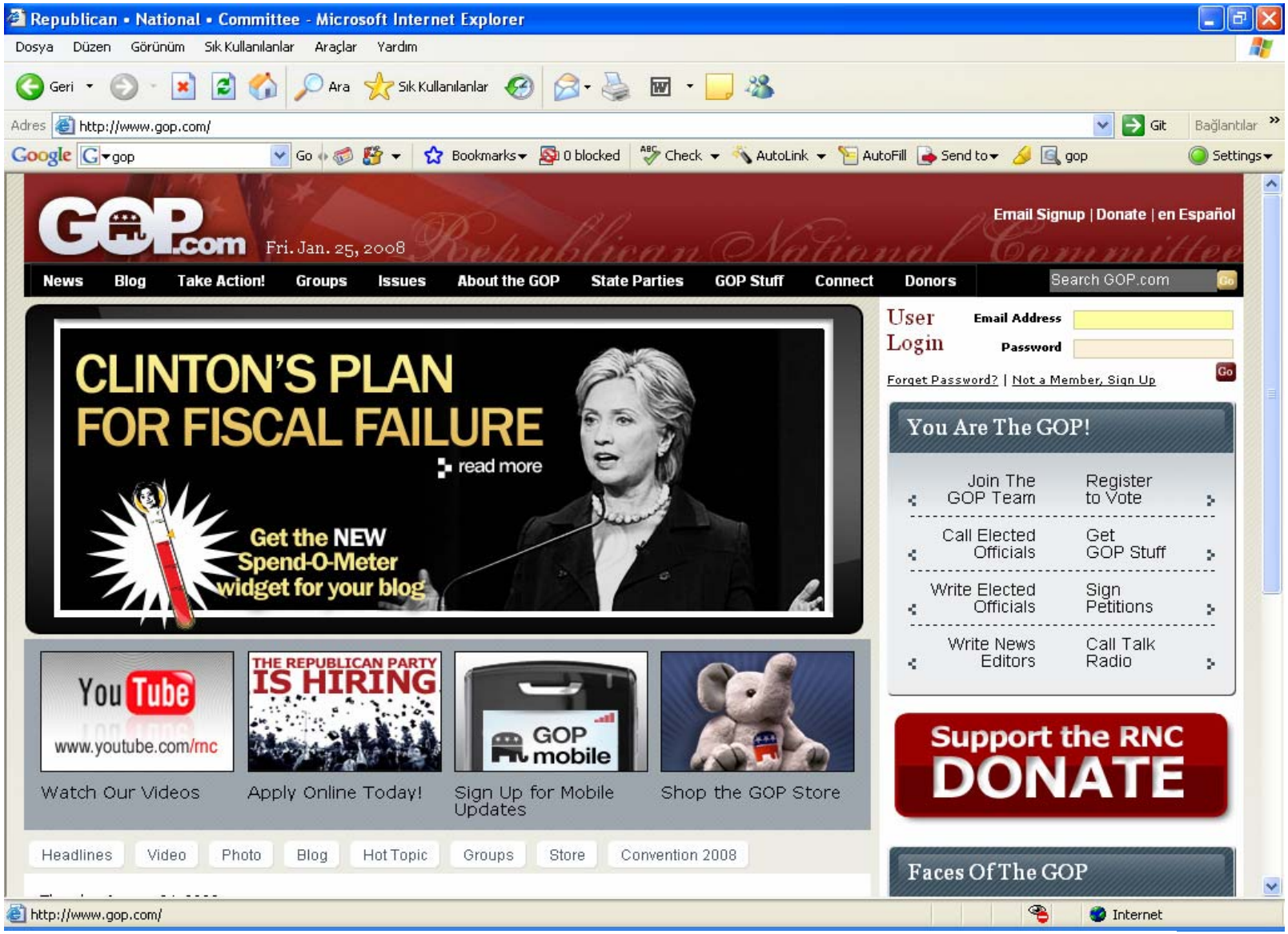
TORY ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-12: Tory'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu

Kaynak:Conservative Party, Ziyaret Tarihi:25/01/08, www.conservatives.com/tile.do?def=news.listing.page

RNC ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-13: RNC'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu

Kaynak: **Republican National Committee;GOP Com**, Ziyaret Tarihi: 25/01/08, http://www.gop.com

DNC ANASAYFA



Fotoğrafik Metaryel-14: DNC'nin Web Sayfasının Anasayfa Sunumu

Kaynak: **The Democratic Party**, Ziyaret Tarihi: 25/01/08, http://www.democrats.org/

ÖZGEÇMİŞ

Ergün Köksoy, 1981 yılında Karaman'da doğdu. 1998 yılında Karaman Kazancı Lisesi'nden, 2004 yılında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden mezun oldu.

2006-2007 yılları arasında 1,5 yıllık süreyle İngiltere'de yabacı dil (İngilizce) eğitimi aldı.

2008 yılında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nde Stratejik Planlama Müdürlüğünde çalışmaya başladı. Halen aynı kurumda çalışmaktadır.