

Ankara Üniversitesi
ilaum

Ankara Üniversitesi
ilase

**Siyaset, Seçimler,
Medya ve
İletişim Yönetimi**

Bildiri Özetleri Kitabı

23-24 Kasım 2023

ISBN 978-605-136-744-6



Dijital Siyasal İletişim: Yeni Siyasal İletişim Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme

Doç. Dr. Ergün Köksoy
Marmara Üniversitesi
ORCID: 0000-0003-4135-6233

Dijitalleşme toplumsal yaşamın birçok alanını etkilemekte ve dönüştürmektedir. Bu etkinin ve dönüşümün izlerini siyasal iletişim alanında da görmek mümkündür. Geleneksel olarak seçim dönemleriyle özdeşleşen siyasal iletişim faaliyetleri günümüzde geleneksel araç ve yöntemlerin yanı sıra dijital iletişim araçları ve sosyal medya platformları üzerinden sürekli gerçekleşen, kurum içi ve kurum dışına yönelik bir faaliyet haline gelmektedir. Siyasal iletişim anlayışındaki ve uygulamalarındaki bu paradigma değişimi kendisini dijital siyasal iletişim kavramı ile ifade etmektedir. Dijital siyasal iletişim, bir yanıyla siyasal aktörlerin dijital iletişim araçlarını siyasal amaçlar çerçevesinde kullanmalarını ifade ederken diğer yanıyla siyasal konuların ve tartışmaların yaşandığı, siyasal gündemlerin yaratıldığı alanları tanımlamaktadır. Kavram yerli ve yabancı literatürde farklı isimlerle (çevrimiçi siyasal iletişim, siyasal iletişim 2.0, vb.) kullanılsa da temel olarak dijital iletişim araçlarının ve sosyal medyanın sunduğu imkanların siyasal iletişim faaliyetleri için kullanılmasını ifade etmektedir.

Bu tebliğ yukarıda belirtilen paradigma değişimini ve değişim sonrası ortaya çıkan dijital siyasal iletişim kavramını ve olgusunu ele almaktadır. Özellikle uygulamalar düzeyinde ortaya çıkan bu değişimin yansımaları, güncel bir vaka olarak 2023 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen milletvekilliği genel seçimlerinde, seçimin en büyük ve önemli iki partisinin -Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti) ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)- bazı dijital siyasal iletişim uygulamaları üzerinden örneklerle değerlendirilmiştir.

Çalışma için nitel araştırma yöntemlerinden vaka / durum analizi ve doküman analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bu yolla siyasal iletişimdeki dönüşüm hakkında derinlemesine bir anlayış kazanılması ve bilgi edinilmesi, nihayetinde ise hem örnek olay ekseninde hem de literatür ışığında siyasal iletişimdeki dijitalleşme etkisi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bunun için seçim sürecinde ve sonrasında yayınlanan araştırma sonuçlarından, uzman değerlendirmelerinden, parti ve liderlerinin beyanatlarından, resmi mesaj ve yayınlarından yararlanılmıştır. Tebliğde, dijitalleşmenin siyasal iletişim kültürü üzerindeki mevcut ve potansiyel etkilerine dikkat çekilmesi ve öngörülerde bulunması amaçlanmıştır.

Değerlendirme için seçilen partilerin dijital iletişim araçlarını ve sosyal medya platformlarını artan şekilde diğer geleneksel medya araçlarını tamamlayıcı şekilde kullandıkları belirlenmiştir. Partiler öncelikle kısıtlı da olsa seçim beyannamelerinde dijitalleşme vurgusuna yer vermişler, bazı hizmetleri dijitalleştireceklerine yönelik

vaatlerde bulunmuşlardır. Partilerin gerek kurumsal olarak gerek liderlik düzeyinde seçmenlerle sosyal medya hesapları ve platformları aracılığıyla iletişim kurdukları belirlenmiştir. Ayrıca seçim kampanyalarının bir parçası olarak dijital medya platformlarını, özellikle Twitter'ı (günümüzdeki ismiyle X) kullanma yoluna gitmişler, sayıları 10 milyonları aşan takipçilerine siyasal mesajlarını anlık ve doğrudan ulaştırabilmişlerdir.

Partiler klasik seçim kampanyalarına ait bazı uygulamaları daha az kullanma yoluna giderlerken (müzikli seçim otobüsleri, sokaklara parti bayrakları asma, vb.), bazı uygulamaları dijital platformlara taşımışlar; küçük gruplara, yüz yüze iletişim çalışmalarına, tv ve dijital siyasal reklam/kampanyalarına ağırlık vermişlerdir. Marketing Türkiye dergisinde yer alan, 1-10 Nisan 2023 tarihleri arasında partilerin (Ak Parti ve CHP) iletişim platformlarını kullanma performanslarını ölçen Gemius Adreal Cross Media verilerine göre partiler, seçim kampanyası sloganları olarak belirledikleri "CHP-Sana Söz" ve "Ak Parti-Türkiye Yüzyılı" kampanyalarının görsellerini dijital+tv platformlarından 40 milyonu aşan izleyiciye ulaştırmışlardır. Partilerin ilk olarak tercih ettikleri kanal TV olurken, sosyal medya mecralarını TV'yi destekleyen bir anlayışla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Kullanılan sosyal medya platformlarının ise sırasıyla Youtube, Facebook ve Instagram olarak sıralandığı, özellikle gençlerin ilgi gösterdiği TikTok uygulamasının ise partiler tarafından önceliklendirilmediği belirlenmiştir. Ölçüm sonuçlarına göre Ak Parti, TV kanallarında reklamını görmeyen kitleye dijital platformlardan ulaşma açısından CHP'ye göre daha başarılı bulunmuştur.

Dijital iletişim araçlarının ve sosyal medyanın bireysel ve kitlesel erişime imkan sağlaması hedef kitleye doğrudan, anlık, hızlı ve uygun maliyetle erişim sunması partilerin ve adayların bu platformlara yönelmesini sağlamaktadır. Geleneksel kitle iletişim medyasının tek yönlülüğüne karşı çift yönlü bir iletişime ve etkileşime izin vermesi halkın siyasal konulara ilgisini canlı tutmakta, görüşlerini beyan etmesine fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte seçmenlerle iletişim kurmada ve onları ikna etmede geleneksel yöntemlerin ve araçların geçerliliğini yitirdiği tespiti doğru bulunmamaktadır. Ya da özellikle genç seçmenlerin parti ve aday tercihlerini belirlemede sosyal medyanın çok etkili bir mecra olduğu iddiası bir yanılısamadan ibaret görülmektedir.

Dijital ve sosyal medya araçlarının etkisine yönelik abartılı yorumların ve değerlendirmelerin seçimi kazandıran stratejiler konusunda yanlış yönlendirmelere yol açabileceği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca sosyal medyanın, manipülasyon, dezenformasyon, yalan haber ve bilginin yayılması ve bunlara erişim konusunda yarattığı riskler ve tehditler de göz önüne alındığında siyasal partiler ve adaylar için sadece fırsatların söz konusu olduğu bir alan olarak değil aynı zamanda bir mücadele alanı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu unsurlara yeni teknolojilerin kullanımı konusundaki yetersizlikler ve eksiklikler de eklendiğinde dijital iletişim araçları ve sosyal medya avantajlarının yanı sıra kullanılmasındaki zorluklarıyla birlikte gelişmektedir. Güncel seçim atmosferinin unsurları olan ekonomik ve sosyal gelişmelerin, seçim vaatlerinin, liderlik tarzlarının, parti politikalarının, ideolojik ve geleneksel parti bağlılıklarının, kitle iletişim araçlarının ve yüz yüze iletişim yönteminin halen seçmen tercihinde önemli unsurlar

olduğu vurgulanmalıdır.

Bununla birlikte dijitalleşme ekonomik ve toplumsal alanda yarattığı etkinin bir benzerini siyasal alanda da yaratmaya devam etmektedir. Siyasal partilerin ve adayların artan şekilde günlük ve seçim dönemi iletişimlerinde dijital iletişim araçlarını ve sosyal medyayı kullanmayı sürdürecekleri tahmin edilmektedir. Bu durum M. Castells'in (2004) belirttiği şekilde elektronik demokrasi, yurttaş katılımı ve siyasi katılım gibi olguların yeniden tartışılmasına ve tanımlanmasına neden olmaktadır. Dijital teknolojiler, halkın siyasal süreçlere ve tartışmalara katılımını güçlendirmesi nedeniyle temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişi kolaylaştıran bir unsur olarak görülürken, dijital bir siyasal iletişim kültürünün de oluşmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital İletişim, Dijital Siyasal İletişim, Seçimler, 2023 Seçimleri