



Araştırma Makalesi • Research Article

## Dijital Partilerin İletişim Kanallarını Kullanma Stratejileri Üzerine Bir İnceleme

*An Investigation of the Strategies of Digital Parties in Using Communication Channels*

Cihan Yavuz TAŞ\*

Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Bilimleri, Kocaeli, Türkiye. ORCID: 0000-0002-2211-9614

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 27.06.2024

Kabul tarihi: 07.07.2024

*Anahtar Kelimeler:* Dijital Parti,  
Hareket Partisi, İletişim Kanalları

### ÖZET

*IT teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, tüm dünyada internet üzerinden bilgiye erişim oldukça kolaylaşmıştır. İletişimde yaşanan bu devrim, hayatın diğer birçok alanında olduğu gibi siyaset alanında da önemli etkiler ve dönüşümlere yol açmıştır. Geleneksel partilerin alışlageldik seçim kampanyaları yerine, sosyal medya platformları üzerinden yaptıkları dijital pazarlama teknikleri etkin şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bireylerin siyasi görüşlerini yeterince ifade edemeyen geleneksel partiler yerine dijital partiler kurmayı tercih etmeleri gibi dönüşümler küresel siyasette son yıllarda sıklıkla gözlenmektedir. Bu çerçevede hareket partileri olarak başlayan birçok siyasi eylemin internet ortamlarında örgütlenmesi ile etkileri giderek daha fazla artan dijital partiler, yakın gelecekte küresel siyasette önemli bir role sahip olacak gibi görünmektedir. Bu çalışmada dijital partilerin özelliklerinin yanında dünyada etkin şekilde faaliyet gösteren dijital partilerin iletişim kanallarını kullanma stratejileri ve dijital partilerin olumlu ve olumsuz yönleri incelenecektir.*

### ARTICLE INFO

*Article History:*

Received: 27.06.2024

Accepted: 07.07.2024

*Keywords:* Digital Party, Movement  
Party, Communication Channels

### ABSTRACT

*With the development of IT technologies, access to information over the internet has become much easier all over the world. This revolution in communication has led to significant effects and transformations in politics, as in many other areas of life. Instead of traditional parties' conventional election campaigns, digital marketing techniques via social media platforms have begun to be used effectively. Transformations such as choosing to establish digital parties instead of traditional parties that cannot adequately express their political views have been frequently observed in global politics in recent years. Within this framework, digital parties, whose influence has been increasing with the organization of many political actions that started as movement parties on the internet, seem to have an important role in global politics in the near future. In this study, the characteristics of digital parties, as well as the strategies of digital parties that operate effectively in the world to use communication channels and the positive and negative aspects of digital parties will be examined.*

\* Sorumlu yazar / Corresponding Author.

e-posta: cyavuztas@gmail.com

Atif: Taş, C. Y. (2024). Dijital Partilerin İletişim Kanallarını Kullanma Stratejileri Üzerine Bir İnceleme, *Journal of Economics and Political Sciences*, 4 (1), 35-43.

## 1. Giriş

19. yüzyıldan itibaren imparatorlukların yavaş yavaş yerlerini ulus devletlere ve demokratik sistemlere bırakmasıyla birlikte, toplumların yönetimde daha fazla söz sahibi olmaları mümkün olmuştur. Bu durum, halkın siyasi görüşlerini ve tercihlerini daha somut şekilde temsil etmek üzere siyasi partilerin sayıca artmasında rol oynamıştır. 20. yüzyılda birçok ülkede giderek artan demokratik seçimler ve teknolojik yenilikler sadece siyasi tercihlerde değil, siyasi tercihlerin ifade edildiği partilerde de önemli değişikliklerin yaşanmasına sebep olmuştur. Teknolojik gelişmeler ve IT (Information Technology) teknolojilerinin iletişim alanında çok daha etkin şekilde kullanılması, siyasi partilerin seçmenlerle iletişim kurmak için bilişim teknolojilerinden daha fazla yararlanmasına olanak tanımıştır. Bu çerçevede ele alınması gereken alanlardan biri de hiç şüphesiz dijitalleşmenin siyasi partilerin gündemine entegre edilmesidir.

IT teknolojilerindeki gelişmeler ve elektronik iletişim kanallarının her alanda etkin şekilde kullanılması ile geleneksel partiler de dijital iletişim kanallarını aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Geleneksel partiler elektronik iletişimi iç iletişiminde kullanırken, siyasal iletişimin yürütülmesi konusunda dış iletişiminde de etkin şekilde kullanmaya devam etmişlerdir. Bilhassa pandemi döneminde diğer tüm sektörlerde olduğu gibi siyasi partiler de elektronik iletişimin tüm olanaklarından sonuna kadar yararlanarak hem toplantıları elektronik ortamda yapmada hem de seçmenlerle buluşmada elektronik iletişimi etkin bir şekilde kullanmışlardır (Işık ve Işık, 2021:4). Teknolojik yenilikler, sosyal medyanın tüm dünyada kullanım düzeyinin çok yükselmesi ve sosyal platformlar üzerinden yapılan etkileşimlerle bireylerin karar alma süreçlerinin yoğun şekilde etkilenmesi siyasal hayatı da etkilemiş ve dijital parti kavramı hayatımıza girmiştir.

Dijitalleşmenin hız kazandığı son yıllarda, diğer birçok alanda olduğu gibi siyasi kurumlar, faaliyetler ve ilişkiler de bilgi ve iletişim teknolojilerini olabildiğince kullanma yoluna gitmiştir. Dijital parti kavramı yanında dijital siyaset, mevcutta var olan siyasi

faaliyetlerin dijitalleşmesini hem de alternatif siyasi eylem ve katılımların kendilerini ifade edebilme mecrasını sağlamıştır. Dijital demokrasi, siyasi elitler ve toplumda söz sahibi olan ayrıcalıklı kesimler yanında toplumun geri kalanının da haklarını, fikirlerini ve siyasi görüşlerini ifade edebildikleri bir amaca hizmet etmektedir (Şen ve Şen, 2023:491).

Küresel ölçekte geleneksel siyasetin eskisi kadar değer ve ilgi görmemesinde popülizmin yükselişi, nüfusun artması, orta ve alt gelir gruplarının giderek yoksullaşması, terör, göç ve geleceğe dair umutsuzluklar önemli bir yer tutmaktadır. Tüm dünyada devam eden ve giderek ağırlığı artan işsizlik, yoksulluk ve güven sorunlarına yönelik olarak geleneksel siyasetin çözüm bulamaması bireylerin siyasete karşı ilgisini umutsuzlukla birlikte önemli ölçüde azaltmıştır. Bu sorunu tespit eden siyasi partiler, toplumsal hareketleri stratejik olarak değerlendirerek örgütlenme yoluna gitmişlerdir. Bu çabaların bir sonucu olarak IT teknolojilerinin de sağladığı olağanüstü imkanlarla ortaya çıkan dijital partiler, teknolojiyi ve modern iletişim ağlarını etkin kullanan bireyler için önemli bir siyasi platform ortaya koymaya aday olarak görünmektedir. Bu partiler, geleneksel partilerden farklı olarak iletişim ve organizasyon aracı olarak dijital teknolojileri etkin şekilde kullanmaktadırlar. Ancak dijital partileri geleneksel partilerden ayıran en önemli özellik sadece dijital sosyal platformları kullanması değildir. Bu parti anlayışı, siyasi parti paradigmasını değiştirecek bir etkiye sahip görünmektedir. İspanya'da Podemos, Fransa'da Insoumise ve İngiltere'de İşçi Partisi'nin etkinliğinin artmasını sağlayan Momentum gibi sol popülist hareketlerde yeni siyasi oluşumların gerçekleşmesinde bu farklılıklar göze çarpmaktadır (Özmen, 2022:767).

Geleneksel siyasi partilerin elektronik iletişim araçlarından istifade etmeleri yanında doğrudan dijital ortamda kurulan bir siyasi parti türü de siyasi hayata dahil olmuştur. Başta tüm sosyal medya platformları olmak üzere her türlü iletişim aracı üzerinden yapılabilen parti propagandaları, günümüz siyasetinde giderek daha fazla ilgi çekmeye ve siyasal hayatta daha fazla yer almaya

başlamıştır. Özellikle internet teknolojilerinin içine doğmuş olan ve sosyal medya iletişimini yüz yüze ve telefon iletişimine tercih eden Z kuşağına mensup seçmenler açısından beklentileri önemli düzeyde karşılayabilen dijital partiler, Avrupa ülkelerinde kendilerine önemli ve etkin bir faaliyet alanı bulabilmişlerdir.

Literatüre bakıldığında çalışmalar dijital partilerle beraber siyasetin merkezizetsiz hale büründüğünü vurgulanmaktadır (Lobera ve Portos, 2020). Bu çalışmada dijital siyasi partilerin özellikleri açıklandıktan sonra Avrupa'da faaliyet gösteren dijital siyasi partilerin çalışma modelleri ve iletişim teknikleri üzerinde açıklamalar yapılacaktır.

## 2. Siyasi Partilerin Dijitalleşmesi

Siyasi partiler, geçen zaman içinde seçmen beklentilerine göre çeşitlilik göstermişlerdir. Yıllar içinde dönüşümün en önemli ayağını kuşkusuz internetin hayatın her kademesinde etkin şekilde kullanılması oluşturmaktadır. Twitter (X), Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarının devreye girmesiyle birlikte siyasi propaganda için önemli bir mecra ortaya çıkmıştır. Bireylerin sosyal medya aracılığıyla beklentilerini doğrudan ifade edebilmesi, temsili demokrasi araçlarının yerini doğrudan demokrasi araçlarına bıraktığının göstergesi olabilir. Ancak bu noktada siyasi parti liderlerinin sadece sosyal medyayla ilgilenip parti üyelerini ve yöneticilerini önemsememe durumunun ortaya çıkma riskini de dikkate almakta fayda vardır. Parti içi iletişim, özellikle yerel seçim dönemlerinde taşra teşkilatları seviyesinde karar alma süreçlerinde önemli ve etkilidir. Bu nedenle seçimler konusunda yerel yönetimler ve taşra teşkilatları ile yüz yüze toplantıların ve kurultayların yapılması doğru stratejilerin tespit edilmesinde hayati öneme sahiptir. Geleneksel partiler iletişim teknolojilerinin getirdiği imkanları, daha çok iç iletişim kanallarında kullanmayı tercih etmektedirler. Öte yandan sosyal medya kullanım alanlarının giderek genişlemesi, sadece iç iletişimde değil her türlü bilgilendirme, haber verme ve seçmen etkileme kanallarında da iletişim teknolojilerinin kullanılma gerekliliğini ortaya koymaktadır. Siyasi

partilerin sosyal medya hesapları olması yanında, bu platformlar, seçim dönemlerinde başlı başına seçim kampanya platformu olarak etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Reklam kampanyaları, kamu spotu, haberler ya da viral kampanyalarla seçim propagandası yapılmaya çalışılmaktadır (Işık ve Işık, 2021:9). Ancak sosyal medya platformlarının seçimlerde kara propaganda için de kullanıldığı geçtiğimiz yıllarda farklı ülkelerde yaşanmıştır. 2016 yılında Facebook ile işbirliği yapan Cambridge Analytica isimli şirketin ABD'de (Amerika Birleşik Devletleri) yapılan seçimleri sabote etmesi iddiası ilk akla gelen örneklerdendir. Adaylardan biri olan Trump'ın seçilmesi için rakibi Hillary Clinton'a oy vermesi muhtemel kullanıcıların Clinton hakkında çıkarılan haberler dolayısıyla seçime gitmelerini engellemeyi hedefleyen sosyal medya haberleri, seçimin kaderini etkilemiş ve Hillary Clinton'un kazanması kesin gözüyle bakılan seçimleri Donald Trup kazanmıştır (Yıldırım, 2022).

Dijital platformlarda geleneksel partilerin siyasi propaganda etkinliğini artırmak amacıyla yapılan etkileşimler yanında doğrudan dijital ortamda faaliyet gösteren dijital partiler genellikle profesyonel olarak politika ile ilgilenen siyasetçiler tarafından değil, toplumsal hareketlerde öncülük eden etkin aktivistler tarafından kurulan "hareket partileri" olarak da tanımlanmaktadır. Hareket partileri, özellikle ihmal edilen konulara yönelik olarak yüksek hassasiyete sahiptirler ve çok zaman marjinal sosyal gruplar olarak sosyal medya ortamlarında organize olurlar (Mercea ve Mosca, 2021). Hareket partilerine örnek olarak Alman Yeşiller Partisi ile Avusturya Özgürlük Partisi verilebilir. Alman Yeşiller Partisi, bu grup partiler arasında müstesna bir yere sahiptir. Almanya'da 1999 seçimlerinde başarılı olmuşlar ve ulusal düzeyde koalisyon hükümetlerinde yer almayı başarmışlardır. Avrupa'da bu grup parti kategorisinde sol liberal partiler ve endüstri sonrası aşırı sağ partiler yer alırlar (Gunther ve Diamond, 2003:188).

Lucardie ve Frankland (2008) ise amatör-aktivist hareket parti modeli üzerinde durmuştur. Amatör-aktivist parti, genellikle siyasi partilerde görev yapan siyasiler

tarafından değil, aktivistler tarafından kurulan partilerdir. Bu partiler ağırlıklı olarak sol-liberal ya da endüstri ötesi sağ nitelikte olurlar. Sol-liberal partiler ideolojik sorulara negatif yaklaşımları ile kendilerini gösterirken heterojen bir takipçi kitlesine sahiptirler. Üyelğe açık, zayıf merkezi yapısı olan partilerdir. Amatör aktivist hareket partileri sosyal hareketlerden yola çıkarak gelişen informal bağlar dolayısıyla oldukça bağımsız organizasyonlar haline gelmişlerdir. Esasen bu partiler ekolojik konular, feminizm gibi sosyal ve toplumsal konuları merkeze koyan sosyal hareketlerin zayıf merkezi örgütlenmesinden başka bir şey değildir. Bu partiler devletin desteğini almayı reddetmezler ama kamu kurumlarına pek güven duymazlar. Aktivistler partilerini kurarlarken en yüksek güce sahip olma motivasyonu ile hareket ederken seçimlerde başarılı olamama ya da politika yapım süreçlerine dahil olamama pahasına seçim çalışmalarını planlarlar. Bu noktadan bakıldığında milyonlarca üyesi olan kitle partilerinde güç sadece liderde toplanmışken, üye sayıları ancak binlerle tanımlanan amatör aktivist partilerde üyelerin gücü çok daha fazla önemsenir (Lucarie ve Rihoux, 2008:6-8).

Hareket partileri, amatör-aktivist partiler ve benzer oluşumlar internet kullanımının yaygınlaşması ile giderek daha fazla kitlelere seslerini duyurabilmeyi başarmışlardır. Geleneksel partilerdeki görece daha merkezi yönetim anlayışı nedeniyle siyasi görüşlerini yeterince etkin şekilde ifade edemeyen kitlelerin tercih ettiği bu siyasi oluşumlar, zaman içinde dijital partiler ana başlığı altında daha kolay sınıflandırılmaya başlanmıştır. Gerbaudo (2019) dijital partilerin özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

- Dijital teknolojilerden yararlanarak yeni bir politika geliştirme konusunda seçmene taahhütte bulunurlar. Bu taahhüt genellikle daha fazla sıradan insanın derhal ve doğrudan ve daha şeffaf şekilde görüşlerini alma ve siyasete doğrudan katılımını sağlamayı esas alır.
- Online karar alma enstrümanları konusuna büyük yatırım yaparlar. Online

görüş alma üzerinden demokrasinin en temel halini uygulamaya çalışırlar.

- Siyasi kariyer ve bürokrasi konusunda daha fazla şeffaflık sözü verirler.
- Veri işleyen, teknik cihazlardan istifade eden ve sosyal medyayı çok etkin şekilde kullanan platform partisi olarak faaliyet gösterirler.
- Dijital dönüşümü sadece iletişim için değil, onu merkeze alarak iç karar alma mekanizmalarında etkin şekilde kullanırlar.
- Dijital partiler yeri belli fiziksel bir ofiste sabit masrafları olan kurumlar değildirler. Bunun yerine siyasi hedeflerine ulaşmak için dijital enstrümanları kullanırlar ve fiziksel mekanları tercih etmezler.
- Genellikle bürokrasiden ve aracı kişi görevi üstlenmekten kaçınırlar. Bu nedenle geleneksel partilerden bazı özellikleri ile ayrılırlar.
- Üyelik aidatları yerine yardım ve bağışlarla ayakta durmayı tercih ederler.
- Dağınık bir merkezilik sunarlar. Bunun nedeni, gücün belli bir kişi ya da zümre elinde toplanmasının önüne geçmektir.

Dijital partilerin topluma ulaşmasında 4 süreç işletilmektedir. Bunlar (Van Selm, Jankowski, and Tsaliki, 2002:193):

- İletim (transmission): bilginin merkezi bir bilgi sağlayıcı tarafından üretilmesi ve aynı merkez tarafından kontrol edilerek yayılmasının sağlanması
- Müzakere (consultation): bilginin bilgi sahibi tarafından üretilmesi yanında bu bilgiyi tüketenin kontrolünde ve istediği şekilde ve zamanda çevresi ile paylaşılması
- İletişim (conversation): bilginin bireyler arasında paylaşımı
- Kaydetme (registration): bilgi sağlayıcısının ürettiği bilginin onun istediği formda bilgi tüketicisi tarafından tüketiminin sağlanması

Bu özellikleriyle dijital partiler dijital uygulamayı kullanmakla kalmaz, parti

organizasyonlarında ve diğer tüm siyasi çalışmalarda dijital kaynakları aktif şekilde kullanırlar. Bu nedenle dijital partiler çağımızın teknolojik ve sosyal koşullarının siyasi temsilcisidirler (Dommett vd., 2020:2).

### 3. Avrupa’da Dijital Partiler

Popülizm olgusu, 2015 yılından günümüze Avrupa ve ABD’de yapılan seçim kampanyalarında uygulanmış, popülist liderler ise siyasi fikirleri yerine “sistem karşıtlığı” üzerinden eleştirilere maruz kalmışlardır. Hollanda’da Geert Wilders ve Fransa’da Marine Le Pen, aşırı sağ popülizmin, İspanya’da Pablo Iglesias ve Yunanistan’da Aleksis Çipras, aşırı sol popülizmin öncülüğünü yapan partiler olmuşlardır. 2017 Almanya seçimlerinde aşırı sağ Almanya için Alternatif (AfD) ve aşırı sol

Die Linke Federal Meclis’e girmişlerdir. Bu siyasi görüş, sadece AB’nin lokomotif ülkeleri olan Almanya ve Fransa başta olmak üzere İtalya ve İspanya gibi ülkelerde de farklı tepkisel siyasi sonuçlar ortaya koymuştur. Kamuoyunda giderek artan ve AB’nin siyasi ve kurumsal geleceği için kritik sonuçlar doğurabilecek AB(Avrupa Birliği)-karşıtlığı, yabancı düşmanlığı, göçmen karşıtlığı gibi marjinal tepkilerin giderek daha fazla destek görmesine yol açmıştır (Zariç, 2021:2016).

Avrupa’da dijital partiler, genellikle hareket partilerinin web ve sosyal medya ortamında örgütlenmesi ile kendini göstermektedir. Tablo-1’de Avrupa’da faaliyet gösteren hareket partilerinin ülkelere göre dağılımları, ideolojileri ve seçim performansları açıklanmıştır.

**Tablo 1:** Avrupa’da Hareket Partileri

Parti adı	Ülke	Kuruluş Tarihi	İdeolojisi	Seçim performansı
Korsan Parti	İsveç	2006	e-demokrasi, sivil haklar, bilginin serbest dolaşımı, şeffalık, ifade özgürlüğü, yolsuzluklarla mücadele	2014:0/349 2018:0/349
Movimento 5 Stelle, M5S (5 Yıldız Hareketi)	İtalya	2009	Popülizm, beş yıldız: ortak mallar, ekoloji, teknolojik yenilik, sosyal piyasa ekonomisi	2013:109/630 2018:227/630
SYRIZA (Radikal sol koalisyon)	Yunanistan	2012	2004’de başlayan toplumsal hareketler, Avrupa yanlısı politika	2015:145/300 2019:86/300
Barcelona en Comu	İspanya	2014	Avrupa yanlısı, sol popülist akım	2015:11/41 2019:10/41
Podemos (Yapabiliriz)	İspanya	2014	Ekonomik kriz, işsizlik, yolsuzluk, gelir dağılımındaki eşitsizlik gibi sorunlara karşı duruş için kurulmuş bir partidir.	2016:47/350 (muhalefet) 2019:26/350 (koalisyon)
La France insoumise (Boyun Eğmeyen Fransa)	Fransa	2016	Sol popülizm	2017:17/577
Momentum	İngiltere	2017	İşçi Partisi’ni destekleyen taban hareketi	2017:262/650 2019:202/650 (İşçi Partisi)

**Kaynak:** Özmen (2022:788).

Hareket partilerinin ortak özelliği siyasi partilerin etkin siyasileri tarafından değil, siyaset dışı kişiler tarafından yönetiliyor olması ve mevcutta sorunlara çözüm üretemeyen tıkanmış siyasete alternatif

çözümler sunarak dijital ortamlarda kendilerini ifade edebilmeleridir. Örneğin Podemos Madrid, Complutense Üniversitesi’nde görev yapan sol görüşlü akademisyenler tarafından 2011-2012

yıllarında İspanya'da yaşanan ekonomik krizi protesto etmek amacıyla Indignados (Öfkeliiler) hareketinin devamı olarak kurulmuş bir partidir. 2016 ve 2019 seçimlerinde koalisyona katılma/reddetme kararlarını internet üzerinden yaptığı oylama ile kararlaştıran Podemos, dijital uygulamalardan oldukça etkin şekilde istifade etmektedir. İletişim platformlarının seçmene bu derece kolaylıkla ulaşabilmesi ve hızlı dönütlerin alınabilmesi, dijital partilerin siyasi hayata daha etkin şekilde dahil olmasının kapısını aralamıştır (Özmen, 2022:789).

#### 4. Türkiye'de Dijital Parti Çalışmaları

Türkiye, siyasal yaşamı yönüyle oldukça gelenekçi bir kültüre sahip seçmen kitlesinin bulunduğu bir ülkedir. Kabaca bakıldığında sol-seküler kesim ve sağ-muhafazakâr kesim olmak üzere iki farklı görüş hakimdir. Batılı ülkelerde sağ görüş muhafazakarlık ve dindarlık yanında sermayedarlığı savunurken, devletin sistemin çok içinde olmadığı ve birçok sosyal konuda bireylerin kendi çabalarının olması gerektiğini ön planda tutar. Sol bakış açısında ise sosyal devlet anlayışı hakimdir. Devletin özellikle yoksul kesimlere yönelik iyileştirici desteklemeleri olması gerektiğinden yola çıkarak başta eğitim ve sağlık olmak üzere devletin topluma yönelik sorumluluk alanları daha geniş ele alınır. Bu çerçevede Türkiye'deki sağ siyaset, kısmen sol siyasetle yer değiştirmiştir. Öte yandan, Türkiye, fikirlerden daha çok liderlerin etkin olduğu siyasete sahip bir ülkedir. Lider ve çevresindeki parti yöneticilerinin oldukça güçlü olduğu bu modelde, temsili demokrasi anlayışı, liderin fikirleri ve planları doğrultusunda siyaset yapmayı tanımlarken, eleştiri ya da aynı parti içinde farklı görüşlerin yüksek sesle ifade edilmesine çok sıcak bakmaz. Bu çerçevede hangi siyasi parti olursa olsun liderin kararları ve tercihleri, o siyasi partiye oy veren seçmenlerin de görüşlerini şekillendirir.

Türkiye'deki bu geleneksel bakış açısı, her ne kadar çok sayıda siyasi partinin oluşmasına izin veren bir yapıya sahip olsa da sistemde her zaman sağ ve sol partilerin ağırlıkta olduğu bir model söz konusudur. Ancak

1990'lı yıllarla birlikte yaşanan teknoloji devrimi, Türkiye'de de iletişim ağlarının güçlenmesine ve bu yıllarda doğan neslin bakış açısının önceki nesillerden çok daha farklı olmasına yol açmıştır. 2019 verilerine göre Türkiye'de nüfusun %63'üne karşılık gelen 52 milyon kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. 2023 yılı itibarıyla Türkiye nüfusunun internet erişimi %84 ve günlük internet kullanımı dünya ortalaması 6 saat 27 dakika iken, Türkiye'de 7 saat 24 dakika olarak tespit edilmiştir. İnternet erişiminde mobil telefonların kullanımının oranı ise %94.3 gibi oldukça yüksek bir oran tespit edilmiştir. Yine Ocak 2023 verilerine göre bilgiye erişmek ve öğrenmek için online video kullanımı konusunda Türkiye %59,2 oranı ile Filipinler ve Güney Afrika'nın ardından dünya üçüncüsü olarak sıraya girmiştir. Bu uygulamalardan istifade eden kişilerin önemli bir kısmı 40 yaş altı bireylerden oluşmaktadır. Üstelik toplumun %96,3 gibi oldukça yüksek bir kısmı TV programlarını internet üzerinden izlemeyi tercih etmektedir. Sosyal medya kullanımına günlük ayrılan sürenin 2 saat 54 dakika olarak hesaplandığı Türkiye'de bir ürün alırken sosyal medya network görüşlerini alan kitlenin %47.1 olduğu tespit edilmiştir (Meltwater, 2023). Bu yüksek oranlar, bireylerin TV, gazete vb. propaganda enstrümanları yanında sosyal medya etkileşimleri ile de birbirlerini etkilediklerini ortaya koymaktadır. Sosyal medya üzerinden viral olacak bir parti propagandasının Türkiye seçmeni üzerinde oldukça etkili olacağı da bu noktada ortaya çıkmaktadır. 2018 yılında yapılan genel seçimlerde ise Cumhurbaşkanı R. Tayyip Erdoğan geleneksel siyasal iletişim modelleri yerine dijital uygulamalardan yararlanacaklarını açıklamıştır (Marketing Türkiye, 2019). Uygulanmaya başlanan dijital propaganda Pandemi dönemi, tüm dünyada internet ve mobil uygulama kullanımının çok daha yaygınlaşmasına yol açmıştır.

Türkiye'de kurulan ilk dijital parti, Ankara Milletvekili Emrehan Halıcı<sup>2</sup> tarafından 2014 yılında kurulan Elektronik Demokrasi Parti'dir (e-Parti). Halıcı, çoğunluğu teknoloji okuryazarı gençlerden oluşan bir parti oluşturduklarını belirtmiş, bütün siyasi

<sup>2</sup> Emrehan Halıcı, 1956'da Konya'da doğmuştur. 2014 yılında Elektronik Demokrasi Partisi'ni kurmadan önce aktif bir siyaset hayatı olmuştur. 21. Dönemde TBMM'de Demokratik Sol Parti Grup Başkanvekilliği yapmış olup, 2010 yılında Cumhuriyet Halk Partisi'ne katılmıştır. 21. Dönemde Konya, 23. ve 24. Dönemlerde Ankara milletvekili olarak görev yapmıştır (TBMM, 2024).

süreçlerde ve kararlarda vatandaşların internet üzerinden yapacakları görüş ve önerilerini dikkate alacaklarını belirtmiştir (Çakmak, 2014).

Ancak e-Parti'nin merkez dışında diğer il ve ilçelerde fiziksel örgütlenmesi yetersiz kalınca 2016 yılında kapatılmıştır. Bu süre zarfında Elektronik Demokrasi Partisi, herhangi bir siyasal seçime katılmamıştır (Yıldırım, 2019).

E-Parti'nin kapanması ile birlikte Türkiye'de dijital parti deneyimi emekleme aşamasında son bulmuştur. Bu noktada ifade etmek gerekir ki Türkiye'de siyasi partilere yönelik yasal düzenlemeler, Avrupa'da olduğu kadar esnek değildir. Halen yürürlükte olan yasaların düzenlenmesi esnasında bilişim teknolojileri ve dijital dünya dikkate alınmadan planlama yapıldığından dijital parti kuruluşlarına yönelik uygun olmayan bir kanuni ortam söz konusu olmuştur (Şirvanlı, 455). 24 Nisan 1983 tarihinde çıkarılan 2820 Sayılı Siyasi Partiler Kanunu, uygulamaya konduğu dönemde fiziki yapılar harici bir oluşumu dikkate almamıştır. İlgili kanunun 21. Maddesinde *"kongrenin toplantı tarihinden yedi gün önce siyasi partinin ilgili teşkilatının bulunduğu binada asılmak suretiyle ilan"* edilmesi gerekliliğine atıf yapılmaktadır. Bu ifade ile siyasi bir partinin mutlaka fiziksel bir bina yapısına sahip olma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Ek olarak Işık ve Işık (2021) çalışmalarında E-parti girişiminin ardından partinin *Elektronik Demokrasi Platformu* olarak siyasi parti kimliği hedeflerine devam ettiğini belirtmiştir. Bu platform aracılığıyla teknolojik ilerlemeler hesaba katılarak yeniden bir parti kimliği üzerinde çalışılmıştır.

## 5. Dijital Partilerin Sorunları

Dijital partiler, dijital teknolojinin yaygınlaşmasıyla siyasi hayatta daha fazla rol oynamaya başlamışlar, sıradan insanların siyasette daha fazla sesini duyurabilmelerine imkan sağlamışlardır. Bu partiler kendilerini demokrasinin eksikliklerini giderme konusunda bir çözüm olarak kabul etmekte, teknokrat ve kendi kendine hizmet eden bir model giderek daha fazla kabul görmektedir. Dijital partilerin sıradan insanları kucaklayan ve onların fikirlerine değer veren bu yönü, geleneksel partilere yönelik güvenin giderek azalmasına yol açmaktadır. Bu nedenle birçok kurum dijital platformlarda karar alma süreçlerinde daha fazla etkin

katılım sağlanmasına imkân sağlayacak çözümler ortaya koymaya çalışmaktadır. Dijital platformlarda daha fazla kişinin görüşleri ile alınan kararlar, aşırı bürokrasiyi ve siyasi elitizmi önemli ölçüde azaltabileceği gibi, daha şeffaf ve demokratik bir yönetim de sağlayabilir (Gerbaudo, 2019:5). Ancak bu olumlu yönlerine rağmen dijital partiler kimi riskler de barındırmaktadır. Dolayısıyla dijital partiler tarafından seçmenler ve temsilciler arasındaki engelleri ortadan kaldıran daha doğrudan bir demokrasi vaadi söz konusu olabilmektedir. Siyasi partilerin platformizasyon yoluyla bazı örgütsel aracılık biçimlerini ve partinin tabanını ve zirvesini ifade eden 'üçüncü unsur' olarak tanımladığı parti bürokrasisini ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca, sosyal medya ve uygulamalar kamusal alanda araçları yok etmektedir. Ancak, bu aracısızlaştırma sürecinin sonuçları oldukça çelişkilidir. Dijital partilerdeki uygulanma şekliyle bu aracısızlaştırma aslında bir yeniden aracılaştırma olarak görünmektedir. Sadece önceden var olanın yerine yeni yüksek düzey aracılık biçimlerinin yaratılmasıdır. Bu oluşumlar gerçekten 'lidersiz' olmaktan ziyade, partinin kamusal imajını ve yönünü şekillendirmede önemli bir rol oynayan ve bu nedenle sembolik araçlar olarak hareket eden karizmatik liderler veya 'hiper liderler' tarafından gölgede bırakılırlar. Öte yandan dijital partiler parti üyeliğinin doğasını kökten değiştirmektedir. Geleneksel olarak siyasi partiler, üyelerin bir dizi kurala uymasının yanı sıra partinin yaşamına mali olarak ve kendi siyasi emekleriyle katkıda bulunmasının beklendiği oldukça resmi bir üye tanımıyla faaliyet gösterirler. Dijital partilerde durum tamamen farklıdır. Bu oluşumlar, üyeliğin mali katılardan ayrı tutulduğu ücretsiz bir kayıt modeli benimsemiştir. Örneğin, France Insoumise'e üye olmak için kişinin adını ve e-posta adresini yazması ve 'je soutiens' (Destekliyorum) düğmesine basması yeterlidir. Beppe Grillo, Beş Yıldız Hareketi'ne üye olmanın demokratik bir önlem olarak maliyetsiz olduğu gerçeğini sık sık ifade edilmektedir. Ancak herkesin ücretsiz kayıt olmasına izin verilmesi gerçeği, dijital partilerin hızlı büyüme hırsını da kamçılamaktadır. Dijital partiler bunu yaparken, MoveOn, Change.org veya Avaaz gibi dijital savunuculuk örgütlerinin 1990'ların sonundan beri izlediği modeli taklit ederek, internet kullanıcılarını yalnızca e-posta listelerinde yer almayı kabul etmeleri ve

herhangi bir zamanda herhangi bir etkinliğe katılmaları (örneğin bir dilekçeyi imzalamaları) karşılığında 'üye' olarak kaydediyorlar. Bu ise daha gevşek ve sadece destekleyici sayısından ibaret bir kalabalığın oluşmasından başka bir sonuç ortaya koyamamaktadır (Gerbaudo, 2021:181).

Sarphan Uzunoğlu'nun (2019) Paolo Gerbaudo ile yaptığı röportajda Gerbaudo sosyal medya üzerinden örgütlenen dijital partilerin taşıdığı riskleri açıklamıştır. Buna göre dijital partilerin en önemli sorunları arasında tüm parti mensuplarının bilgilerinin parti çalışanları tarafından gözlemlenmesi ve kontrol edilmesi anlamına geldiğini belirtmiştir. Bunun yanında beklenti anketlerinin sıkı şekilde takip edilmesi ve katılımcıların memnuniyetini sağlama çabası nedeniyle ideolojik siyasi bakış açısının yerini adeta bir firma-parti modeline evrilebilme ihtimalinin varlığıdır. Gerbaudo, dijital partilerin gelecekte her karar için referandum talep eden ya da diktatöryal eğilimler gösteren partilere dönüşebilme riski olduğunu altını çizmiştir. Bu olumsuz ihtimallere karşın dijital partilerin demokratik partiler olarak daha fazla katılımcıyı çekme potansiyeli olduğunu ve gelecekte siyasi süreçlerde daha fazla söz sahibi olabileceğini belirtmiştir.

## 6. Sonuç

Temsili demokrasinin belki de en önemli eksikliklerinden birisi, toplumun tüm katmanlarının doğrudan siyasi süreçlere katılamaması ve ancak seçimlerde oy verdikleri siyasetçilerin siyasi söylemleri üzerinden kendilerini ifade edebilme imkânı bulabilmeleridir. Elbette seçmenin oy verdiği her siyasetçinin her konuda birebir kendi görüş ve önermelerini ifade etmesi mümkün değildir. Gelişen teknoloji ve iletişim imkanlarının artması ile birlikte son yıllarda sosyal medya üzerinden iletişim önemli ölçüde gelişmiştir. Çeşitli internet platformlarında örgütlenen bireyler, her alanda görüş ve önerilerini doğrudan hedef aldıkları kişi ve kurumlara derhal iletebilme imkanına sahiptirler. Bu kolaylık, demokratik sistemlerde siyasi görüşlerin doğrudan beyan edilebilmesine de imkân sağlamaktadır. Bu çerçevede örgütlenen bireyler dijital partilerin ortaya çıkmasına yol açmışlardır. Geleneksel anlamda lider partisinden farklı olarak belli bir yönetici kesimin etkin şekilde siyaset yapmadığı, hemen her konuda parti mensuplarının görüş ve önerilerinin dikkate

alınarak ortak akıl ile siyasetin yapıldığı çoğulcu bir model olan dijital partiler son yıllarda özellikle gençler arasında daha fazla rağbet görmektedir. Konvasiyonel partilerden farklı olarak mevcut sisteme bir baş kaldırı ve eleştiri niteliğinde doğan bu partiler, İspanya ve İtalya başta olmak üzere Avrupa ülkelerinde oldukça etkin siyaset yapmaktadırlar. Türkiye'de de bu alanda girişimler yapılmış olmakla birlikte mevcut siyasi ortamda etkili bir görünüm henüz ortaya çıkmamıştır; zaten mevcut sistem de dijital partilerin oluşumuna çok fazla imkân sağlamamaktadır. Teknolojik okuryazarlığı olan genç kitle tarafından kendisine giderek daha fazla taraftar bulan dijital partiler yerine Türkiye'de mevcut geleneksel partiler sosyal medya platformlarını çok daha etkin şekilde kullanarak seçmenlerin gönlünü kazanmaya ve onların talep ve beklentilerini bu yolla doğrudan öğrenmeye çalışmaktadır. Tüm siyasi partiler internet üzerinden yaptıkları çeşitli anket çalışmaları seçmen görüş ve beklentilerini en yakın şekilde takip etmeye ve onların beklentilerine uygun politika üretmeye çalışmaktadırlar. Mevcut kanunlarda yapılacak düzenlemelerle Türkiye'de de dijital parti etkinliğinin artması beklenmektedir.

## Kaynakça

- Çakmak, F. (2014). *Elektronik Demokrasi Partisi kuruldu*. Anadolu Ajansı, 26.11.2014. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/elektronik-demokrasi-partisi-kuruldu/97920#>
- Dommett, K.; Fitzpatrick, J.; Mosca, L.; & Gerbaudo, P. (2020). Are digital parties the future of party organization? A symposium on the digital party: Political organization and online democracy by Paolo Gerbaudo. *Italian Political Science Review*, 26 March 2020, 1-14.
- Gerbaudo, P. (2019). *Digital party: Political organization and online democracy*. London, Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2021). Digital parties and their organizational challenges. *Ephemera-theory and politics in organization*, 21(2). [www.ephemerajournal.org](http://www.ephemerajournal.org).
- Gunther, R. & Diamond, L. (2003). Species of political parties: A new typology. *Party Politics*, 9(2), 167-199.



Işık, S. K. & Işık, A. (2021). *Yeni bir siyasi parti türü olarak siyasi partiler*. İstanbul Hukuk Mecmuası, 79(2), 1-26.

Lobera, J., & Portos, M. (2020). Decentralizing electoral campaigns? New-old parties, grassroots and digital activism. In *Understanding Movement Parties Through their Communication*(pp. 93-114). Routledge.

Lucardie, P. & Rihoux B. (2008). *Chapter-1: From amature-activist to Professional-electoral parties: On the organizational transformation of green parties in western democracies*. İçinde: *Green Parties in Transition-The End of Grass-roots Democracy*. Ed. E.G. Frankland, P. Lucardie and B. Rihoux. Routledge Publishing Limited, 1-30.

Marketing Türkiye (2019). *Siyasette yeni dönem: Dijital propaganda*. 23 Mart 2019. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/siyasette-yeni-donem-dijital-propaganda/>

Meltwater (2023). *Digital 2023 Global overview report*. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>

Mercea, D. & Mosca, L. (2021). Understanding movement parties through their communication. *Information Communication and Society*, 24(10), 1327-1343.

Özmen, Y. P. (2022). Dijital Çağda Siyasal Katılım: Toplumsal Hareketler ve Siyasi Partiler. *Mülkiye Dergisi*, 46(3), 767-793.

Şen, A.F. & Şen, F. (2023). Türkiye’de Dijital Siyaset: Siyasal Partilerin Dijital Demokrasi Pratikleri. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), Ekim 2023, 490-509.

Şirvanlı, T. (2021). Siyasetin “E” hali: Dijital partiler üzerine bir değerlendirme. İçinde *Dijitalleşen Dünyada Siyasal İletişim*. Ed. T. Yazıcı, İ. Karlı ve Z.B. Dondurucu, *Literatürk Academia*, 455-463.

TBMM (2024). “Mehmet Emrehan Halıcı - 24. Dönem Ankara Milletvekili” (<https://www.tbmm.gov.tr/milletvekili/milletvekilidetay?DonemId=f72877c2-f50a-037b-e050-007f01005610&Id=f72877c2-c1d6-037b-e050-007f01005610>). Erişim Tarihi: 01.07.2024).

Uzunoglu, S. (2019). Interview with Paolo Gerbaudo on digital parties: The era of hyper leaders and start-up parties. *Journal of Cultural Studies, Faculty of Communication, Hacettepe University 2019*, 6(2): 545-551.

Van Selm, M.; Jarkowski, N.W.; & Tsaliki, L. (2002). Political parties online: Digital democracy as reflected in three Dutch political party web sites. *Communications*, 27, 189-209.

Yıldırım, U.T. (2019). Siyasi Partilerin Teknolojik Türü Olarak E-Parti: Türkiye İçin Bir Model Önerisi, 1. Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimleri Kongresi 26-28 Eylül 2019.

Yıldırım, A. (2022). Enformasyon çağında gözetim toplumu: Facebook Cambridge Analytica skandalı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 6(2), Mayıs 2022, 104-112.

Zariç, S. (2021). İtalyan Siyasetinde Dijital Medya Destekli Sıra Dışı Bir Popülist Parti Deneyimi: Beş Yıldız Hareketi. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*. 7(45), 2015-2023.