

BÖLÜM-III

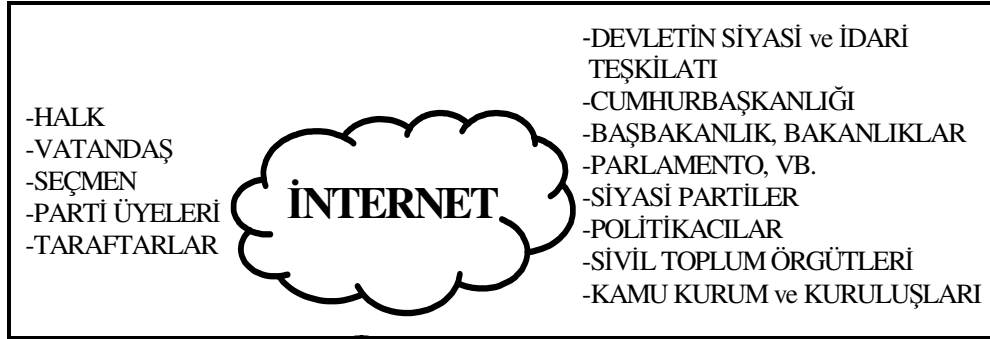
İNTERNETTE SİYASET, E-DEMOKRASİ VE E-YÖNETİŞİM

Doç. Dr. Murat ERDAL

3.1. İnternette Siyaset ve Küresel-Yerel Etkileşimi

Teknoloji ve internetin gelişimiyle birlikte “demokrasi ve siyaset anlayışı” hızla etkileşim göstermiş ve **e-, siber-, sanal-, tele-, net-, sayısal-, internet-, web-** vb. ön eklerle birçok isimlerle nitelendirilen yeni kavramlar ortaya atılmıştır: E-demokrasi, e-siyaset, e-yönetişim, e-seçim, e-başkan, e-oylama, e-sayım gibi...

İnternette politika oluşturan ve onun geniş kitlelere yayılmasını sağlayan başlıca faktörler; klasik yaklaşım içerisinde de değerlendirilen siyasal sistemin başlıca aktörleri olarak gösterilen, cumhurbaşkanlığı, parlamento, başbakanlık, bakanlıklar, başta olmak üzere devletin siyasi teşkilatı ve mekanizmaları ile siyasi partiler ve sivil toplum örgütleri sayılabilir (Şekil-1)¹.



Şekil 1: İnternet ve Siyaset.

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 seçeneklere sahiptir

İnternette siyasete yönelik web site kullanımında temel strateji; doğru, güncel, güvenilir ve kapsamlı bilgileri hızla geniş kitlelere ulaştırmaktır. Bunun yanında web sitesi, politika oluşturma ve belirlenmiş politikalar hakkında geri bildirimleri alma amacıyla da kullanılmaktadır. Tüm bu faktörlerin bir araya getirilmesi dinamik web siteleri ile

¹ Murat Erdal, “İnternette Politika ve Web Site Stratejileri”, **8. Türkiye’de İnternet Konferansı**, 19-21 Aralık 2002, <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf8>, Siyaset Oturumu, Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi, İstanbul, 19 Aralık 2002 .

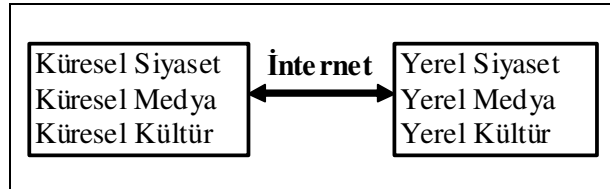
mümkündür. Sadece parti üye ve taraftarlarına yönelik hazırlanan, parti programını ve ideolojisini tanıtan statik web siteleri artık geçerliliğini kaybetmektedir.

İnternet üzerinde toplum ve bireylerle sürekli iletişimin sağlandığı, karşılıklı etkileşimin kurulduğu mecralar daha fazla ziyaretçi akınına uğramaktadır. Bu bağlamda, web sitelerinde etkileşim kurmada en çok kullanılan yöntemleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür :

- E-posta
- Topluluk Yaratma ve Sohbet Odaları
- Devlete / Hükümete / Partiye / Politikacıya Danışma Hattı
- Diyalog Sayfaları
- Anketler / Kamuoyu Araştırmaları
- Referandumlar

Web sitelerinin oluşturulmasında, daha fazla yeni ziyaretçinin rağbet ettiği, ziyaret edilme oranının yükseldiği ve vatandaşla görüş alış-verişinin yapılabildiği teknikler dikkate alınmalıdır. Merak edilen soruların e-posta ve web sitesi kanalıyla ilgililere ulaştırılması, politikacılarla eş zamanlı yapılan siyasi görüşmeler, partililer-taraftarlar ve her görüşten bireyin bir araya gelebildiği sohbet odaları, sıklıkla kullanılan teknikler olmaktadır.

İnternet, ulusal öncelik ve hassasiyetlerin, yerel politikaların dünyaya tanıtılması, küresel bazda kamuoyu oluşturması ve uluslararası alanda destek bulmasında büyük fırsat yaratmaktadır (Şekil 2) Teknolojinin bu alanda kullanımı uluslararası ilişkiler açısından son derece önemlidir.



Şekil 2: İnternet ve Küresel-Yerel Etkileşimi.

Siyasi partiler interneti çok amaçlı kullanabilmektedirler. Parti tüzük ve programını tanıtmaya, öncelik ve duyarlılıklarını belirtme, taşıdığı ideoloji, dünya görüşü, ülke sorunlarına yaklaşım ve çözüm projeleri gibi alanlarda topluma ve onu destekleyen taraftarlara bilgi verme stratejik öneme sahip konulardır.

İnternetin uluslar arası bir medya aracı şeklinde kullanımı açısından İngiltere ve ABD'den belli başlı parti ve devlet site isimlerini vermek mümkündür (Tablo 1):

Tablo 1: İnternette Siyaset ve Uluslararası Web Site Örnekleri	
İngiltere	
İşçi Partisi	www.labour.org.uk
Muhafazakar Parti	www.conservatives.com
Liberal Demokrat Parti	www.libdems.org.uk
Yeşiller	www.greenparty.org.uk
ABD	
Cumhuriyetçi Ulusal Komite	www.rnc.org
Demokratik Ulusal Komite	www.dnc.org
Yeşiller	www.gp.org, www.globalgreens.info
Beyaz Saray	www.whitehouse.gov
Başkan	www.georgewbush.com

Küresel medya kullanımı açısından Tablo 1'de yer alan web sitelerine girildiğinde görülecektir ki, sadece ulusal bazda değil uluslararası alanda meydana gelen birçok olay ve habere ilişkin görüşler, bilgilendirmeler ve hatta yönlendirmeler yapılmaktadır.

Tablo 2: İnternette Siyaset ve Ulusal Web Site Örnekleri	
Türkiye Büyük Millet Meclisi	www.tbmm.gov.tr
Başbakanlık	www.basbakanlik.gov.tr
Adalet ve Kalkınma Partisi	www.akparti.org.tr
Anavatan Partisi	www.anap.org.tr
Cumhuriyet Halk Partisi	www.chp.org.tr
Demokratik Sol Parti	www.dsp.org.tr
Doğru Yol Partisi	www.dyp.org.tr
Genç Parti	www.gencparti.org
.....
Abdullah Gül	www.abdullahgul.org
Mustafa Taşar	www.mustafatasar.gen.tr
.....

Ülkemizde faaliyet gösteren parti veya siyasetçi web siteleri incelendiğinde, çeşitli animasyonlar ve resimlerle hareketlendirilmiş ana sayfalarda; Genel Başkan / XYZ Parti Kadrosu / Kurucular / Genel Merkez / Genel İdare Kurulu / Kurucular Kurulu / MYK / MKYK / Başkanlık Divanı / Milletvekilleri / İl ve İlçe Teşkilatları / Parti Programı / Tüzük / Güncel Haberler / TBMM Grubu / Kadın Kolları / Gençlik Kolları / İcraatlar / Disiplin Kurulu / Kişisel Sayfalar / Meclisten / Dokümanlar / Yayınlar / Konuk Defteri / Konuk Mesajı /

Atatürk Köşesi / AB Belgeleri / Serbest Kürsü / Bize Ulaşın / Bize Sorun / Parti Danışma Hattı / İletişim Adres ve Telefonları / E-posta / Parti Bülteni / Genel Başkan Ve MYK Üyelerinin Konuşmaları / Site İçi Arama Motoru / Fotoğraf Albümü / Medyada Çıkmış Haberler ve Basında XYZ Partisi / Basında Bugün / Parti ve Web Sitesi Üye Kaydı / İnternet Üzerinden Bağış / Raporlar / Tartışma / Anket /Afişler /Linkler /Arama / Bilim Platformu / Üyelik / Meclis Gündemi / Dış Medya / Ar-Ge / Siyaset Okulu / Amblem / Yabancı Dil Modülleri / Arşiv-Arama/ Seçim Bildirgesi / Seçim Analizleri / Kamuoyu Araştırmaları / Hükümet / TBMM ...Dönem / Açıklamalar ve Konuşmalar / Basın Toplantıları / Grup Konuşmaları / Site Haritası / Bağlantılar (TBMM, Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Bakanlıklar, DPT, DİE ve Hazine Müsteşarlığı gibi) vb. araç ve menüler bulunmaktadır (Tablo 2) .

Ayrıca siyasi parti web sitelerinde politika ile doğrudan ilgili olmayan fakat ziyaretçilerin site içerisinde kalma sürelerini uzatmaya yönelik strateji ve taktiklere de başvurulmaktadır. Bu yöntemler içerisinde; Hava ve Yol Durumu / Önemli Günler / Sarı Sayfalar / THY Uçak Saatleri / Nöbetçi Eczaneler / Kimlik Numaranız / Spor / Borsa / Linkler vb. ön plana çıkmaktadır. Siyasetle ilgilenenlerin ilgi ve hobilerine yönelik seçeneklerin yanında, siyaset dışı ihtiyaçlar da göz önünde bulundurulabilmektedir.

Yukarıda sayılan modül ve menülerin yanında web sitesinin işlevselliği ve performansı, kolay açılır olması, tasarım kalitesi, site kullanım kolaylığı, doğru renk, grafik ve animasyon seçimleri, kısa ve hafızada kalabilen site isimlendirmesi ve site içeriği gibi teknik taraflar da ayrı bir uzmanlık gerektirmektedir.

Geleceğin demokrasi ve siyaset anlayışında artan teknoloji ve internet kullanımının ne gibi bir fark yaratacağı sorusunun bugün için yanıtlanması hiç de kolay değildir. İnternetin demografik yapısı, kullanım yaygınlığı ve teknoloji bu alanda temel belirleyicilerdir. Bazı ülkelerde görülmeye başlanan “**e-seçim**” gibi gelişmelerin dünyanın bütün bölgelerinde kısa bir süre içinde uygulama şansı bulması son derece güçtür.

“Blair.co.uk”

Muhalefetteki Muhafazakar Parti, İngiliz Başkanı Tony Blair’ın bugüne kadar bir e-posta adresi olmayışını alaya almıştı. “Tıpkı Küba, Libya ve Kuzey Kore liderleri gibi, bizimkinin de e-posta adresi yok!” diye.

Nihayet İngiltere Başbakanı Tony Blair’in de bir e-posta adresi oluyor. Avrupa’nun en çevrimiçi ülkelerinden İngiltere’de, başbakana e-posta yolu ile ulaşamama “ayıbı” sona erecek. İngilizlerin gözü aydın!

Bay Blair’in seçmenlerle arasını iyi tutması şart. Hele son aylarda Irak nedeniyle karşılaştığı suçlamalardan sonra, bu şart daha acil. Bu yüzden, günde ortalama bin 370 mektup alan başbakanın, artık bir e-posta adresi olması gerektiğine karar verilmiştir.

Gelecek e-postaların bazılarını yanıtlar herhalde? Gerisini de başbakanlık elemanları...

Muhalefetteki Muhafazakar Parti, Blair’in bugüne kadar bir e-posta adresi olmayışını alaya almıştır. “Tıpkı Küba, Libya,ve Kuzey Kore liderleri gibi, bizimkinin de e-posta adresi yok!” diye.

Aslında başbakanlığın bir web sitesi var. Irak savaşı nedeniyle bu siteye başvuruların sayısı iyice artmış. Başbakana da ulaşmak isteyenler, bu ay içinde şu adresi kullanacak: www.pm.gov.uk (Prime Minister)

Başbakan Blair, 1997’den beri iktidarda. İngiltere tarihinde 6 yıl başbakanlık yapabilen ilk İşçi Partisi lideri oldu! İktidara yürürken, bütün orta öğretimi internet’e bağlayacağını vaad etmişti. Hükümet, 2005 yılına kadar bütün devlet hizmetlerini internet üzerinden vermeyi öngören bir plan da açıkladı. Ancak, bu tarihe uygulamayacağı anlaşılıyor. Bu tökezlemeye rağmen İngiliz halkının yarısı çevrimiçi.

Blair’in e-posta adresinin benzerleri başka yerlerde çoktandır işliyor. Japonya Başbakanı Junichiro Koizumi iki yıl önce bir e-posta gönderdi. Bir milyon kişi de servise abone olmak için başvurmuştu.

Güney Kore Cumhurbaşkanı Roh Moo-hyun da “internet başkan” diye biliniyor. Bay Roh, HTML’den anlayan, dünyadaki ilk başkan çünkü. Seçmenlere meydanlarda değil, evlerine gönderdiği e-postalarla ulaştı. Ülkede hanelerin yüzde 70’inde geniş bant bağlantısı var! Sadece çevrimiçi yayın yapan Oh My News gazetesi, günde 14 milyon kere tıklanıyor. Her gün 1-3 milyon kişi düzenli okuyor. Böyle bir memleketin başkanı da e-başkan olmak zorunda herhalde?

Kaynak: Edip Emil Öymen, **BT Haber**, Sayı:433, 18-24 Ağustos 2003,

“En Popüler Site El-Cezire TV”

Irak'ta olup bitenleri çarpıcı bir şekilde ekrana getiren El Cezire televizyonunun web sitesi, internet dünyasının en popüler adreslerinden biri haline geldi. Arama motoru Lycos'un verilerine göre geçtiğimiz hafta en çok "El cezire" kelimesi hakkında arama yapıldı. İnternette hakkında en çok arama yapılan "seks" ise üçüncü sıraya geriledi.

El Cezire TV, savaşın başladığı ilk günlerde esir düşen ABD'lilerin görüntülerini yayınlarak bütün dünyanın ilgisini çekmişti. Televizyonun İngilizce yayın yapan web sitesi çok sayıda ziyaretçi toplarken, geçtiğimiz hafta hacker saldırısına uğradı. Sitenin bu hafta içinde tekrar yayına başlaması bekleniyor.

En popüler arama motoru Google'da da El Cezire TV'nin arama listesinin üst sıralarında yer aldığı belirtiliyor.

El Cezire, Katar'dan yayın yapıyor. Katar hükümeti tarafından desteklenen televizyon Arap dünyasının bağımsız sesi olarak biliniyor.

*Siteye bu adreslerden ulaşılabilir ancak İngilizce sitesi henüz yayına başlamadı.
(ABD'nin IRAK Operasyonu Sürecinde y.n.)*

<http://english.aljazeera.net>

<http://www.aljazeera.net>

3.2. İnternet Üzerinde Kamuoyu Oluşturma Çabaları ve Kampanya Türleri

İnternet, örgütlenme, organizasyon ve birlikte hareket etme yeteneğini artırmaktadır. Kampanya için en büyük kaldıraç; zaman ve maliyetin düşük fakat aynı zamanda amaca en uygun bir biçimde işlevselliğin ortaya konmasıdır. Kampanyanın gücü kampanyaya katılan kitlenin niteliği, büyüklüğü, yaygınlık, uyandırdığı bilinç düzeyi, tepki (reaksiyon) boyutu ve planlanan amaca hizmet etmesidir.

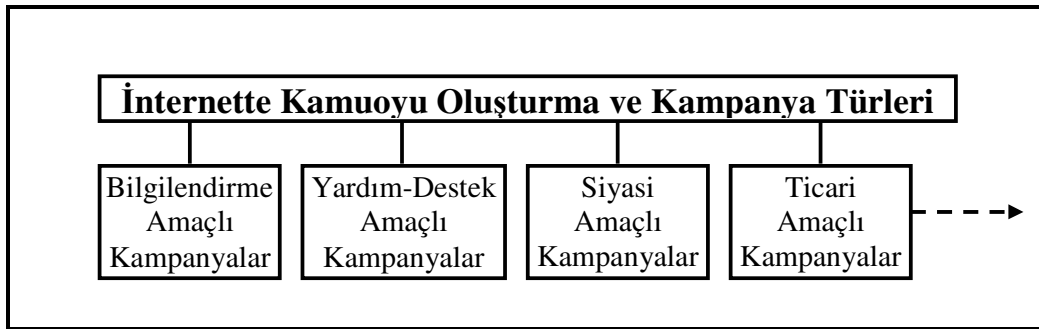
İnternet üzerinde kamuoyu oluşturma çabaları ve kampanya türlerini temelde dört ana başlık altında toplamak mümkündür (Şekil 3): Bunlar;

i) Bilgilendirme Amaçlı Kampanyalar: İnternet ortamında sıklıkla e-posta şeklinde; herhangi bir olay, haber veya ürün/hizmet konusunda arkadaş/iş çevresini haberdar etme şeklinde kullanılır.

ii) Yardım-Destek Amaçlı Kampanyalar: Herhangi bir hastalığa veya probleme hızla çözüm bulma süreçlerinde örneğin; “kan arıyor”, “okuma / kitap desteği”, “para toplama”, “kayıp bildirme ve arama” gibi yürütülen kampanyalardır.

iii) Siyasi Amaçlı Kampanyalar: Herhangi bir konuda kamuoyu oluşturma, ilgi çekme ve taraftar toplama amacını taşımaktadır. Televizyon, radyo, cep telefonu, internet ve caddelerdeki elektronik panolar sıklıkla kullanılmakta olup internet üzerinde “web sitesi” ve “e-posta” teknikleri ağırlık taşımaktadır.

iv) Ticari Amaçlı Kampanyalar: Kitap, cd, bilgisayar bileşenleri, makyaj malzemesi başta olmak üzere her türlü ürün ve/veya hizmet tanıtımı bu kampanya türü dahilinde düşünülmektedir. E-posta pazarlaması ve elektronik ticaret yöntemleri çoğunlukla kullanılmakta olup, bu alanda en büyük sıkıntı istenmeyen e-posta (spam) sayısının hızla artmasıdır.



Şekil 3: İnternet Üzerinde Kamuoyu Oluşturma Çabaları ve Kampanya Türleri.

Yukarıda sayılan temel kampanya türleri bir veya birden fazla amaca aynı zamanda yönelik olabilmektedir. Bu türlere örnek olarak aşağıdaki web siteleri göstermek mümkündür:

- www.kampanyaturk.gen.tr
- www.petrolunsonu.org
- www.temizuretim.org
- www.dolaralma.com
- www.turk-yunan.gen.tr
- www.ermenisorunu.gen.tr
- www.kibris.gen.tr
- www.teror.gen.tr
- www.yabanci-mal-almiyorum.com

Siyasi partilerin, seçim dönemlerinde kampanya planlaması ve bir program çerçevesinde hareket etme gereği günümüzde bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu aşamadaki temel adımlar ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

- i.Genel Stratejik Amaç:** Partinin nihai amacının ve neyi başarmak istediğinin tanımlanması.
- ii.Taktik Hedefler:** Partiyi başarıya götürecek temel adım ve aşamaların belirlenmesi
- iii.Partinin Temel Mesajları:** Parti tarafından ne söylenmek istendiğinin tanımlanması.
- iv.Hedef Kitle Analizi:** Temel parti mesajların hangi hedef gruplara verileceğinin analizi.
- v.İletişim Teknikleri:** Mesajların hedef kitlelere hangi yöntemlerle iletileceğinin tanımlanması.
- vi.Zamanlama:** Parti mesajlarının ne zaman, hangi sıklıkla ve ne kadar süreyle aktarılacağına tanımlanması.
- vii.Başarı Değerlemesi:** Parti için başarı – performans kriterlerinin belirlenmesi.

İnternet ve web stratejileri, siyasi parti tanıtım ve seçim kampanyaları açısından düşük maliyet, hız, yedi gün yirmi dört saat ve dünyanın her yerine ulaşma gibi kolaylıklar sağlamaktadır. Ancak hedeflere ulaşmada ve beklentilerin karşılanmasında internet kullanıcılarının doğru tanımlanması ve demografik yapının iyi analiz edilmesi gerektiği unutulmamalıdır.

İnternette siyasette birçok ahlaki problem yaşanabilmektedir. Milletvekillerine ait ad ve soyadların birleşimiyle oluşturulan web site alan adlarını almak ve bunları para karşılığında satmak en yaygın etik problemlerdendir. Bunun yanında rakip parti veya kişi hakkında asılsız haber çıkarmak ve yaymak seçim dönemlerinde sıklıkla kullanılmaktadır.

Diğer taraftan interneti siyasi amaçlar doğrultusunda kullanarak, belirlenen hedefe yönelik kişi, kurum, endüstri dalı veya ülke hakkında asılsız ve yanlış propaganda yapmak, belirlenen bir web sitesini veya işletim sistemini işe yaramaz hale getirmeye çalışmak, ciddi sorunlar yaratmaktadır. Siber-terörizm uygulamaları dünyada artarken bu uygulamalarla mücadele yöntemleri de hız kazanmaktadır.

İnternet üzerinden kişisel, kurumsal ve hatta ülkesel bazda bilinçli bir şekilde yapılan karalamalar, kamuoyu oluşturma çabaları ve spekülasyonlarla mücadelelerde hangi yöntemler izlenmelidir ? Site içeriklerinde verilen ve gerçeğe aykırı bir şekilde sunulan yalan haber, görüntü vb. yayınlarla nasıl mücadele edilecektir ? Bu tip problemler dünyanın ortak

Örnek 2: Cumhuriyet Halk Partisi.

2002 Seçim Bildirgesi

- Türkiye’den, “Tek Başına İktidar” İstiyoruz...
- Kabu etmiyoruz, etmeyeceğiz !
- 3 Kasım: “Yeni bir başlangıç”

1. Temiz Siyaset, Dürüst Yönetim...

“Temiz siyaseti” kurala dönüştüreceğiz...
Yönetimde, iş yaşamında “ahlak ve dürüstlük” egemen olacak...

2. Hedefimiz: Vatandaş Odaklı e-Devlet...

Devleti yeniden yapılandıracağız...
Vatandaşa hizmet sunan, saydam, verimli ve demokratik devleti kuracağız...

3. Örgütlü, Üretken ve Yarışmacı, Çağdaş Bir Piyasa Ekonomisi Kuracağız.

4.

“TBMM’nin Irak Savaşı İle İlgili Olarak Görüşme ve Oylama Süreçleri Devam Ederken İnternette Sürdürülen ve E-Posta İle Yaygınlaştırılan Bir Kampanya Örneği (2003)”

“1.000.000 HEMEN !”



ABD'nin verdiği para 6.000.000.000 USD
6.000.00.000.USD / 66.000.000 kişi = 91 USD/kişi yapar.
91 USD'nin karşılığı da 150.000.000 TL dolayında yapıyor.

Ayrıca, 91 USD;

Kişi başı ortalama yıllık gelirimizin 20’de birinden az demek.

Günümüzdeki karşılığı 150.000.000 TL'den az yapıyor.

Bir kişi için söylersek, asgari ücretten de az.

Bir başka türlü söylersek, yıl boyunca günde 500.000 TL’den az.

Bir de büyüterek söyleyelim: 5 kişilik bir ailede 750.000.000 TL’den de az yapıyor.

Bir de şöyle deneyelim: Bankacılık sektörü üzerinden bizim cebimizden hortumlananların, en masum tahminlerle, 5’te birinden az.

Açık ki; biz ABD’nin verdiğiinden daha fazlasını verebilecek güce sahibiz.

Bunu, geçmişte, farkında olmadan verdiğimizden de belli.

Diyoruz ki:

ABD yerine biz verelim ve daha fazlasını verelim. Bunun karşılığında da, savaşa hiçbir biçimde bulaşmayalım. Hükümetten bunu isteyelim; karşılığını da ödeyelim.

Avans olarak da 1.000.000 TL’yi hemen gönderiyoruz.

Sayın Vekilim,

Ben bu savaşı da, ABD askerini de istemiyorum.

ABD'nin vereceğinden çok daha fazlası, hem para, hem kafa, hem kol, hem de yürek bizde.

ABD yöneticilerini değil bizi dinleyin,

Siz de "Hayır" deyin.

E-Yönetişim ve Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Bir Değerlendirme

Türkiye açısından e-yönetişim ve e-demokrasi açısından bir değerlendirme yapıldığında ülkemiz gelişmekte olan bir ülkedir ve Michiel Backus'un "E-Governance in Developing Countries" başlıklı makalesinde ortaya koymuş olduğu çerçevedeki çeşitli sorunları yaşamaktadır. Bu bakımdan Backus'un yaklaşımlarını bu noktada gözden geçirmek yararlı olacaktır.

Ekonomik kalkınma ve gelişimin "siyasi", "sosyal", "ekonomik" ve "teknoloji" olmak üzere dört temel yönü bulunmaktadır. Aşağıda bu yönler üzerine dört SWOT Analizine (Güçlü ve Zayıf Taraflar, Fırsatlar ve Tehditler) odaklanılmıştır. Her bir analiz yüksek seviyede olup, üzerinde araştırmalar yapılabilecek ve gerçekçi projelere öncülük edebilecek özelliklere sahiptir.

Siyasi yönler; e-yönetişimle ilişkili olarak strateji ve politikalar, yasa ve kurallar, liderlik, karar verme süreçleri, sermaye ve kaynak konuları, uluslararası ilişkiler ve siyasi istikrar gibi konuları içermektedir (Tablo 3).

Tablo 3: SİYASİ YÖNLER	
Güçlü Taraflar	Zayıf Taraflar
Demokratikleşme reformları ile uyum Çekme(yön verme) faktörü olarak internet Modern imaj	Bütçe Siber yasalarda eksiklik Hükümet içinde sorunların sorumluluğunu üstlenecek kişilerin eksikliği Kara verme sürecinde durağanlık Hiyerarşik yapılar Seçime bağlı olarak kısa süreli yaklaşımlar Entegrasyon ve reform
Fırsatlar	Tehditler
Dışa bağlı finansal kaynaklarını çoğaltabilmek Rekabete dayanıklılığını gösterebilmek Devletin yeniden yapılandırılması Şeffaflığın süreçlerde doğal değişimlere neden olması	Bürokrasi Kötüye kullanım Yolsuzluk ve kirlilik Düzensizliğin sürdürülmesi Şeffaflığın olmaması Politik istikrarsızlık Direnc

Kaynak: Michiel Backus , "E-Governance in Developing Countries", IICD Research Brief-No 1, March 2001, [http:// www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc](http://www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc), s:3.

Sosyal yönler; e-yönetişimle ilişkili olarak bireylerin eğitim seviyesi, istihdam, gelir, sayısal (dijital) uçurum ve bölünme, köy-kent zıtlığı, zengin-yoksul ayırımı, bilgisayar okur yazarlığı, bilişim teknolojileri (IT) becerileri gelişimlerdir (Tablo 4).

Tablo 4: SOSYAL YÖNLER	
Güçlü Taraflar	Zayıf Taraflar
Bireyler bilişim teknolojileri hakkında bilgi edinme ve becerilerini geliştirme konusunda heveslidir. Eğitilmiş insanlar ihraç ürünleri üretebilirler.	Temel eğitim zayıf Bilgisayar okur yazar oranı düşük Bireysel hizmetlere toplumun uyumu Özel sektörle rekabette yetenek eksikliği
Fırsatlar	Tehditler
İstihdam artışı Eğitim sisteminin gelişebilmesi İnsanların yapısal, kalifiye işlere yönelebilmesi Ucuz insan kaynaklarına ulaşılabilmesi İnternetin tutundurulması	Eğitim sonrası bilişim teknolojisi becerisine sahip insanların beyin göçü. Diğer kültürlerle etkiler Sayısal uçurum ve sayısal bölünme İnsanların yeniliğe karşı direnmeleri Gizlilik

Kaynak: Michiel Backus , “E-Governance in Developing Countries”, **IICD Research Brief-No 1**, March 2001, <http://www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc>, s:3.

Ekonomik yön; e-yönetişimle ilişkili olarak finansal kaynak tedariki, maliyet tasarrufları, iş modelleri, e-ticaret gibi konular oluşturur (Tablo 5).

Tablo 5: EKONOMİK YÖNLER	
Güçlü Tarafları	Zayıf Tarafları
E-yönetişim üzerinde yoğunlaşarak dış kaynak sağlama İş süreçlerinde (örneğin satın alma ve kamu ihaleleri gibi) şeffaflık	Yatırım ve yatırımcıların azlığı Bütçe kontrolü
Fırsatlar	Tehditler
Maliyet etkinliği ve beraberinde verimlilik Yeni iş sahalarının ortaya çıkışı	Yolsuzluk ve kirlilik

Kaynak: Michiel Backus , “E-Governance in Developing Countries”, **IICD Research Brief-No 1**, March 2001, <http://www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc>, s:3.

Teknolojik yön; yazılım (software), donanım (hardware), altyapı, haberleşme teknolojisi bilişim teknolojisi konusunda eğitimli insan kaynakları, bakım, koruma ve güvenlik konularına odaklanmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6: TEKNOLOJİK YÖNLER	
Güçlü Tarafları	Zayıf Tarafları
Her şeyin yeni olması; geçmişten gelen negatif etkilerin ve yasaların olmaması İnternetin çekme faktörü olması Bilişim teknolojisi (IT) standartlarının eksikliği ?	Eğitimli bilişim uzmanlarının olmaması İnternetin yüksek maliyeti Heterojen veriler Bilişim teknolojisi (IT) standartlarının eksikliği ? Yazılım lisansları
Fırsatlar	Tehditler
İkinci el donanımlara erişebilirlik Standartlaşmadan yararlanabilme	Teknoloji bağımlılığı

Kaynak: Michiel Backus , “E-Governance in Developing Countries”, **IICD Research Brief-No 1**, March 2001, [http:// www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc](http://www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc), s:3.

“E-demokrasi ve e-yönetişim” kavramları demokrasi kültürü ile doğrudan bağlantılıdır. Ülkemizde ne yazık ki, uzun bir dönem vatandaşlar, siyasetçiler tarafından sadece yerel seçimler ve genel seçimlerde oy veren kişiler olarak görüldü. Fakat bugünün Türkiye’inde bireyler gün geçtikçe daha fazla bilinçlenmekte ve attığı oyların, yaptıkları seçimlerin arkasında durmakta, katıldıkları ve katılmadıkları tüm gelişmelere tepkileri koymaktadırlar.

Elektronik dönüşümle birlikte kamu kurum ve kuruluşlarına, siyasi partilere ve sivil toplum örgütlerine erişim sağlanması kolaylaşmıştır. Devletin siyasi teşkilat ve mekanizmaları ile siyasi parti web sitelerinin ziyaret edilme sıklığı ve ziyaretçi sayıları giderek artmaktadır. Genç kuşaklar ve eğitimli bireyler bu yeni durumun sürükleyicisi konumundadırlar. Bununla birlikte siyasal sistem ve süreçlere katılımın arzu edilen seviyelerden hayli uzak olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Backus , Michiel, “E-Governance in Developing Countries”, **IICD Research Brief-No 1**, March 2001, [http:// www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc](http://www.ftpicd.org/files/research/briefs/brief1.doc), s:1-4.
- Erdal, Murat, “İnternette Politika ve Web Site Stratejileri”, **8. Türkiye’de İnternet Konferansı**, 19-21 Aralık 2002, <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf8>, Siyaset Oturumu, Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi, İstanbul, 19 Aralık 2002 .
- Öymen, Edip Emil, **BT Haber**, Sayı:433, 18-24 Ağustos 2003.

Ayrıca internette siyaset ile ilgili örnekler ve bu alandaki kaynaklar açısından aşağıdaki web siteleri incelenebilir:

- www.politics1.com/parties.htm
- www.politicalresources.net
- www.politicsdirect.com
- www.parties-and-elections.de/indexe.html. (Avrupa’daki Siyasi Partiler).