

SANAL DÜNYA, YALAN DÜNYA OLMADIĞINI “AHMET ABİ” ARACILIĞIYLA KANITLADI DARISI AYŞE’LERE, FATMA’LARA!

Günseli Bayraktutan
Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

Bir önceki genel seçimlerde, yani 22 Temmuz 2007 erken genel seçimlerinde “Yeni medya ve siyaset arakesitinde ne tartışılabilir” sorusunu yönelttiğimizde henüz sosyal medya olarak tanımlanan çeşitli araçlar, örneğin Facebook vb. sosyal paylaşım ağları, twitter vb. mikrobloglar, video paylaşım siteleri gibi uygulamalar bu denli popüler değildi. O dönem seçim kampanyalarında yeni medya ortamına aşına seçmeni en fazla heyecandırabilecek uygulama Youtube’a yüklenen milletvekili adaylarının tanıtım videolarıydı. Geleneksel siyasal iletişim çalışmalarının en popüler araştırma konularından birisi de siyasi partiler ve adaylardır. 2007’de yeni medya ve siyaset ilişkisini siyasi partiler üzerinden tartıştığım bir çalışmada ulaştığım sonuç şuydu; siyasi partiler yeni medya ortamını geleneksel siyasal iletişim faaliyetlerinin (tanıtma, propaganda gibi) yeniden sunulduğu bir alan

olarak kullanmaktaydılar. Seçime giren siyasi partilerin web sayfaları birer elektronik broşür olarak işlemekte ve bugün sosyal medyanın en önemli gücü olarak değerlendirilen etkileşimsellikten uzak bir görünüm sergilemekteydiler. Bu duruma ilişkin getirilebilecek yorum ise yeni medyanın o dönem itibarıyla siyasal iletişim açısından ve demokratikleşme pratikleri adına bir kamusal alan yaratmaktan daha çok müzakereye olanak sağlayan bir mekân yaratması olarak belirmektedir. Bu yorumu, müzakere için mekânların var olmasının ve çeşitlenmesinin de olumlu bir duruma işaret ettiğini saklı tutarak burada da yinelemektedirim.

2011 Haziran Genel Seçimleri öncesi ise aynı tartışmayı ele aldığımızda bu kez yanıtlara ulaşmak ve çeşitli somut çıkarımlarda bulunmak artık o denli kolay değil. 2007’den



bu yana tüm dünyada geleneksel ve yeni medya üzerinden hepimizin gözleri önünde gelişen bir takım süreçler ve etkilerinin, Türkiye’de de yeni medyanın sosyal medya uygulamalarını çok çeşitli biçimlerde önce gündelik yaşama ve son olarak da siyasal iletişim süreçlerine dâhil ettiğini söylemeliyiz. Bu süreçler ve etkiler neler olabilir sorusuna yanıt verirken, küreselleşme olgusunu bir büyük başlık olarak anarken, hiç zorlanmadan örnek verebileceğimiz iki önemli olay da söz konusu. Birincisi 2008 Başkanlık Seçimleri’nde Amerikan Başkan Adayı Barack Obama için yürütülen kampanya, ikincisi ise özellikle 2010 yılında yoğunlaşan ve tüm dünyada tartışılan Julian Assange ve Wikileaks olayı. Barack Obama’nın hem çevrimiçi ortamda bağış toplanmasını hem de seçmenlere çevrimiçi ortamda bir tür tartışma ve tanışma zemini sağlayan seçim kampanyası hem İnternet dünyasında hem de çevrimdışı siyasal iletişim ve süreçleriyle ilgilenenler arasında ilgi çekti. 2008’den başlayarak sosyal medya uygulamalarının, dünyanın dört bir yanında çeşitli gruplar açısından yoğun bir biçimde kullanılacağını tahmin etmek zor değildi kuşkusuz. Ancak burada her durumun ve seçimin yer aldığı coğrafyanın ve o coğrafyaya ait demokratik kültürün niteliğinin göz ardı edilmeden değerlendirilmeye katılması gerektiğini bir biçimde hatırlamak gerekir. Bir başka deyişle, Obama için yürütülen başarılı çevrimiçi siyasi kampanyanın/ pazarlama etkinliğinin her koşulda ve her kişi için aynı biçimde sonuçlanacağını iddia etmek doğru olmayacaktır.

Wikileaks ise özellikle 2010 yılında İnternet sayesinde bugüne kadar hükümetlerce seneler boyu halklardan gizlenmiş/saklanmış bilgi ve belgelerin bir biçimde geniş kitlelere dağıtılmasını mümkün kıldı. Dünyanın dört bir yanında Wiki’ler yayınlanmaya başladı. Bu tartışma sürerken ortaya çıkan Ortadoğu’daki isyanlarda sosyal medyanın kullanım biçimi ve işlevi ve Türkiye’de de son dönemlerde tutuklu gazeteci Ahmet Şık’ın yayınlanmadan toplatılma girişimine maruz kalan kitabının dijital kopyalarının bir gecede binlerce kişiye ulaşması sosyal medyanın gücünü bu anlamda gösteren örneklerdir.

Peki son aşamada, Türkiye nasıl bir görünüm sergilemektedir? Kuşkusuz bu soruya rakamlarla yanıt vermek çok kolay değil. Bir biçimde sosyal medyada siyasetçilerin sayısal temsili ortaya konabilir, ancak sosyal medyanın önemli iddiası olan etkileşimselliğe ilişkin bir veri sağlanabilmesi çok kolay değildir. Ancak birkaç örnek vererek, bu yeni mecraanın nasıl işlediğini ve geleneksel siyasetin bu sürece nasıl dahil olduğunu göstermeye çalışabiliriz.

18 Mart 2011 tarihinde Milliyet Gazetesi’nin çevrimiçi sürümünde yer alan (<http://www.milliyet.com.tr/inci-sozluk-secime-giriyor/siyaset/sondakika/18.03.2011/1366038/default.htm>.) bir haber başlığı şöyleydi: “İnci Sözlük seçime giriyor. Sanal âlemin en şakacı ve protest



grubu ‘İnci Sözlük’, milletvekili genel seçimlerinde bağımsız aday gösterecek.” Haberin detayında ise şu bilgileri bulmak mümkündür: “Bağımsız adayların başvurusu için geçerli son tarih 11 Nisan. Bugüne kadar belirlenecek İnci Sözlük aday veya adayları İnci Sözlük aracılığıyla ‘viral’ olarak tanıtılacak, propaganda yapılacaktır. İnci Sözlük ekibi, genç seçmenin çok olduğu Eskişehir gibi bir yerden, tepki oylarını da toplayarak vekil çıkarma hesabı yapıyor.” Haberin en altında ise 1441 kişinin bunu Facebook’da o tarih itibarıyla tavsiye ettiği bilgisi yer almaktaydı. Takip eden günlerde gazetelerde İnci Sözlük’ün milletvekili adayını bulduğu bilgisi de yer aldı: YSK listelerinde ilan edildiği haliyle Eskişehir’de esnaf olan Ahmet Yılmaz İnci Sözlük’ün desteğiyle bağımsız aday olarak seçimlere girecektir. Ahmet Yılmaz adını, komşusu olan tekel bayisini basan alkollü kişilere müdahale ederken çekilmiş video görüntülerinin video paylaşım sitelerinde “en çok izlenenler” kategorisinde yer almasıyla duyurmuş; bir anlamda yeni bir İnternet fenomenine dönüşmüştü. Bu gelişme geleneksel medyada da yankı buldu; İnci Sözlük’ün adaylığı çeşitli televizyon kanallarında yayınlara katılarak, adaylık sürecini ve kendisini anlatma fırsatı buldu. Seçimlere kadar sosyal medya ortamında Ahmet Yılmaz’a ait pek çok seçim ve tanıtım malzemesi bulmak mümkün. Bu bir anlamda da kullanıcı türevli içerik üretimine örnek olarak gösterilebilir. Yılmaz’ı ve/veya İnci Sözlük’ü gönüllü destekleyenler, aday için afiş ve farklı türlerde görsel ve işitsel malzeme hazırlayıp, sosyal medyada dolaşıma sok-

maktadırlar. Bu aşamada sorulması gereken sorulardan birisi de bu gönüllülerin yaptıkları çevrimiçi üretimleri nasıl anlamlandırdıkları üzerine olmalıdır?

Bu arada Facebook'da şu aralar en çok kullanılan uygulamalardan birisi "12 Haziran Genel Seçimlerinde Hangi Partiye Oy Vereceksiniz?" isimli sormacadır. 2 Mayıs tarihinde bakıldığında bu ankette oy kullanan sayısı 10 bin 911 kişi olarak görülmekteydi.

Öte yandan bir başka örnek siyasi partilerin web sayfaları üzerinden verilebilir. 2007 Genel Seçimleri'nde oldukça sınırlı olanaklara sahip bu sayfalarda sınırlı bir içerik söz konusuydu ve Türkçe dışında başka bir dilde içeriğe sahip değildi. Sınırlı sayıda da İngilizce içerik (örneğin parti programı) yer almaktaydı. Ancak bugün bazı siyasi partilerin web sayfalarında Arapça ve Rusça içeriği de rastlamak mümkün.

Güncel bir durum olarak Haziran ayında gerçekleşecek genel seçimlere yönelik sosyal medya kullanımı gündelik yaşam içerisinde bu denli popüler olan yeni medyanın bu araçlarının siyasal iletişim arenasındaki etkisini de tartışmaya açıyor. Sonuç olarak şu aşamada sürekli yenilenen bir teknoloji üzerinden bu teknolojinin sağladığı araçların demokratik potansiyelini tartışmak ve bir karara varmanın sağlıklı olmadığını söylemek gerekir. Ancak bu bizi birtakım sorular yöneltmekten ve mevcut durumu değerlendirmekten alkoymamalı. Öncelikli olarak yeni medya ortamında dolaşıma sokulan içeriklerin niteliği

önemli bir değerlendirme konusu olarak ele alınmalıdır. Bu konu, özellikle içeriğin magazinelleşmesi konusunda bir tehlike oluşturmaktadır. Kuşkusuz yeni medyanın çeşitli araçlarının, örneğin sosyal medya uygulamalarının, örgütlenmeye ilişkin olarak, zaman-mekan bağlamında kolayca bir araya gelme, içeriği yaygınlaştırma gibi olanakları oldukça etkileyicidir. Ancak bu araçların kullanıldığı toplumsal bağlam da önemlidir. Demokratik kültürün çeşitli öğelerinin toplumsal yaşama ve siyasi kültüre yerleşmiş olup olmaması veya nasıl görünüm sergilediği de bir başka tartışma konusudur. Mevcut eşitsizliklerin çevrimiçi ortama da yansıdığı bir sistem, devletin İnternet ortamına egemen olma mücadelesi, yasaklar, filtreler vb. olumsuz uygulamalar kolayca ümitsiz düşünmemize neden olmaktadır. Siyasi partiler çeşitli dillerde içerik sağlamaktadırlar, ancak halen birkaç istisna dışında Kürtçe içerik sağlamayı tercih etmemektedirler. Sanal dünya hali hazırda aday çıkarabilmeyi başarmıştır, ancak bu aday sözlükçülerin "Ahmet Abisi"dir; bu yöntemle bir kadın aday ancak kurgusal olarak tasarlanabilir, yaşama geçirilmesi beklenemez. Türkiye'de halen İnternet kullanımının çok yaygın olmaması da bir başka önemli sorunsal olarak ortaya çıkmaktadır. Peki, yarar nerededir? Başlıkta da ifade edildiği üzere tüm bu gelişmelerin yararı kamuoyu tarafından sanal dünyanın bir yalan dünya olmadığı kanıtlanması olarak görülebilir. İnternet ortamında çeşitli gruplar bir araya gelip ortaklaşabilir, çeşitli konularda dayanışma gösterebilir ve destekledikleri bir temsilciyle seslerini duyurabilirler. ◀

