

# Twitter’da Korku Söylemi Kullanımı: Siyasi Liderlere Dair Karşılaştırmalı Bir Analiz

SELÇUK İLETİŞİM

DERGİSİ 2023;

16 (2): 354-386

doi: 10.18094/ JOSC. 1285636



**İbrahim Kahraman**

ÖZ

İnsanları "ben" olmaktan çıkararak "biz" olmaya iten korku, toplumsal yapının oluşmasında ve bu yapıdaki yöneten-yönetilen ilişkilerinde rol oynayan temel ve belki de en güçlü duygudur. Bu duygu yönetenler ve yönetmek isteyenler tarafından halkın desteğini ve rızasını alarak iktidar alanlarını kazanmak, bu alanları korumak ve genişletmek amacıyla kullanılmaktadır. Sağlık, ekonomi, terörizm, savaş, demokrasi ve benzeri konulardaki korku kaynakları özellikle seçim dönemlerinde insanları sevk ve idarelerini sağlamak amacıyla daha yoğun şekilde kullanılmaktadır. Çok kısa sürede geniş kitlelere erişilebilmesini sağlayan sosyal medya platformları ise belirli amaçlar doğrultusunda oluşturulan bu korkuların yayılımına hizmet etmektedir. Özellikle toplumsal hareketlerin ve siyasi konuların mecrası haline gelen Twitter, aynı zamanda söz konusu korkuların üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği bir mecra. Bu bağlamda çalışmada, korkunun siyasi çıkarlar doğrultusunda kullanılmasına açıklık getirmek amacıyla Cumhur ve Millet İttifakı'nda yer alan siyasi parti liderlerinin 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimine hazırlık döneminde paylaştıkları tweetler içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. İki haftalık zaman diliminde paylaşılan tweetlerle sınırlı olan bu çalışma, korkunun Twitter ve siyasetle bağdaştırılarak incelendiği nadir çalışmalardan bir tanesi olması nedeniyle önem taşımaktadır. Analizler sonucunda, makul oranda kullanılması halinde korkunun daha geniş kitlelere erişilebilmesini sağladığı, ancak korku kültürünün siyasi başarıda tek başına belirleyici bir role sahip olmadığı görülmüştür.

**Anahtar Sözcükler:** Siyasal İletişim, Korku, Korku Dili, Korku Söylemi, Korku Kaynağı, Twitter

İBRAHİM KAHRAMAN

Arş. Gör.

Aksaray Üniversitesi

ibrahimkahraman@aksaray.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-5100-4007

SELÇUK İLETİŞİM DERGİSİ 2023; 16(2): 354-386

doi: 10.18094/ JOSC. 1285636

Geliş Tarihi: 19.04.2023 Kabul Tarihi: 12.08.2023 Yayın Tarihi: 15.10.2023



# The Use of Fear Discourse on Twitter: A Comparative Analysis of Political Leaders

JOURNAL OF SELÇUK  
COMMUNICATION 2023;  
16(2): 354-386  
doi: 10.18094/ JOSC. 1285636



**İbrahim Kahraman**

## ABSTRACT

The fear that pushes people to become “we” instead of “me” is the fundamental and perhaps the most powerful emotion that plays a role in forming social structure and the governing-governed relationships in this structure. This emotion is used by those who rule and those who want to rule it with the support and consent of the people to gain the areas of power, and protect and expand these areas. Sources of fear on health, economy, terrorism, war, democracy, and similar issues are used more intensively to provide the referrals and management of people, especially during election periods. Social media platforms, which enable access to large masses in a very short time, serve to spread these fears created for specific purposes. Twitter, which has become a medium for social movements and political issues, is also a medium where these fears are produced, distributed, and consumed. In this context, to clarify the use of fear in the direction of political interests, the tweets shared by leaders of political parties in the Cumhur and Millet Alliance during the preparation period for the 2023 Turkish Presidential Elections were analyzed using the content analysis method. This study, which is limited to tweets shared over a two-week period, is important as it is one of the rare studies analyzing fear in the context of Twitter and politics. As a result of the analyses, it was found that fear, if used in reasonable proportions, helps to reach wider audiences, but that the culture of fear alone does not play a decisive role in political success.

**Keywords:** Political Communication, Fear, Language of Fear, Discourse of Fear, Source of Fear, Twitter

İBRAHİM KAHRAMAN

Res. Asst.

Aksaray University

ibrahimkahraman@aksaray.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-5100-4007

JOURNAL OF SELÇUK COMMUNICATION 2023; 16(2):  
354-386 doi: 10.18094/ JOSC. 1285636

## GİRİŞ

Korku, toplumun gelişmesine yön veren en temel duygulardandır. İnsanları, vahşi hayvanlardan korunmak için ev yapmaya, düşmanlara karşı hayatta kalabilmek için topluluklar halinde yaşamaya, belirli ideolojilerden kaçınmak için aksini savunan kişiye oy vermeye iten şey korkudur. Tüm bunları yapmalarının sebebi acı çekmekten korkmalarıdır. Ancak korkuları yüzünden zaten acı çekmektedirler. Bu durumdaki insanlar, kendileri gibi acı çeken diğerleriyle bir araya gelerek ortak şekilde acı çekecekleri sosyal ve siyasal yapılar kurmuşlardır. Bunun sonucunda yöneten-yönetilen ilişkileri ortaya çıkmış, oluşan korku iktidarı korkuyu kendi varlığında sıradanlaştırarak iktidarı doğallaştırmıştır (Çetin, 2012, s. 9-12).

Siyaset, insanların hayatlarını düzenleyen genel kuralları yapmak, korumak ve değiştirmek için gerçekleştirilen, çatışma ve iş birliği olgularıyla karmaşık bir ilişki içinde olan düşünceler ve işleyişler olarak tanımlanmaktadır (Avşar & Balcı, 2021, s. 6; Turan, 2013, s. 16). Siyasetin temelinde iletişim, iletişimin temelinde ise etkileşim bulunmaktadır (Akdağ, 2020, s. 9). Genel anlamda siyasal iletişim, iletişimin siyasal süreç içindeki rolüdür (Tokgöz, 2020, s. 88). Öyle ki bu süreç, siyasal aktörlerin ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere veya bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmasıyla gerçekleştirilmektedir (Aziz, 2017, s. 3). Bu doğrultuda korku da kurulan iletişimle siyasetin konusu olmaktadır. Öyle ki siyasiler, iktidar mücadelesinde yönetilenlerin yüreğine korku salarak varlıklarını korumak için çabalamaktadır.

Althusser'in (2000, s. 33) devletin baskı aygıtları adını verdiği korku kaynaklarının ön planda olduğu dönemlerde otoriteye itaat etmeyi korkutmak ve cezalandırmak için kaba kuvvete başvurulurken, bu durum aydınlanma dönemi ile değişime uğramıştır. Otoritenin karşısında durabilen halkı yönetebilmek ve yönlendirebilmek için korku tek başına yeterli olmamıştır. Onları korkutmanın yanı sıra sempatiyi, gönülleri ve güvenlerini de kazanmak gerekmektedir (Bitirim, 2011, s. 121). Güven, rıza ve ikna ile harmanlanmış bu yeni korkutma biçimi reklamlarda, iş hayatında, ticaretle ve bu çalışmanın da konusu olan siyaset gibi birçok başlıkta kullanılmaktadır.

İletişim teknolojileri, farklı adlandırmalarla<sup>1</sup> anılan günümüz dünyasında korku içeren söz konusu sürecin işlerliğini sağlamaktadır. Öyle ki yöneten-yönetilen ilişkilerinin ortaya çıkmasından itibaren yöneticiler ve sermaye sahipleri, içinde buldukları dönemin radyo, televizyon gibi egemen aygıtlarıyla birlikte ikna ve korkudan da yararlanarak kamuoyunun karar ve davranışlarını bilinçli bir şekilde etkilemeye çalışmaktadırlar (Bitirim, 2011, s. 120).

İnternet; siyasete katılımı, seçmene erişimi, yönetimin takip edilmesini ve etkileşim kurulmasını kolaylaştırarak söz konusu etkileme çabalarında maliyetleri azaltmıştır (Akar, 2020, s. 143). Ancak olumlu yönlerinin aksine internet, yöneticiler tarafından bir gözetim ve denetim aracı olarak da kullanılmakta, korku dilinin kullanıldığı ve yayıldığı bir mecra olma niteliği taşımaktadır. Varlıklarını sürdürmek isteyen yöneticiler, özellikle sosyal medya olmak üzere yeni teknolojiler sayesinde kendilerine ilişkin olayları kontrol altına alabilmekte, toplumun ihtiyaçlarına uygun politikaları belirleyebilmekte (Barıtcı, 2020, s. 89) ve korku dili ile meşruiyetlerini sağlayabilmektedirler.

Reyes (2011) yöneticilerin amaçları doğrultusunda gerçekleştirdikleri faaliyetleri meşrulaştırmak için kullandıkları dilsel yolları açıklamıştır. Bu dilsel yollar (1) duygular, (2) varsayımsal bir gelecek, (3) akılcılık, (4) uzman görüşleri ve (5) fedakarlıktır. Bu çalışmada, çıkarlar doğrultusunda siyasi liderler tarafından kullanılmasına açıklık getirmek amacıyla duygusal yollardan bir tanesi olan korkuya odaklanılmıştır. Öncelikle korku ve ilgili temel kavramlar tanımlanmış, korkunun siyasal iletişimde küresel çapta kullanılmasını sağlayan unsurlara ve Twitter'a dair açıklamalarda bulunulmuştur. Ardından Türk siyasetinde korkunun kullanımına dair değerlendirmelerde bulunmak üzere Cumhur ve Millet İttifakı'nı oluşturan partilerin genel başkanları tarafından 2 haftalık zaman dilimi içinde paylaşılan tweetler içerik analizine tabii tutulmuştur.

## KORKU

Korku, Aristoteles (2004, s. 108) tarafından "ilerideki yıkıcı ya da acı verici kötü bir şeyin zihindeki tablosuna bağlı bir acı ya da rahatsızlık" olarak tanımlanmıştır. Bu acı veya rahatsızlıklar birçok unsurdan

---

<sup>1</sup> Manuel Castells (2008) çağa "enformasyon çağı", bu çağda yaşayan topluma ise "ağ toplumu" adını vermiştir. Jean Baudrillard (2022) tüketime odaklanılan bir çağda yaşadığımız değerlendirmesinde bulunmuş ve bu çağın insanlarına "tüketim toplumu" adını vermiştir. David Lyon (1994) "gözetim toplumu", Ulrich Beck (1992) "risk toplumu" ifadelerini kullanmıştır. 20 ve 21. yüzyıl "öfke çağı" (Mishra, 2017), "göç çağı" (Castles & Miller, 1998) ve "terör çağı" (Hayden, 2016) adlandırmalarıyla da anılmaktadır. Bauman (2006, s. 2), korkunun her zaman ve her yerde var olduğunu ve yaşayan her canlı tarafından bilindiğini belirterek yaşadığımız çağın bir korku çağı olduğundan bahsetmiştir.

kaynaklanabilmektedir. Izard'a (1978, s. 356) göre korku, tehlikeyi/tehdidi işaret eden dahili/harici olaylardan, koşullardan veya durumlardan kaynaklanabilmektedir. Söz konusu tehdit ve potansiyel zarar, fiziksel veya psikolojik olabilmektedir. Örneğin Maslow'un (1987, s. 35-47) temel ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan bir ihtiyacın karşılanamaması tehlikesi ya da karşılanmasının engellenmesi tehdidi korkuya yol açabilmektedir. İşveren tarafından işten veya ev sahibi tarafından evden çıkartılma korkusu, yalnız kalma korkusu, eğitim hayatında başarısız olma korkusu, ölüm korkusu, cezalandırılma korkusu gibi korkuların sonu yoktur denilebilir. Çünkü teknolojinin gelişmesi ve dünyanın değişmesiyle birlikte bu listeye yeni korkular eklenmektedir. İnternette satın alınan ürüne ve Twitter'da paylaşılan siyasi bir mesaja ilişkin korkular bu listenin yeni üyelerindedir.

Korkuya sebep olan unsurlar korku kaynağı olarak adlandırılmaktadır (Çetin, 2012, s. 49; Sağiroğlu, 2021, s. 204). Izard, korkunun nedenlerini veya tetikleyicilerini dört sınıfa ayırmıştır. Bunlar: (1) Çevresel olaylar veya süreçler, (2) dürtüler, (3) duygular, (4) düşünmek, hatırlamak ve imgelemek gibi bilişsel süreçlerdir. Bu nedenler/tetikleyiciler kişide doğuştan var olabileceği gibi sonradan da öğrenilebilmektedir. Ayrıca korkunun kaynağı bir kişi veya nesne olabileceği gibi bir düşünce de olabilmektedir (Izard, 1978, s. 357). Gençgöz'e (1998, s. 10-11) göre korku, korku kaynağından değil, onun için geliştirilen fikirlerden, bir başka deyişle nasıl değerlendirildiğinden kaynaklanmaktadır. Bu fikirler, kişinin duydukları, gördükleri, yaşadıkları, televizyon, sinema, tiyatro ve günlük konuşmalar ile ister istemez gelişmektedir. Bu nedenle korkular ve korkma düzeyleri kişiye göre farklılaşabilmektedir.

İnsanlar doğal olarak tehlikeli olduklarını düşündükleri durumlarla baş edebilmek için sorunu çözmeye veya duygusal olarak rahatlamaya yönelmektedir. Bu doğrultuda yapılabilecek iki şey vardır: Birincisi korkuya sebep olan unsuru zayıflatmak veya tamamen yok etmeyi denemektir. İkincisi ise söz konusu durumu kabul etmek veya ondan olabildiğince uzak durmayı, eğer duruma dahil olunmuşsa kaçmayı ve/veya susmayı<sup>2</sup> tercih etmektir. Dolayısıyla korku, beraberinde kabullenme, karşı koyma, kaçma ve korunma duygularını da getirmektedir (Folkman, 1984, s. 844; Gençgöz, 1998, s. 10-11).

Bir kişi veya kurum olarak siyasal iktidar, kendi varlığını, mutlaklığını, zorunluluğunu ve kutsallığını meşrulaştırmak için mutlaka "korku" oluşturmalıdır. Çünkü sadece korku, iktidar ve itaat arasındaki eşitsizlik farkını ortadan kaldırılarak yerine ihtiyaç ve zorunluluk misyonunu ikame

<sup>2</sup> Suskunluk sarmalı kuramı için bkz. (Özçetin, 2018, s. 25-28)

edebilecektir (Çetin, 2012, s. 49). Umut da bir meşruiyet aracı olarak kullanılabilir. Ancak umut vermek, karmaşık ve uzmanlık gerektiren siyasal, toplumsal ve ekonomik ilişkileri anlamayı, çözümlenmeyi ve bunlara göre fikirler, projeler üretmeyi gerektiren uzun ve zahmetli bir süreçtir. Bunun yerine gerçek veya hayali korkular ile insanları yönetmek ve sevk etmek daha kolay ve konforludur. Öyle ki korku dili kullanarak kısa vadede insanların bir araya gelmeleri ve istenilen şekilde davranmaları sağlanabilmektedir. Ancak orta ve uzun vadede korku dili, farklı grupların birbirlerine kin ve nefretle bakmasına sebep olabilmektedir. Viralleştikçe korkunun tüm toplum için yıkıcı bir etki göstermesi ihtimali artmaktadır. Korku aktörleri konusunda dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, otorite olarak ifade edilenlerin siyasi açıdan bakıldığında sadece iktidarı elinde bulunduranlar olmadığıdır. Çünkü korku kaynakları sadece iktidar alanlarının genişletilmesi ve derinleştirilmesi veya yasaklama, sınırlama, tutuklama gibi eylemler için rıza ve talep oluşturmak amacıyla iktidar sahipleri tarafından kullanılmamaktadır. İktidara giden yolda bir fırsat elde edebilmek için iktidar taliplileri de korkudan yararlanmaktadır. Özellikle siyasi açıdan topluma umut veren projeler üretemeyen aktörler, korkular üzerinden siyasi iktidar arayışına girmektedirler (Sağıroğlu, 2021, s. 216-220).

## **KORKU MADALYONUNUN İKİ YÜZÜ**

Korku üzerinde şekillenen siyasetin temeli Platon'un devletine kadar uzanmaktadır. Ona göre doğuştan eşitsizlik söz konusu olduğu için aristokratik düzenin kurulması gerekmektedir. Platon'un korku siyasetinin kaynağı ve amacı, katı bir sınıf ayrımını ve herkesin uyum içinde görevini yapmasını sağlayarak aristokratik düzeni iç ve dış düşman olarak tanımladığı kötülüklerden korumaktır. Doğan her şeyin çürümek zorunda olduğunu, hiçbir düzenin sonsuz olmadığını söyleyen Platon, değişmeyi bozulma ve kötüye gitme olarak değerlendirmiştir. Ona göre bozulma; çürüme ve manevi bozulmaya, bu ise soy bozulmasına dayanmaktadır. Bu durumda aristokratik düzeni yıkacak olan değişmeye kaynaklık eden korku, soyun bozulmasıdır (Çetin, 2012, s. 79; Göze, 2021, s. 21-42). Bu korku Nazi Almanyası'nda da dile getirilerek yeni korkulara kaynaklık etmiştir. Tarih boyunca otoritelerin varlıklarını sürdürmek amacıyla kullandıkları benzer birçok korku kaynağından bahsedilebilir. Din ve kilisenin eş anlamlı olduğu düşüncesiyle din insanlarına inanmayanların aforoz edilmekle korkutulması bunlardan bir tanesidir.

Modern çağın korku siyasetini inşa eden düşünür Machiavelli'dir. Ona göre tüm siyasal eylemlerin nihai amacı iktidarı ele geçirmektir. Bu doğrultuda amaçlar araçları haklı ve meşru kılmaktadır.

Öyle ki gaddarlık bile siyasal yönetimin aracı olarak haklılaştırılabilmektedir (Arnhart, 2013, s. 118; Çetin, 2012, s. 89-91). Bunun için öncelikle halkı yönetecek bir hükümdara ihtiyaç duyulmaktadır. Hükümdar hem sevilen hem de korkulan olmalıdır. Ancak ikisini birlikte sağlamak zor olduğu için bir tercih yapmak zorunda kalınırsa korkulan olmak daha güvenlidir. Çünkü Machiavelli'ye göre insanlar iyi gün dostudur ve kendisini sevdiren kişilere zarar verme konusunda daha az çekingendir. Sevginin aksine korku sürekli bir ceza kaygısıyla beslenmektedir. Halka dayanan bir yönetim, başka hiçbir hazırlığı olmadığı için yıkılmaya mahkumdur. Hükümdar, sevgiyi sağlayamasa bile korkuyu en iyi şekilde sağlayarak nefretten kaçınabilmelidir. Nefret edilmesi halinde hükümdara karşı direnç ve saldırıların artmasıyla hükmünün sonlanması şaşkıncı olmayacaktır. Bu nedenle nefrete sebep olmayacak şekilde korku kullanmaktan çekinilmemelidir. Çünkü bütün bir topluma zarar veren ve fazla merhametten doğan kargaşaya kıyasla hükümdarın bir kişiye zarar veren ibret verici cezaları çok daha merhametlidir. Bu durumda gücün halka değil sahip olunanlara dayandırılması, tiksinti vermekten kaçınılması ve ölçülü şekilde korku kullanılması uzun ömürlü iktidarın gerekleridir (Machiavelli, 1955, s. 65-68).

Machiavelli'nin aksine Cicero korkunun nefrete, nefretin ise tehde sebev olması nedeniyle korkulan olmaktan ziyade sevilen olmak gerektiğini söyler (Arnhart, 2013, s. 129). Hobbes'un ifadeleriyle insanlar, kaos korkusuyla devlete sığınmaktadır. Ancak bu tek başına yeterli değildir. Korkuya ek olarak cebir ve baskının da kullanılması gerekmektedir. Ona göre toplum sözleşmesinde tek güvenilir senet, kılıç korkusudur. Bunu yapacak olan ise devlettir (Arnhart, 2013, s. 165; Çetin, 2012, s. 98-101). Tüm bu ifadeler yöneten-yönetilen ilişkilerine açıklık getirerek korkunun işlevlerini ortaya koymaktadır.

Madalyonun diğer yüzüne bakacak olursak kişilerin ve kitlelerin, siyasal aktörler tarafından oluşturulan korkulara karşı nasıl tepkiler verecekleri içinde bulunulan bağlama, korku kaynağının nasıl değerlendirildiğine ve kimlerin olaya dahil olduğuna göre değişmektedir. Burada kontrol ifadesine vurgu yapmakta fayda vardır. Çünkü kişiler içinde buldukları durumun kontrol altında olduğunu düşündüklerinde sorunu çözmeyi, kontrolleri dışında gerçekleşen bir sorun yaşadıklarını düşündüklerinde ise duygusal olarak rahatlamayı tercih etmektedirler (Folkman & Lazarus, 1980). Tercih edilen baş etme yolunda sahip olduğu rolüyle dikkat çeken kontrolün hissedilmesinde en önemli nokta, verilen duygusal tepkinin içinde bulunulan durumdan değil, durum içinde geliştirilen düşüncelerden kaynaklandığının anlaşılmasıdır (Gençgöz, 1998, s. 11).

Sağiroğlu'na göre (2021, s. 209-210), modern insan için kendi hayatının kontrolünü kaybetmek büyük bir korku kaynağıdır ve korkunç bir düşüncedir. Korku kaynaklarının birer tehdit unsuru olarak görülmelerinin nedeni bu kontrol edememe duygusudur.

Doğru plan ve uygulama ile korku, etkili bir otorite aracı olacaktır. Bunun farkında olan otoriteler, korkulardan faydalanarak insanları yönlendirmekte ve yönetmektedir. Sadakatleri karşılığında vatandaşlarını korumak görevini üstlenen modern devlet, ihtiyacı olan meşruiyet zeminini genişletecek imkânı korku kaynaklarında bulmaktadır. Çünkü korkuya karşı kabullenme, karşı koyma, kaçma ve korunma duygularını sergileyen insanlar, bu eylemlerinin özünde güvenli alanlar aramakta ve onları devletin kanatları altında bulmaktadır. Bu nedenle sahip oldukları yetkileri devrederek kendilerine güvenli kamusal alanlar inşa etmelerini istedikleri vekiller, krallar, padişahlar, başkanlar, liderler ve partiler seçmektedirler. Bu durumda ne kadar çok korku kaynağı varsa, kurtarıcıya o kadar çok ihtiyaç duyulmaktadır.

Çetin (2012, s. 12) siyasette korku kullanımının topluma verdiği zararı şöyle değerlendirmektedir:

“Güven üzerine kurulması gereken siyaset, karşılıklı korkuların körüklediği güvenlik siyasetleri üzerinden inşa edilmektedir. Güven devleti yerini güvenlik devletine, güven siyaseti ise yerini korku siyasetine bırakmaktadır. Korku siyaseti ise siyaset korkusunu üretmektedir. En büyük siyaset korkusu olarak da korkularımızla yüzleşmek korkusu tüm insanlığı sarmaktadır. Korku siyaseti esir aldığı siyaset korkusu ile tüm dünyayı cezaevine dönüştürerek insanlığın bir kısmını esir, bir kısmını gardiyan yapmakta ve son tahlilde herkesi bu cezaevinde yaşamaya mahkûm etmektedir. Sonuçta insanlar da siyah elbiseli gardiyanların korkusundan beyaz elbiseli gardiyanların merhametine sığınmaktadır.”

Beyaz elbiseli gardiyan ifadesiyle kastedilen, korkuları kullanarak hükümlerini meşrulaştıranlardır. Beyaz elbiseli gardiyanlar korku siyasetlerini sürekli şekilde “öteki” tayin ederek gerçekleştirmektedirler. Bu “ötekiler”, söz konusu güç sahibinin meşruiyetine ve varlığına tehdit oluşturanlardır ve her zaman var olmakta veya var kılınmaktadır. Çünkü onlar, halkın beyaz elbiseli gardiyanlara sığınmalarında rol oynayan siyah elbiseli gardiyanlardır.



Siyasiler, toplumsal rızanın sağlanarak meşruiyetin kurulması ve sürdürülmesi için bazı kaynakları araç olarak kullanmaktadır. Bu meşruiyet araçlarının tümü aynı zamanda korku üretim kaynaklarıdır. Korku araçları olarak kullanılan bu kaynaklar; (1) din ve mitoloji, (2) ideoloji, (3) ulus ve halk, (4) eğitim ve bilimdir. Korkuya aracılık eden bu kaynaklar, korku unsurlarıyla toplumsal alanda yaygınlaşmakta ve yoğunlaşmaktadır. Bunun sonucunda kavramların içinin boşalması işten bile değildir. Öyle ki korku siyasetinin en önemli sonucu, siyasetin içinin boşaltılmasıdır. Bunun nedeni, korkunun akli devre dışı bırakması, insanı bilinçli şekilde hareket eden bir özne olmaktan uzaklaştırması ve etkide bulunamayacağı güçler arasında oynanan bir oyunun nesnesi haline getirmesidir (Çetin, 2012, s. 49-74).

## KORKU KULLANIMI VE TWITTER

Korku siyaseti, insanların kendilerini yaklaştırmakta olan bir felaketin olası kurbanı olarak görmelerini sağlayacak bir atmosfer oluşturmayı hedeflemektedir (Çetin, 2012, s. 74). Bu atmosfer, korku dili kullanılarak oluşturulmakta ve yaygınlaştırılmaktadır (Sağiroğlu, 2021, s. 212; Wild vd., 2001). Elbette yüz yüze ve grup içi etkileşimlerle de korkunun yayılımı sağlanmaktadır. Ancak bir toplumu yönetmek ve yönlendirmek için çok daha fazlasına ihtiyaç vardır. Bu noktada korkunun yeni biçimlerinin anlaşılabilmesini sağlayan (Sağiroğlu, 2021, s. 202) küreselleşmenin<sup>3</sup> uzamsal ve zamansal boyutları ön plana çıkmaktadır. Küresel etkileşimlerin artan (1) kapsamı, (2) yoğunluğu, (3) hızı ve (4) etkisiyle en yerel gelişmeler bile küresel sonuçlar doğurabilmektedir (Held vd., 1999, s. 15). Küreselleşmeyle birlikte bilgi ve sermaye kadar korkunun da kapsamı genişlemiş, yoğunluğu ve etkisi artmış, yayılımı hızlanmıştır.

Küreselleşmeyle gelen bu unsurlar, herhangi bir korku kaynağına dair oluşturulan algının etkisinin, korku kaynağının kendisinden daha büyük olmasına neden olabilmektedir (Sağiroğlu, 2021, s. 203). Covid-19 virüsü dünyaya yayılmadan önce Çin'de yaşayan insanların içinde buldukları duruma ilişkin internette paylaşılanlar ve sonrasında yaşananlar buna iyi bir örnektir. Korkunun yayılımını artırarak bunu sağlayan en önemli aktörlerden bir tanesi medyadır. Özellikle yeni medya sahip olduğu katılım, açıklık, etkileşim, topluluk ve bağlantılı olma (Manovich, 2001, s. 49; Mayfield, 2008, s. 5) gibi özellikleriyle korkunun ulusal ve küresel çapta siyasi ve ticari amaçlarla kullanılabilmesine zemin sağlamıştır. Öyle ki Covid-19 aşısının siyasi bir rekabet konusuna dönüşmesinin yanı sıra reklamcıların,

<sup>3</sup> Küreselleşme, kıtalar veya bölgeler arası akışlar, etkinlik, etkileşim ve güç kullanım ağları oluşturan (kapsam, yoğunluk, hız ve etki açısından değerlendirilen) işlemlerin ve sosyal ilişkilerin uzamsal organizasyonunda dönüşümü somutlaştıran bir süreç veya süreçler dizisidir (Held vd., 1999, s. 15-16).

salgını ticari amaçlarla bilinçli olarak korku çekiciliğine konu ettikleri görülmüştür (Çetinkaya, 2021, s. 1100). Bu durumlarda medya ortamlarındaki kullanıcılar, korkunun üretilmesinde, yayılmasında ve tüketilmesinde rol almaktadırlar. Bir başka deyişe korkunun hem öznesi hem de nesnesi konumundadırlar.

İnsanların etkileşimini sağlayan Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp vb. internet ortamları, korku içeriklerinin yayılımının sağlandığı ve bu sayede güçlenen yankı odalarıdır. Korku aktörleri bu yankı odalarında insanları korkutmak için kendilerini edilgen hissetmelerini sağlayacak failer oluşturmaktadır. Bu amaçla kullanılan en güçlü ifadeler, genellikle dışsallığa vurgu yapan teröristler, vatan hainleri, mülteciler, gericiler, sapkınlar ve dış güçler/mihraklar gibi kavramlar üzerinden üretilmektedir. Bu kavramların hedefindekiler kimi zaman somut şekilde "orada"dır. Kimi zaman ise kim oldukları bilinmesine rağmen net bir şekilde işaret edilemezler. Çünkü somut bir varlıkları yoktur. Her koşulda onlara karşı yapılması gereken, otoriteye güvenmek ve kanatlarının altına sığınmaktır. En azından otoritenin istediği budur. İnsanlar kısa vadede bu isteğe razı olurlar. Çünkü sorunların kaynağını dışarıda aramak ve güvenli alanlar bulmak bir savunma refleksidir. Ancak içeriden kaynaklandığı durumlarda sorunu dışarıda aramak yıkıcı bir grup içi çözülmeye sebep olacaktır (Sağiroğlu, 2021, s. 213).

Kullanılması esnasında dikkat edilmesi gereken nokta, söz konusu korkunun dozunu iyi ayarlamaktır. Aksi halde seçmenin, kötü hissetmesine sebep olan korkudan kurtulmak için korku mesajlarını göz ardı etmesi bir sürpriz olmayacaktır. Dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise söz konusu korku kaynaklarının siyasiler tarafından yapılan bir tehdidin konusu olmadığıdır. Çünkü siyasilerin yaptığı, korku kaynaklarını göstererek kendilerini bir çözüm yolu olarak sunmaktır. Aksi halde söz konusu siyasilerin seçilmesi mümkün olmayacak, kurulan egemenlikler ilk fırsatta yok olacak ve yerlerine yenileri gelecektir.

Yeni medya ortamları tüm bu mücadelede son derece önemli bir konuma sahiptir. Çünkü seçmenler bu sanal ortamlarda görüşlerini belirtmekte, tartışmakta, iletişim kurmakta ve siyasilerin lehine veya aleyhine faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Bu nedenle siyasilerin söz konusu yeni medya ortamlarında varlık göstermeleri zorunlu hale gelmektedir. Bu ortamlardan biri olan, siyasi amaçlara

sahip bir araçtan esinlenilerek oluşturulan<sup>4</sup>, Arap Baharı (Kırık, 2012, s. 96), 2012 ABD başkanlık seçim kampanyaları<sup>5</sup> (Güçdemir & Göksu, 2015) gibi önemli durum ve olaylarla birlikte anılan ve her gün paylaşılan içeriklerle ülkelerin gündemlerinin belirlenmesinde rol oynayan Twitter, siyasi amaçlarla kullanılan ve korku dilinin yaygın olduğu bir sosyal medya ortamıdır.

Bireylerin anlık olarak iletilerini paylaşmalarını sağlamak amacıyla Jack Dorsey tarafından 2006 yılında geliştirilen Twitter, aktif bir sosyal medya sitesidir. Twitter, en çok ilgi gören konularla ilgili bilgilerin üretilmesine, tüketilmesine, dağıtılmasına, keşfedilmesine olanak tanıyan ve küresel sohbetleri teşvik eden ücretsiz bir platform olarak insanlara birlikte hareket etme imkânı sunmaktadır (Twitter, 2020; Twitter, 2022b). Etkileşim ve içerik üretme imkânı tanıyan özellikleriyle örgütlenme ve toplumsal eylemlerde bulunma konularında merkezi bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan Twitter, insanların sosyalleşmesini sağlayan bir araç olmanın yanı sıra toplumsal bir aktör olma niteliği de göstermektedir (Twitter, 2022c; Yıldırım, 2014, s. 235).

Korku dilinin Twitter’da nasıl kullanıldığını ve yayıldığını anlayabilmek için Twitter’ın yapısında bulunan özellikleri tanımak gerekmektedir. Twitter’ın temelinde tweet olarak adlandırılan, belirli sınırlar çerçevesinde paylaşılan fotoğraf, GIF, video, bağlantı ve/veya metinler vardır. Bu tweetler diğer kullanıcılar tarafından doğrudan (RT-Retweet) veya yorum eklenerek (alıntı tweet) yeniden paylaşılabilir. Bu tweetlerde “@kullanıcı adı” yazarak diğer kullanıcılardan bahsedilebilmekte ve bir kelimenin önüne “#” koyarak belirli konularda paylaşımlar yapılabilir. Kullanıcılar, takip ettikleri ya da profillerine erişim engeli bulunmayan takip etmedikleri kişilerin tweetlerini beğenebilmekte, paylaşabilmekte veya onlara yorum yapabilmektedir (Scanfeld vd., 2010, s. 183; Twitter, 2022d).

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, Türk siyasetinde korkunun kullanımına dair değerlendirmelerde bulunmak üzere Cumhur ve Millet İttifakı’nı oluşturan partilerin genel başkanları tarafından 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimine hazırlık döneminde paylaşılan tweetler seçmen bakış açısıyla ve betimleyici bir yaklaşımla içerik analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizi, metinlerden veya diğer anlamlı

<sup>4</sup> Twitter SMS tabanlı bir mesajlaşma platformu olan TxtMob’dan esinlenilerek oluşturulmuştur. Detaylı bilgi için bkz. (Halpin & Henshaw-Plath, 2022).

<sup>5</sup> Twitter’ın seçim kampanyalarındaki rolüne ilişkin daha fazla bilgi için bkz. (Twitter, 2022a).

içeriklerden kullanım bağlarına ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 2004, s. 18). İçerik analizinde temel olarak yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar etrafında birleştirerek okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlemek ve yorumlamaktır. Bu analiz sürecinde (1) ilgili veriler kodlanmakta, (2) temalar belirlenmekte, (3) kodlar ve temalar düzenlenmekte, (4) bulgular tanımlanmakta ve yorumlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 242-246).

### **Araştırmanın Amacı ve Soruları**

Araştırmada, Türk siyasetinde korku dilinin kullanımına dair betimlemelerde ve değerlendirmelerde bulunma amacı güdülmüştür. Bu doğrultuda, çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Siyasi liderlerin Twitter profillerinin ve tweetlerinin genel görünümü nasıldır?
2. Siyasi liderler tweetlerinde korku dili kullanmış mıdır? Eğer kullanmışlarsa hangi korkuları ne oranda kullanmışlardır?
3. Siyasi liderler tweetlerindeki korkulara çözüm sunmuşlar mıdır? Eğer sunmuşlarsa hangi çözümleri ne oranda sunmuşlardır?
4. Siyasi liderler tweetlerini kime/neye yönelik paylaşmış ve onları hangi korkularla ilişkilendirmiştir?
5. Twitter’da korku dili kullanımı siyasi liderlerin seçmenlerle etkileşimlerini arttırmakta mıdır?

### **Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Kodlama Cetveli**

Araştırmanın evreni Türkiye’de aktif siyasi rolü olan kişi ve kurumlardır. Araştırma, tüm siyasi kişi ve kurumların korku söylemlerini analiz etmek mümkün olmadığı için Cumhuriyet ve Millet ittifaklarında yer alan siyasi partilerin genel başkanları tarafından Twitter’da yapılan paylaşımlarla sınırlandırılmıştır. Yine ilgili tüm tweetleri incelemek mümkün olmadığı için analizler 1 Ocak 2023 - 14 Ocak 2023 tarihlerinde paylaşılan tweetlerle sınırlandırılmıştır. Bu süreçte gerekli olan kodlama cetveli, Kamuran Değer’in (2019) çalışmasında kullandığı cetvel, Twitter’ın sahip olduğu özellikler ve Halis Çetin’in (2012, s. 50-73) ortaya koyduğu “siyasal iktidarın korku kaynakları” dikkate alınarak oluşturulmuştur. Söz konusu kodlama cetveli Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1** Analizde Kullanılan Kodlama Cetveli

<b>TWITTER PROFİLLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER</b>		
1	Kişi adı	Kullanılan isim
2	Kullanıcı adı	Kullanılan takma ad
3	Takipçi sayısı	Kullanıcıyı takip edenlerin sayısı
4	Takip sayısı	Kullanıcının takip ettiklerinin sayısı
5	Tweet sayısı	Kullanıcının paylaştığı toplam tweet sayısı
6	İncelenen tweet sayısı	Kullanıcının söz konusu sürede paylaştığı tweet sayısı
<b>TWEETLERİN TÜRÜ</b>		
1	Özgün	Kullanıcının kendisi tarafından oluşturulan tweetler.
2	Alıntı	Bir başka kullanıcının tweetine yorum yapılarak yeniden paylaşılan tweetler.
3	RT	Bir başka kullanıcının tweetinin yorum yapılmaksızın yeniden paylaşılması.
<b>TWEETLERE İLİŞKİN ETKİLEŞİM VERİLERİ</b>		
1	Ortalama beğeni	Tweetleri beğenenlerin ortalama sayısı
2	Ortalama alıntı	Tweetleri alıntılamanın ortalama sayısı
3	Ortalama RT	Tweetleri yeniden paylaşanların ortalama sayısı
4	Ortalama yorum	Tweetlere yorum yapanların ortalama sayısı
5	Ortalama görüntülenme	Tweetleri görüntüleyenlerin ortalama sayısı
<b>TWEETLERİN İÇERDİKLERİ KORKULAR</b>		
1	Korku içermiyor	Paylaşılan tweette korkuya sebep olacak herhangi bir ifadenin olmaması.
2	Adaletsizlik	Adaletin yozlaşması, bozguna uğraması, çiftle standart ile işlemesi gibi korkular.
3	Can güvenliği	Yaşama hakkının sağlanamaması ve tehdit altında olmasına ilişkin korkular.
4	Dini değerler	İnançların ve sembollerinin korunamamasına ilişkin korkular.
5	Ekonomi	Genel olarak ekonomik koşullara ilişkin korkular.
6	Emeklilik	Emekli olunamaması, emekli maaşının yetersiz olması gibi korkular.
7	Enflasyon	Enflasyon vurgusuyla yaşanan ekonomik sorunlara ilişkin korkular.
8	Geçim sıkıntısı	Yaşam standartlarının düşük veya tehlikede olmasına ilişkin korkular.
9	Gerçek dışı bilgi/Vaat	Manipülasyon, gerçekliği olmayan bilgi, vaat vb. ile algıların yönetilmesine dair korkular.
10	Hak ve özgürlüklerin ihlali	Temel hak ve özgürlüklerin sağlanamaması ve korunamamasına ilişkin korkular.
11	Kötü yönetim	Ülkenin, siyasi, ticari, eğitsel vb. kurumların iyi yönetil(e)memesine ilişkin korkular.
12	Kutuplaşma	Ülke, kurumlar, siyaset vb. alanlarda ayrışmaya dair korkular.
13	Mafya	Toplum ve siyasette mafyalaşma korkuları.
14	Otoriterleşme	Demokrasiden uzak, baskıcı ve emredici yönetim korkusu.
15	Savaş/Düşman	Savaş tehlikesi ve düşman kuvvetlerine ilişkin korkular.
16	Saygısızlık/nefret dili	Anlayış, saygı ve empatinin olmamasına, kötü üslubun kullanılmasına dair korkular.
17	Şiddet	Şiddetin toplumda yaygınlaşması ve önlenememesine ilişkin korkular.
18	Temel gıda	Temel gıda ürünlerinin üretilemez hale gelmesine dair korkular.
19	Ülkenin yıkılması/Kaos	Ülkenin bozguna uğraması ve olası kaos korkusu.

20	Vesayet	Siyasetin yersiz temsiliyetle yozlaşması.
21	Yandaşlık	Siyasi taraftarlık nedeniyle zarar görme korkusu.
22	Yanlış/gerçek dışı siyasi strateji	Genel olarak yanlış veya uygulanamaz politikalar nedeniyle zarar görme korkusu.
23	Yetki suistimali	Sahip olunan makama bağlı gücün suistimal edilmesine dair korkular.

#### KORKUNUN ÇÖZÜMÜ İÇİN ÖNERİLEN YOLLAR/YÖNTEMLER

1	Çözüm sunulmamış	Korkuyu gidermeye yönelik ifadelerin olmaması.
2	Açıklamaların okunması	Konuya ilişkin açıklamaların okunması.
3	Barış dili/Doğru dil kullanımı	Refah, huzur, adalet vb. dilini kullanmak.
4	Cezai Yaptırım	Suç teşkil eden durumdan sorumlu olanların cezalandırılması.
5	Dayanışma/Birlik	Korku kaynağına karşı birlikte mücadele etmek.
6	Görev yapmak	İlgili kişilerin/kurumların görevlerini yaparak korkuyu ve sebebini ortadan kaldırması.
7	İtiraf	Konuya dair itirafta bulunmak.
8	Karşı duruş/direniş	Korku kaynağına karşı direnmek.
9	Önleyici kanun	Korkuyu önleyen kanunlar oluşturmak.
10	Örnek almak	Doğru olanın yapılabilmesi için tecrübeli olanların örnek alınması.
11	Sandık/Seçim	Kaynağını/Sebebini seçimlerde mağlup ederek korkuları ortadan kaldırmak.
12	Yabancıya konut satış yasağı	Konut ticaretinde ülke vatandaşlarını ön plana almak.
13	YÖK'ü kapatmak	Yozlaştığı iddia edilen YÖK'ü kapatmak.

#### TWEETİN HEDEFİNDEKİ KİŞİ/KURUM/VB.

1	Adalet Bakanlığı	Genel olarak bakanlığın hedeflendiği tweetler.
2	Ahmet Davutoğlu	Siyasi lidere yönelik tweetler.
3	Ali Babacan	Siyasi lidere yönelik tweetler.
4	Anayasa Mahkemesi	Mahkemeye yapılan eleştiriler.
5	Bilinmiyor	Üzeri kapalı şekilde belirli hedef(ler)e yönelik yazıldığı düşünülen ancak bir kategoriye dahil edilemeyen tweetler.
6	Cumhur ittifakı	Genel olarak ittifaka yönelik ifadeler.
7	Çiftçiler	Çiftçilik yapan kişilere yönelik tweetler.
8	Devlet Bahçeli	Siyasi lidere yönelik tweetler.
9	EYT'liler/Emekliler	Emeklilikte yaşa takılanlar.
10	Gültekin Uysal	Siyasi lidere yönelik tweetler.
11	İhracatçılar	İhracat yapan kişilere yönelik tweetler.
12	İktidar	Genel olarak iktidara yönelik ifadeler.
13	Kamu çalışanları	Memurlara yönelik ifadeler.
14	Kemal Kılıçdaroğlu	Siyasi lidere yönelik tweetler.
15	Medya	Gazetecilere yönelik ifadeler.
16	Memur-Sen	Memur-Sen'e yönelik ifadeler.
17	Meral Akşener	Siyasi lidere yönelik tweetler.
18	Millî ittifakı liderleri	Genel olarak ittifakın başkanlarına yönelik tweetler.
19	Millî Gazete	Millî Gazete çalışanları yönelik tweetler.
20	Muhalefet	Genel olarak muhalefetin hedeflendiği tweetler.
21	Öğretmenler	Öğretmenlere yönelik tweetler.
22	Recep Tayyip Erdoğan	Siyasi lidere yönelik tweetler.
23	Siyasiler/Kamu yöneticileri	Lider olmayan siyasetçilere yönelik tweetler.

24	SPK	Sermaye Piyasası Kurulu'na yönelik tweetler.
25	Suç işleyenler	Suçlulara yönelik tweetler.
26	Şahıslar	Siyasi kimliği olmayan kişilere yönelik tweetler.
27	Temel Karamollaoğlu	Siyasi lidere yönelik tweetler.
28	TSK	Türk Silahlı Kuvvetlerine yönelik tweetler.
29	TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu'na yönelik tweetler.
30	Vatandaşlar	Tüm tweetlerin temelde vatandaşlara yönelik olmasıyla birlikte doğrudan veya dolaylı olarak vatandaşlara hitabın söz konusu olduğu tweetler.
31	Vesayet güçleri	Toplumda etkin rolü olan makam ve kurumların usulsüz şekilde vesayet altına alınmasına ilişkin tweetler.

Tweetlerin içerdikleri korkular söz konusu tweetler incelenerek belirlenmiştir. İnceleme esnasında, tweetlerdeki korku dilinin her zaman açık ve doğrudan kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle doğrudan veya dolaylı olarak korku içeren, okuyucusunu ifade edilen korkular hakkında düşünmeye sevk eden tweetler, korku içeren tweetler olarak kodlanmıştır. Üretilen ya da yayılan korkuyu yok etmek için bir çözüp sunulup sunulmadığı ve sunulmuşsa bunun ne olduğu incelenmiştir. Tweetlerin hedeflerine ve yayılım sağladıkları kitlenin büyüklüğüne ilişkin veriler de çalışma kapsamında incelenmiştir. İlk olarak 15-18 Ocak 2023 tarihlerinde yapılan kodlamaların güvenilirliğini sağlamak amacıyla 15-16 Şubat 2023'te söz konusu kodlama yeniden yapılmıştır. İki kodlama arasında görülen farklılıklar gözden geçirilmiş ve kodlama süreci sonlandırılarak araştırma kapsamında gerekli analizler yapılmıştır.

### **Araştırmanın Önemi**

Araştırma, oldukça az sayıda çalışmanın bulunduğu siyasal iletişimde korku kullanımı konusuna dair literatüre Twitter kapsamında katkı sağlaması ve korkunun siyasal iletişimdeki işlevine ilişkin açıklamalar sunması açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın Twitter kapsamında gerçekleştirilmesinin nedenleri; Twitter'ın kamuoyu oluşturma ve yönlendirmede etkin olmasıyla birlikte korku dilinin, kullanıcıları lehine geniş kitlelere yayılmasını sağlamasıdır.

Araştırmanın bir diğer önemi, 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçiminde başarılı olan adayın belirlenmesiyle birlikte korkunun siyasal iletişim ve siyasal başarıdaki işlevi noktasında ortaya çıkmaktadır.

## Bulgular

Tablo 2’de Cumhuriyet ve Millet ittifaklarında yer alan partilerin genel başkanlarının Twitter hesaplarını tanımlayan ve siyasi liderlerin eriştikleri kitlelerin büyüklüğünü ortaya koyan bilgiler yer almaktadır. 15 Şubat 2023 tarihinde elde edilen söz konusu veriler Tablo 2’de sunulduğu gibidir.

**Tablo 2** İncelenen Twitter Profillerine İlişkin Bilgiler

<p>Ahmet Davutoğlu @Ahmet_Davutoglu</p> <p>Takipçi sayısı: 5.992.081 Takip sayısı: 43 Tweet sayısı: 5.453 İncelenen tweet sayısı: 41</p>	<p>Ali Babacan @alibabacan</p> <p>Takipçi sayısı: 1.176.007 Takip sayısı: 1 Tweet sayısı: 3.390 İncelenen tweet sayısı: 27</p>	<p>Devlet Bahçeli @dbdevletbahceli</p> <p>Takipçi sayısı: 5.581.672 Takip sayısı: 0 Tweet sayısı: 6.641 İncelenen tweet sayısı: 2</p>	<p>Gültekin Uysal @DpGultekinUysal</p> <p>Takipçi sayısı: 212.365 Takip sayısı: 513 Tweet sayısı: 4.754 İncelenen tweet sayısı: 56</p>
<p>Kemal Kılıçdaroğlu @kilicdaroglu</p> <p>Takipçi sayısı: 9.183.841 Takip sayısı: 3 Tweet sayısı: 5.895 İncelenen tweet sayısı: 28</p>	<p>Meral Akşener @meral_aksener</p> <p>Takipçi sayısı: 5.722.538 Takip sayısı: 1.264 Tweet sayısı: 13.6 bin İncelenen tweet sayısı: 37</p>	<p>Recep Tayyip Erdoğan @RTErdogan</p> <p>Takipçi sayısı: 19.903.828 Takip sayısı: 105 Tweet sayısı: 11 bin İncelenen tweet sayısı: 73</p>	<p>Temel Karamollaoğlu @T_Karamollaoğlu</p> <p>Takipçi sayısı: 1.049.021 Takip sayısı: 21 Tweet sayısı: 6.399 İncelenen tweet sayısı: 31</p>

Veriler değerlendirildiğinde en fazla takipçi sayısına sahip olan Erdoğan’ın, incelemenin yapıldığı dönem içerisinde 73 tweet ile en fazla paylaşımı yapan kişi olduğu görülmüştür. İki haftalık süreçte Uysal 56, Davutoğlu 41, Akşener 37, Karamollaoğlu 31, Kılıçdaroğlu 28 ve Babacan 27 tweet paylaşmıştır. Twitter’ı nadiren kullanan Bahçeli ise sadece 2 tweet paylaşmıştır. Bu durumda en fazla takipçisi olan ve araştırmanın yapıldığı süreçte en fazla paylaşımı yapan Erdoğan’ın kullandığı ifadelerin çok daha fazla kişiye ulaşacağı söylenebilir. İncelenen tweetlere ilişkin veriler Tablo 3’te sunulmuştur.



**Tablo 3** Tweetlere İlişkin Veriler

Ahmet Davutoğlu			Ali Babacan		Devlet Bahçeli	
İncelenen tweet sayısı: 41			İncelenen tweet sayısı: 27		İncelenen tweet sayısı: 2	
Özgün %80,5	Alıntı %9,8	RT %9,8	Özgün %96,3	Alıntı %3,7	Özgün %100	
$\bar{x}$ Beğeni: 1157,17	$\bar{x}$ Alıntı: 39,20		$\bar{x}$ Beğeni: 1964,63	$\bar{x}$ Alıntı: 31,70	$\bar{x}$ Beğeni: 14199	$\bar{x}$ Alıntı: 124
$\bar{x}$ RT: 287,90	$\bar{x}$ Yorum: 490,73		$\bar{x}$ RT: 386,63	$\bar{x}$ Yorum: 421,33	$\bar{x}$ RT: 3575	$\bar{x}$ Yorum: 1345,5
$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 187183			$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 218244,44		$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 1125100	
Gültekin Uysal			Kemal Kılıçdaroğlu		Meral Akşener	
İncelenen tweet sayısı: 56			İncelenen tweet sayısı: 28		İncelenen tweet sayısı: 37	
Özgün %82,1	Alıntı %12,5	RT %5,4	Özgün %92,9	RT %7,1	Özgün %94,6	Alıntı %5,4
$\bar{x}$ Beğeni: 1404,45	$\bar{x}$ Alıntı: 10,18		$\bar{x}$ Beğeni: 25347	$\bar{x}$ Alıntı: 471,39	$\bar{x}$ Beğeni: 7994,05	$\bar{x}$ Alıntı: 127,05
$\bar{x}$ RT: 157,38	$\bar{x}$ Yorum: 160,43		$\bar{x}$ RT: 3381,86	$\bar{x}$ Yorum: 4363,68	$\bar{x}$ RT: 1415,54	$\bar{x}$ Yorum: 1850,30
$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 84103,57			$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 2314715,89		$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 965510,81	
Recep Tayyip Erdoğan			Temel Karamollaoğlu		Toplam	
İncelenen tweet sayısı: 73			İncelenen tweet sayısı: 31		İncelenen tweet sayısı: 295	
Özgün %58,9	Alıntı %37	RT %4,1	Özgün %96,8	Alıntı %3,2	Özgün %81,7	
$\bar{x}$ Beğeni: 17961,78	$\bar{x}$ Alıntı: 93,15		$\bar{x}$ Beğeni: 2701,19	$\bar{x}$ Alıntı: 23,55	Alıntı %14,2	
$\bar{x}$ RT: 5852,73	$\bar{x}$ Yorum: 3338,14		$\bar{x}$ RT: 492,65	$\bar{x}$ Yorum: 370,16	RT %4,1	
$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 916071,14			$\bar{x}$ görüntülenme sayısı: 160959,35			

Verilere göre Karamollaoğlu, Akşener, Kılıçdaroğlu ve Babacan'ın paylaştığı tweetlerin %90'dan fazlası özgündür. Belirtilen dört lider içinde Kılıçdaroğlu'nun RT, diğer liderlerin ise alıntı paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Bahçeli'nin paylaştığı 2 tweet de özgün iken Davutoğlu, Uysal ve Erdoğan özgün, RT ve alıntı tweetler paylaşmıştır. Davutoğlu ve Uysal %80'in üzerinde özgün, birbirlerine yakın oranlarda alıntı ve RT paylaşımlar yaparken; Erdoğan %58,9 özgün, %37 alıntı ve %4,1 RT paylaşımı yapmıştır. İncelenen tüm tweetlerin %81,7'si özgün, %14,2'si alıntı ve %4,1'i RT'dir. Bu oranlar söz konusu siyasilerin ne ölçüde kendi ifadelerini paylaştıklarını, diğer kullanıcıların ifadelerine dair değerlendirmelerde bulduklarını ve doğrudan yayılımını sağladıklarını göstermektedir.

En yüksek görüntülenmeye sahip olanlar sırasıyla Kılıçdaroğlu, Bahçeli, Akşener, Erdoğan, Babacan, Davutoğlu, Karamollaoğlu ve Uysal tarafından paylaşılan tweetlerdir. Bu sıralamanın ortalama beğeni sayılarına göre Kılıçdaroğlu, Erdoğan, Bahçeli; alıntı sayılarına göre Kılıçdaroğlu, Akşener, Bahçeli; RT sayılarına göre Erdoğan, Bahçeli, Kılıçdaroğlu; yorum sayılarına göre ise Kılıçdaroğlu, Erdoğan, Akşener

şeklinde olduğu görülmektedir. Bu sayılar da söz konusu tweetlerin yayılımına ve desteklenme durumlarına dair bilgiler içermektedir.

**Tablo 4** Tweetlerin Korku İçerme Durumu

Ahmet Davutoğlu	Ali Babacan	Gültekin Uysal	Toplam
İncelenen tweet sayısı: 41	İncelenen tweet sayısı: 27	İncelenen tweet sayısı: 56	Toplam tweet sayısı: 295
Korku içermiyor 30 - %73,2	Korku içermiyor 24 - %88,9	Korku içermiyor 29 - %51,8	Korku içermiyor 193 - %65,4
Can Güvenliği 3 - %7,3	Adaletsizlik 1 - %3,7	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 8 - %14,3	Kötü yönetim 22 - %7,5
Ülkenin Yıkılması/Kaos 2 - %4,9	Kötü Yönetim 1 - %3,7	Kötü Yönetim 5 - %8,9	Gerçek dışı bilgi/Vaat 14 - %4,7
Dini değerler 1 - %2,4	Saygısızlık/Nefret dili 1 - %3,7	Yanlış/Gerçek dışı siyasi strateji 4 - %7,1	Hak ve özgürlüklerin ihlali 9 - %3,1
Hak ve özgürlüklerin ihlali 1 - %2,4	<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	Ülkenin Yıkılması/Kaos 3 - %5,4	Yanlış/Gerçek dışı siyasi strateji 7 - %2,4
Kötü Yönetim 1 - %2,4	İncelenen tweet sayısı: 28	Yandaşlık 3 - %5,4	Adaletsizlik 5 - %1,7
Temel gıda 1 - %2,4	Korku içermiyor 14 - %50	Yetki Suistimali 3 - %5,4	Ülkenin yıkılması/Kaos 5 - %1,7
Vesayet 1 - %2,4	Hak ve özgürlüklerin ihlali 5 - %17,9	Adaletsizlik 1 - %1,8	Yandaşlık 5 - %1,7
Yandaşlık 1 - %2,4	Adaletsizlik 2 - %7,1	<b>Meral Akşener</b>	Can güvenliği 4 - %1,4
<b>Temel Karamollaoğlu</b>	Mafya 2 - %7,1	İncelenen tweet sayısı: 37	Enflasyon 4 - %1,4
İncelenen tweet sayısı: 31	Can Güvenliği 1 - %3,6	Korku içermiyor 14 - %37,8	Otoriterleşme 4 - %1,4
Korku içermiyor 11 - %35,5	Enflasyon 1 - %3,6	Kötü Yönetim 10 - %27	Savaş/Düşman 4 - %1,4
Kötü Yönetim 4 - %12,9	Kötü Yönetim 1 - %3,6	Emeklilik 2 - %5,4	Yetki suistimali 4 - %1,4
Ekonomi 3 - %9,7	Otoriterleşme 1 - %3,6	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 2 - %5,4	Ekonomi 3 - %1
Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 3 - %9,7	Yetki Suistimali 1 - %3,6	Adaletsizlik 1 - %2,7	Emeklilik 2 - %0,7
Enflasyon 2 - %6,5	<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	Savaş/Düşman 1 - %2,7	Mafya 2 - %0,7
Hak ve özgürlüklerin ihlali 2 - %6,5	İncelenen tweet sayısı: 73	Enflasyon 1 - %2,7	Saygısızlık/Nefret dili 2 - %0,7
Otoriterleşme 2 - %6,5	Korku içermiyor 69 - %94,5	Geçim sıkıntısı 1 - %2,7	Dini değerler 1 - %0,3
Yanlış/Gerçek dışı siyasi strateji 2 - %6,5	Savaş/Düşman 2 - %2,7	Hak ve özgürlüklerin ihlali 1 - %2,7	Geçim sıkıntısı 1 - %0,3
Kutuplaşma 1 - %3,2	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 1 - %1,4	Otoriterleşme 1 - %2,7	Kutuplaşma 1 - %0,3
Savaş/Düşman 1 - %3,2	Yanlış/Gerçek dışı siyasi strateji 1 - %1,4	Saygısızlık/Nefret dili 1 - %2,7	Şiddet 1 - %0,3
		Şiddet 1 - %2,7	Temel gıda 1 - %0,3
		Yandaşlık 1 - %2,7	Vesayet 1 - %0,3

Liderler tarafından paylaşılan tweetler incelenerek içerdikleri korkulara göre başlıklara ayrılmış ve frekans değerleri analiz edilerek Tablo 4'te sunulmuştur. Buna göre Karamollaoğlu paylaşımlarının %64,5'inde, Akşener %62,2'sinde, Kılıçdaroğlu %50'sinde, Uysal %48,2'sinde, Davutoğlu %26,8'inde, Babacan %11,1'inde ve Erdoğan %5,5'inde korku ifadelerine yer verirken Bahçeli paylaştığı 2 tweette de korku dili kullanmamıştır. Verilere göre sekiz siyasetçiden üçü %50 ve üzerinde, biri ise yaklaşık %50

oranında korkudan yararlanırken hemen hemen tüm siyasetçilerin farklı korkulara odaklandıkları görülmüştür. Buna göre “can güvenliği” (%7,3) Davutoğlu’nun, “kötü yönetim” (%27) Akşener ve (%12,9) Karamollaoğlu’nun, “hak ve özgürlüklerin ihlali” (%17,9) Kılıçdaroğlu’nun, “gerçek dışı bilgi/vaat” ise (%14,3) Uysal’ın tweetlerinde en çok yer verdiği korkudur. Korku dilini en az kullanan Erdoğan ve Babacan’ın tweetleri korku kapsamında 3’er başlıkta değerlendirilirken, Davutoğlu’nun 8, Uysal’ın 7, Kılıçdaroğlu’nun 8, Akşener’in 12, Karamollaoğlu’nun ise 10 başlıkta değerlendirilmiştir. İncelenen tüm tweetlerin %34,6’sında korku dili kullanılırken en çoktan aza doğru sırasıyla kullanılan korkuların kötü yönetim (%7,5), gerçek dışı bilgi/vaat (%4,7), hak ve özgürlüklerin ihlali (%3,1) olduğu görülmüştür.

**Tablo 5** Korkulara Çözüm Sunulması ve Çözüm için Önerilen Yollar/Yöntemler

Temel Karamollaoğlu	Ali Babacan	Recep Tayyip Erdoğan
Korku içeren tweet sayısı: 20	Korku içeren tweet sayısı: 3	Korku içeren tweet sayısı: 4
Çözüm Sunulmamış - 15 - %75	Barış dili/Doğru dil kullanımı - 1 - %33,3	Çözüm Sunulmamış - 3 - %75
Sandık/Seçim - 4 - %20	Sandık/Seçim - 1 - %33,3	Karşı duruş/Direnış - 1 - %25
Dayanışma/Birlik - 1 - %5	YÖK’ü Kapatmak - 1 - %33,3	
		<b>Toplam</b>
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	<b>Meral Akşener</b>	Korku içeren toplam tweet sayısı: 102
Korku içeren tweet sayısı: 14	Korku içeren tweet sayısı: 37	Çözüm sunulmamış - 56 - %54,9
Çözüm Sunulmamış - 3 - %21,4	Çözüm Sunulmamış - 8 - %34,8	Sandık/Seçim - 17 - %16,7
Karşı duruş/Direnış - 3 - %21,4	Sandık/Seçim - 7 - %30,4	Görev yapmak - 10 - %9,8
Sandık/Seçim - 3 - %21,4	Görev Yapmak - 4 - %17,4	Karşı duruş/Direnış - 6 - %5,9
Cezai Yaptırım - 2 - %14,3	Karşı duruş/Direnış - 2 - %8,7	Barış dili/Doğru dil kullanımı - 2 - %2
Görev Yapmak - 2 - %14,3	Önleyici kanun - 1 - %4,3	Cezai yaptırım - 2 - %2
Yabancıya konut satış yasağı - 1 - %7,1	Örnek Almak - 1 - %4,3	Dayanışma/Birlik - 2 - %2
		Önleyici kanun - 2 - %2
<b>Ahmet Davutoğlu</b>	<b>Gültekin Uysal</b>	Açıklamaların okunması - 1 - %1
Korku içeren tweet sayısı: 11	Korku içeren tweet sayısı: 27	İtiraf - 1 - %1
Çözüm Sunulmamış - 7 - %63,6	Çözüm Sunulmamış - 20 - %74,1	Örnek almak - 1 - %1
Sandık/Seçim - 2 - %18,2	Görev Yapmak - 4 - %14,8	Yabancıya konut satış yasağı - 1 - %1
Açıklamaların okunması - 1 - %9,1	Barış dili/Doğru dil kullanımı - 1 - %3,7	YÖK’ü kapatmak - 1 - %1
Dayanışma/Birlik - 1 - %9,1	İtiraf - 1 - %3,7	
	Önleyici kanun - 1 - %3,7	

İfade edilen korkuya çözüm sunulup sunulmaması, korkunun kullanılma amacına dair değerlendirmede bulunmayı sağlamaktadır. Öyle ki çözüm sunulmadan ifade edilen korkularla diğer siyasileri karalayarak, çözüm sunulması ifade edilen korkularla ise siyasetçinin kendisini olumlayarak başarıya ulaşma amacı güttüğü söylenebilir. Siyasi liderlerin, tweetlerinde korku dili kullanma durumları Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 5’te ise ifade ettikleri korkulara çözüm sunma durumlarına yer verilmiştir.

Tablo 4'te belirtildiği üzere, tweetlerinde korku söylemlerini en fazla kullanan Karamollaoğlu'nun, korku içeren tweetlerinin %75'inde çözüm sunmadığı, %20'sinde seçimleri, %5'inde ise dayanışmayı çözüm olarak sunduğu görülmüştür. Korku dilini en az kullanan Erdoğan, söz konusu tweetlerinin %75'inde çözüm sunmazken, %25'inde karşı duruş sergilemeyi çözüm olarak ifade etmiştir. Babacan korku içeren 3 tweetinden birinde çözüm sunmazken, diğerlerinde seçimlerin ve YÖK'ü kapatmanın çözüm olacağını belirtmiştir. Davutoğlu, tweetlerinde yer verdiği korkuların %9,1'ine açıklamaların okunması, yine %9,1'ine dayanışma ve %18,2'sine seçimler olmak üzere toplam %36,4'üne çözüm sunmuştur. Uysal ifade ettiği korkuların %14,8'ine görev icra etmek, %3,7'ser oran ile diğerlerine ise itirafta bulunmak, önleyici kanun belirlemek ve barış dili kullanmak olmak üzere toplam %25,9'una çözüm sunmuştur. Kılıçdaroğlu korku diliyle yazdığı tweetlerinin %21,4'ünde direnmek, %21,4'ünde seçimler, %14,3'ünde cezai yaptırım, %14,3'ünde görev yapmak ve %7,1'inde yabancılara konut satışını yasaklamak olmak üzere toplam %78,6'sında çözüm sunmuştur. Akşener belirttiği korkuların %65,2'sine çözüm sunmuştur. Bu çözümler; seçimler (%30,4), görev yapmak (%17,4), direnmek (%8,7) önleyici kanunlar belirlemek (%4,3) ve doğru kişi veya kurumları örnek almak (%4,3)'tır.

Korku içeren tweetlerin geneline bakıldığında 102 tweetin %54,9'unda korkulara çözüm sunulmadığı görülmektedir. Korku içeren diğer tweetlerin %16,7'sinde seçimler, %9,8'inde görev yapmak, %5,9'unda direniş, %2'ser oranla dayanışma, önleyici kanun, barış dili kullanımı ve cezai yaptırım, %1'er oranla açıklamaların okunması, itirafta bulunmak, yabancıya konut satış yasağı, YÖK'ü kapatmak ve doğru kişileri örnek almak çözüm olarak sunulmuştur.

Tweetlerde kimin ya da neyin hedef alındığı da korkunun kaynağına, taşıyıcısına ve çözümüne dair fikir vermektedir. Ancak burada kullanılan "hedef" kelimesi ile sadece eleştiride bulunulan kişiler ve kurumlar kastedilmemektedir. Eleştirinin yanı sıra bilgilendirmek, duyuru ve propaganda yapmak gibi amaçlarla hedef alınan kişi, kurum, meslek grubu vb. de söz konusudur. Tablo 6'da siyasi lider ayrımıyla birlikte genel olarak tweetlerin hedefindeki kişiler, kurumlar vb. belirtilmiştir.

**Tablo 6** Tweetlerin Hedefindeki Kişi/Kurum/vb.

Ahmet Davutoğlu	Ali Babacan	Gültekin Uysal	Toplam
Toplam tweet sayısı: 41	Toplam tweet sayısı: 27	Toplam tweet sayısı: 56	Toplam tweet sayısı: 295
Vatandaşlar - 24 - %58,5	Vatandaşlar - 20 - %74,1	Vatandaşlar - 26 - %46,4	Vatandaşlar - 180 - %61
İktidar - 3 - %7,3	Akşener - 1 - %3,7	İktidar - 11 - %19,6	İktidar - 32 - %10,8
Akşener - 2 - %4,9	Bahçeli - 1 - %3,7	Erdoğan - 4 - %7,1	Erdoğan - 15 - %5,1
Adalet Bakanlığı - 1 - %2,4	Davutoğlu - 1 - %3,7	Memur-Sen - 3 - %5,4	Çiftçiler - 9 - %3,1
Babacan - 1 - %2,4	Erdoğan - 1 - %3,7	Bilinmiyor - 2 - %3,6	Millet ittifakı liderleri - 6 - %2
Cumhur ittifakı - 1 - %2,4	Medya - 1 - %3,7	Akşener - 1 - %1,8	Şahıslar - 6 - %2
Erdoğan - 1 - %2,4	Millet ittifakı liderleri - 1 - %3,7	Anayasa Mahkemesi - 1 - %1,8	Akşener - 5 - %1,7
Karamollaoğlu - 1 - %2,4	YÖK - 1 - %3,7	Davutoğlu - 1 - %1,8	Medya - 4 - %1,4
Kılıçdaroğlu - 1 - %2,4	<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	Karamollaoğlu - 1 - %1,8	Siyasiler/Kamu yöneticileri 4 - %1,4
Medya - 1 - %2,4	Toplam tweet sayısı: 28	Millet ittifakı liderleri - 1 - %1,8	Memur-Sen - 3 - %1
Millet ittifakı liderleri - 1 - %2,4	Vatandaşlar - 18 - %64,3	Muhalefet - 1 - %1,8	Bahçeli - 2 - %0,7
Siyasiler/Kamu Yöneticileri 1 - %2,4	İktidar - 2 - %7,1	Siyasiler/Kamu Yöneticileri 1 - %1,8	Bilinmiyor - 2 - %0,7
Şahıslar - 1 - %2,4	Suç işleyenler - 2 - %7,1	Şahıslar - 1 - %1,8	Cumhur İttifakı - 2 - %0,7
Uysal - 1 - %2,4	Bahçeli - 1 - %3,6	TSK - 1 - %1,8	Davutoğlu - 2 - %0,7
Vesayet Güçleri - 1 - %2,4	Cumhur ittifakı - 1 - %3,6	TUİK - 1 - %1,8	EYT'liler - 2 - %0,7
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	Erdoğan - 1 - %3,6	<b>Temel Karamollaoğlu</b>	Kamu çalışanları - 2 - %0,7
Toplam tweet sayısı: 73	Millet ittifakı liderleri - 1 - %3,6	Toplam tweet sayısı: 31	Karamollaoğlu - 2 - %0,7
Vatandaşlar - 57 - %78,1	SPK - 1 - %3,6	Vatandaşlar - 17 - %54,8	Suç işleyenler - 2 - %0,7
Çiftçiler - 9 - %12,3	TSK - 1 - %3,6	İktidar - 7 - %22,6	TSK - 2 - %0,7
Kamu çalışanları - 2 - %2,7	<b>Meral Akşener</b>	Erdoğan - 1 - %3,2	TUİK - 2 - %0,7
EYT'liler/Emekliler - 1 - %1,4	Toplam tweet sayısı: 37	Gazeteciler - 1 - %3,2	Adalet Bakanlığı - 1 - %0,3
İhracatçılar - 1 - %1,4	Vatandaşlar - 17 - %45,9	Meral Akşener - 1 - %3,2	Anayasa Mahkemesi - 1 - %0,3
Medya - 1 - %1,4	İktidar - 9 - %24,3	Millet ittifakı liderleri - 1 - %3,2	Babacan - 1 - %0,3
Siyasiler/Kamu Yöneticileri 1 - %1,4	Erdoğan - 7 - %18,9	Milli Gazete - 1 - %3,2	İhracatçılar - 1 - %0,3
Şahıslar - 1 - %1,4	EYT'liler/Emekliler - 1 - %2,7	Siyasiler/Kamu Yöneticileri 1 - %3,2	Kılıçdaroğlu - 1 - %0,3
<b>Devlet Bahçeli</b>	Millet ittifakı liderleri - 1 - %2,7	TUİK - 1 - %3,2	Milli Gazete - 1 - %0,3
Toplam tweet sayısı: 2	Öğretmenler - 1 - %2,7		Muhalefet - 1 - %0,3
Şahıslar - 2 - %100	Şahıslar - 1 - %2,7		Öğretmenler - 1 - %0,3
			SPK - 1 - %0,3
			Uysal - 1 - %0,3
			Vesayet Güçleri - 1 - %0,3

Tablo 6'ya göre Davutoğlu'nun paylaştığı 41 tweetin %58,5'i vatandaşlara, %7,3'ü iktidara, %4,9'u Akşener'e yönelik mesajlar içermektedir. Diğer tweetlerinin ise %2,4'er oranla 12 farklı hedefe yönelik mesajlar içerdiği görülmüştür. Erdoğan'ın tweetlerinin %78,1'i vatandaşlara, %12,3'ü çiftçilere, %2,7'si kamu çalışanlarına ve %1,4'er oranla kalan tweetleri diğer 5 hedefe yönelik mesajlar içermektedir. Bahçeli iki tweetini de siyasi kimlikleri ile ön plana çıkmayan "şahıslar"a yönelik oluşturmuştur. Babacan tweetlerinin %77,8'inde vatandaşlara, kalan tweetlerinde ise %3,7'şer oranla 6 farklı hedefe yönelik ifadeler kullanmıştır. Kılıçdaroğlu tweetlerinin %64,3'ünde vatandaşlara, %7,1'er oranla iktidara ve suç

işleyenlere, kalan tweetlerinde ise %3,6'şar oranla diğer 6 farklı hedefe yönelik mesajlar paylaşmıştır. Karamollaoğlu tweetlerinin %54,8'inde vatandaşlara, %22,6'sında iktidara ve %3,2'şer oranla diğer tweetlerinde 7 farklı hedefe yönelik mesajlar paylaşmıştır. Uysal tweetlerinin %46,4'ünde vatandaşlara, %19,6'sında iktidara, %7,1'inde Erdoğan'a, %5,4'ünde Memur-Sen'e yönelik ifadeler kullanmıştır. Diğer tweetlerinde %1,8'er oranla 10 farklı hedefe yönelik mesajlar paylaşmıştır. Diğer liderlerden farklı olarak tweetlerinin %3,6'sında kim olduklarını belirtmediği ve anlaşılamayan kişilere yönelik mesajlar paylaşmış, bu nedenle söz konusu tweetlerin hedefinde olanlar "bilinmiyor" olarak kodlanmıştır. Son olarak Akşener, tweetlerinin %45,9'unda vatandaşlara, %24,3'ünde iktidara, %18,9'unda Erdoğan'a yönelik ifadeler kullanmıştır. Kalan tweetlerini ise %2,7'şer oranla 4 farklı hedefe yönelik oluşturmuştur. Bu verilere göre Uysal, Karamollaoğlu ve Akşener, vatandaşlardan sonra daha çok iktidara ve Erdoğan'a yönelik paylaşımlarda bulunmuşlardır.

Siyasilerin paylaştığı tweetlerin geneline bakıldığında %61 oranla en çok vatandaşlara yönelik mesajların paylaşıldığı görülmüştür. Bu kategoriye dahil edilen tweetler, diğer kategorilere tam olarak dahil edilemeyen veya doğrudan vatandaşlara yönelik paylaşılan bilgilendirme, duyurma, uyarma amaçlı tweetlerdir. Bunun ardından sırasıyla iktidara (%10,8) ve Erdoğan'a (%5,1) yönelik eleştiri ve yerme amaçlı tweetlerin paylaşıldığı görülmüştür. Bu kategorileri %3,1 oranla çiftçilere, %2'şer oranla siyasi kimlikleri olmayan veya bu kimlikleriyle ön plana çıkmayan şahıslara ve Millet İttifakı'nın siyasi liderlerine yönelik paylaşılan tweetler takip etmektedir.

Tweetlerin hedeflerine, paylaşımı yapan liderle birlikte tweetlerin korku içerip içermeme durumlarına göre bakılması, söz konusu korkunun kim veya ne ile bağdaştırıldığını ortaya koymaktadır. Böylece korkunun kaynağına ve çözümüne dair değerlendirmede bulunmak mümkün olmaktadır. Bu nedenle tweetlerde yer alan korkularla tweetlerin hedefleri çapraz tablo haline getirilerek Tablo 7'de sunulmuştur. Tabloda, her bir lider için ayrılmış olan bölümlerin solunda yer alan sütun tweetlerin içerdiği korkuları, sağında yer alan sütun ise tweetlerin hedeflerini göstermektedir.

**Tablo 7** İçerdikleri Korkulara Göre Tweetlerin Hedefindeki Kişi/Kurum/vb.

Meral Akşener		Recep Tayyip Erdoğan		Ahmet Davutoğlu	
Toplam tweet sayısı: 37		Toplam tweet sayısı: 73		Toplam tweet sayısı: 41	
Korku içermiyor 14 - %100	Vatandaşlar - 12 - %85,7 Millet ittifakı liderleri - 1 - %7,1 Şahıslar - 1 - %7,1	Korku içermiyor 69 - %100	Vatandaşlar - 53 - %76,8 Çiftçiler - 9 - %13 Kamu çalışanları - 2 - %2,9 Emekliler - 1 - %1,4 İhracatçılar - 1 - %1,4 Medya - 1 - %1,4 Siyasiler - 1 - %1,4 Şahıslar - 1 - %1,4	Korku içermiyor 30 - %100	Vatandaşlar - 20 - %66,7 Akşener - 2 - %6,7 Adalet Bakanlığı - 1 - %3,3 Babacan - 1 - %3,3 Karamollaoglu - 1 - %3,3 Kılıçdaroglu - 1 - %3,3 Millet ittifakı liderleri - 1 - %3,3 Siyasiler - 1 - %3,3 Şahıslar - 1 - %3,3 Uysal - 1 - %3,3
Adaletsizlik	İktidar - 1 - %100	Savaş/Düşman	Vatandaşlar - 2 - %100	Can güvenliği 3 - %100	Cumhur ittifakı - 1 - %33,3 İktidar - 2 - %66,7
Savaş/Düşman	Vatandaşlar - 1 - %100	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat	Vatandaşlar - 1 - %100	Dini değerler	Erdoğan - 1 - %100
Emeklilik	Erdoğan - 2 - %100	Yanlış/Gerçek dışı strateji	Vatandaşlar - 1 - %100	Hak ve özgür...	Gazeteciler - 1 - %100
Enflasyon	Erdoğan - 1 - %100	<b>Gültekin Uysal</b>		Kötü Yönetim	İktidar - 1 - %100
Geçim sıkıntısı	İktidar - 1 - %100	Toplam tweet sayısı: 56		Temel gıda	Vatandaşlar - 1 - %100
Hak ve özgürlüklerin ihlali	Öğretmenler - 1 - %7,1	Korku içermiyor 29 - %100	Vatandaşlar - 21 - %72,4 İktidar - 2 - %6,9 Akşener - 1 - %3,4 Davutoğlu - 1 - %3,4 Karamollaoglu - 1 - %3,4 Millet İttifakı liderleri - 1 - %3,4 Siyasiler - 1 - %3,4 Şahıslar - 1 - %3,4	Ülkenin Yıkılması/Kaos	Vatandaşlar - 2 - %100
Kötü Yönetim 10 - %100	İktidar - 4 - %40 Vatandaşlar - 3 - %30 Erdoğan - 2 - %20 Emekliler - 1 - %10	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 2 - %100	Erdoğan - 1 - %50 İktidar - 1 - %50	Vesayet	Vesayet güçleri - 1 - %100
Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 2 - %100	Erdoğan - 1 - %50 İktidar - 1 - %50	Otoriterleşme	İktidar - 1 - %100	Yandaşlık	Vatandaşlar - 1 - %100
Otoriterleşme	İktidar - 1 - %100	Saygısızlık/Nefret dili	Vatandaşlar - 1 - %100	<b>Ali Babacan</b>	
Saygısızlık/Nefret dili	Vatandaşlar - 1 - %100	Şiddetin önlenememesi	İktidar - 1 - %100	Toplam tweet sayısı: 27	
Yandaşlık	Erdoğan - 1 - %100	Yandaşlık	Erdoğan - 1 - %100	Korku içermiyor 24 - %100	Vatandaşlar - 20 - %83,3 Akşener - 1 - %4,2 Davutoğlu - 1 - %4,2 Medya - 1 - %4,2 Millet ittifakı liderleri - 1 - %4,2
<b>Temel Karamollaoglu</b>		Toplam tweet sayısı: 31		Adaletsizlik	YÖK - 1 - %100
Korku içermiyor 11 - %100	Vatandaşlar - 6 - %54,5 Akşener - 1 - %9,1 Erdoğan - 1 - %9,1 Millet ittifakı liderleri - 1 - %9,1 Milli Gazete - 1 - %9,1 Siyasiler - 1 - %9,1	Adaletsizlik	Anayasa Mahkemesi - 1 - %100	Kötü Yönetim 5 - %100	Erdoğan - 1 - %100
Savaş/Düşman	Vatandaşlar - 1 - %100	Kötü Yönetim 5 - %100	Bilinmiyor - 1 - %20 Erdoğan - 1 - %20 İktidar - 1 - %20 TSK - 1 - %20 Vatandaşlar - 1 - %20	Saygısızlık/...	Bahçeli - 1 - %100
Ekonomi	Vatandaşlar - 3 - %100	Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 8 - %100	İktidar - 5 - %62,5 Bilinmiyor - 1 - %12,5 Erdoğan - 1 - %12,5 TUIK - 1 - %12,5	<b>Kemal Kılıçdaroglu</b>	
Enflasyon 2 - %100	İktidar - 1 - %50 Vatandaşlar - 1 - %50	Ülkenin Yıkılması/Kaos 3 - %100	Erdoğan - 1 - %33,3 İktidar - 1 - %33,3 Vatandaşlar - 1 - %33,3	Toplam tweet sayısı: 28	
Hak ve özgürlüklerin ihlali 2 - %100	Gazeteciler - 1 - %50 Vatandaşlar - 1 - %50	Yandaşlık	Memur-Sen - 3 - %100	Korku içermiyor 14 - %100	Vatandaşlar - 13 - %92,9 Millet ittifakı liderleri - 1 - %7,1
Kötü Yönetim 4 - %100	İktidar - 2 - %50 Vatandaşlar - 2 - %50	Yanlış/Gerçek dışı strateji 4 - %100	İktidar - 2 - %50 Muhalefet - 1 - %25 Vatandaşlar - 1 - %25	Adaletsizlik 2 - %100	Cumhur İttifakı - 1 - %50 Vatandaşlar - 1 - %50
Kutuplaşma	Vatandaşlar - 1 - %100	Yetki suistimali 3 - %100	Erdoğan - 1 - %33,3 Vatandaşlar - 2 - %66,7	Can güvenliği	Vatandaşlar - 1 - %100
Gerçek Dışı Bilgi/Vaat 3 - %100	İktidar - 2 - %66,7 TUIK - 1 - %33,3	<b>Devlet Bahçeli</b>		Enflasyon	Vatandaşlar - 1 - %100
Otoriterleşme	Vatandaşlar - 2 - %100	Toplam tweet sayısı: 2		Hak ve özgürlüklerin ihlali 5 - %100	İktidar - 2 - %40 SPK - 1 - %20 Suç işleyenler - 1 - %20 Vatandaşlar - 1 - %20
Yanlış/Gerçek dışı strateji	İktidar - 2 - %100	Korku içermiyor	Şahıslar - 2 - %100	Kötü yönetim	Erdoğan - 1 - %100
				Mafya 2 - %100	Bahçeli - 1 - %50 Suç işleyenler - 1 - %50
				Otoriterleşme	Vatandaşlar - 1 - %100
				Yetki suistimali	TSK - 1 - %100

Tablo 7’de korkuların kim veya ne ile bağdaştırıldığına bakıldığında, Akşener’in adaletsizlik, geçim derdi, otoriterleşme ve şiddetin önlenememesi korkularına yer verdiği tweetlerini iktidara; emeklilik, enflasyon ve yandaşlığa dair tweetlerini Erdoğan’a; gerçek dışı bilgi/vaat konulu tweetlerini ise hem iktidara hem de Erdoğan’a yönelik ifadelerle paylaştığı görülmektedir. Kötü yönetime ilişkin tweetlerinde iktidara (%40), Erdoğan’a (%20) vatandaşlara (%30) ve emeklilere (%10) yönelik ifadeler kullanmıştır. Saygısızlık/nefret dili ve savaş/düşman korkularına yer verdiği tweetlerinde de vatandaşlara yönelik ifadeler kullanmakla birlikte, hak ve özgürlüklerin ihlaline ilişkin tweetlerinde öğretmenlere yönelik mesajlar paylaşmıştır. Bu tweetler, öğretmenleri ve vatandaşları eleştirmek veya yermek için oluşturulan tweetler değildir. Aksine, öğretmenlere ilişkin tweette atanma hakkından, vatandaşlara ilişkin tweetlerde ise şehitlerden, gerçekleştirilmesi planlanan proje ve hizmetlerden bahsedildiği görülmüştür. Bir başka deyişle söz konusu tweetlerde öğretmenler ve vatandaşlar belirtilen konularda eleştirilmek için değil, bilgilendirilmek, propaganda yapmak, ikna ve hitap etmek amaçlarıyla hedef alınmıştır. Diğer liderlerin de benzer amaçlarla vatandaşlara ya da siyasi rakip olmayan diğer kişilere, meslek gruplarına vb. yönelik tweet paylaştıkları görülmüştür. Korku içermeyen tweetlerde de benzer amaçlar doğrultusunda vatandaşlarla birlikte diğer hedeflere yönelik tweetler paylaşmıştır.

Karamollaoğlu savaş/düşman, ekonomi, kutuplaşma ve otoriterleşme konularında vatandaşlara; yanlış/gerçek dışı siyasi strateji konusunda iktidara; kötü yönetim ve enflasyon konularında ise her ikisine yönelik tweetler paylaşmıştır. Ayrıca hak ve özgürlüklerin ihlali konusunda gazeteciler ve vatandaşlara; gerçek dışı bilgi/vaat konusunda ise iktidar ve TÜİK’e yönelik tweetler paylaşmıştır. Tweetlerinde genel olarak iktidara yönelik eleştiri ve yerme, vatandaşlara yönelik propaganda, paydaş denilebilecek siyasiler ve medyaya yönelik ise temenni/teşekkür, baş sağlığı ve duyuru içerikli tweetler paylaşmıştır. Bunlardan farklı olarak Erdoğan’dan, hasta bir çocuğun cezaevindeki annesinin serbest bırakılmasını talep etmiştir.

Sadece 4 tweetinde (%5,5) korkuya yer veren Erdoğan, bu 4 tweetin tamamını muhalefeti yermek ve savunma sanayisi konusunda bilgilendirmek için vatandaşlara yönelik oluşturmuştur. Korku içermeyen tweetlerinde ise temenni, teşekkür, icraat, duyuru, amaç, vaat cümlelerine yer vermiştir. Bahçeli, 2 tweetinde de şahıslara yönelik taziyeye mesajı paylaşırken; Uysal, tweetlerinde çok sayıda korku ile kişiyi/kurumu ilişkilendirmiştir. Öyle ki Uysal, adaletsizliği Anayasa Mahkemesi’ne; yandaşlığı Memur-Sen’e; yetki suistimalini Erdoğan’a ve vatandaşlara; yanlış/gerçek dışı siyasi stratejiyi iktidara, muhalefete ve vatandaşlara; ülkenin yıkılmasını Erdoğan’a, iktidara ve vatandaşlara yönelik ifadelerle



paylaşmıştır. Kötü yönetimi, Erdoğan, iktidar, vatandaşlar ve TSK ile ilişkilendirirken gerçek dışı bilgileri/vaatleri Erdoğan, iktidar ve TÜİK ile ilişkilendirmiştir. Kötü yönetimi ve gerçek dışı bilgileri/vaatleri, söz konusu hedefin kim/ne olduğu bilinmediği için “bilinmiyor” olarak kodlanan hedeflerle de ilişkilendirmiştir.

Davutoğlu yandaşlık, ülkenin yıkılması/kaos ve temel gıdaya dair korkuları propaganda yapmak maksadıyla vatandaşlara yönelik paylaşımlarında kullanırken, dini değerlerin korunamamasını Erdoğan’a, hak ve özgürlüklerin ihlalini gazetecilere, kötü yönetimi iktidara, vesayeti vesayet güçlerine, can güvenliğini ise Cumhur İttifakına ve iktidara yönelik ifadelerle paylaşmıştır. Korku söylemi içermeyen tweetlerinde ise teşekkür, taziye, amaç/vaat, duyuru vb. nitelikteki ifadelerle paylaşmıştır. Ayrıca Karamollaoğlu’nun yaptığı gibi aynı mahkûmun serbest bırakılması için Adalet Bakanlığı’na çağrıda bulunmuştur.

Babacan adaletsizliği YÖK, kötü yönetimi Erdoğan, saygısızlık/nefret dili ifadelerini ise Bahçeli ile ilişkilendirmiştir. Son olarak Kılıçdaroğlu, yermek, propaganda ve duyuru yapmak amacıyla can güvenliği, enflasyon ve otoriterleşme korkularını vatandaşlara yönelik ifadelerle, yetki suistimalini TSK’ye, kötü yönetimi Erdoğan’a, adaletsizliği Cumhur İttifakı’na ve vatandaşlara, mafyayı Bahçeli’ye ve suç işleyenlere, hak ve özgürlüklerin ihlalini ise iktidara, SPK’ye (Sermaye Piyasası Kurulu), suç işleyenlere ve vatandaşlara yönelik ifadelerle paylaşmıştır.

Elde edilen bulgular söz konusu korkuların kime ya da hangi kuruma karşı kullanıldığını göstermesi bakımından önemlidir. Ancak korkunun, kullanıcıya fayda sağlayıp sağlamadığına bakmak da çalışma kapsamında gereklidir. Bu nedenle tweetlerin etkileşim değerleri korku içerip içermeme durumlarına göre kıyaslanarak Tablo 8’de sunulmuştur.

**Tablo 8** Korku içeren ve içermeyen Tweetlerin Ortalama Etkileşim Değerleri

Korku içermeyen tweetler						Korku içeren tweetler						
x Görülme	x Beğeni	x Alıntı	x RT	x Yorum		x Yorum	x RT	x Alıntı	x Beğeni	x Görülme		
145255,90	854,90	31,73	259,70	437,43	30	Ahmet Davutoğlu	11	636,09	364,82	59,55	1981,55	301529,64
184825	1534,46	26,83	330,42	348,71	24	Ali Babacan	3	1002,33	836,33	70,67	5406	485600
1125100	14199	124	3575	1345,5	2	Devlet Bahçeli	0	0	0	0	0	0
91158,62	1428,10	8,66	142,24	172,34	29	Gültekin Uysal	27	147,63	173,63	11,81	1379,04	76525,93
1142194,21	10524,21	196,29	1445,71	3393,29	14	Kemal Kılıçdaroğlu	14	5334,07	5318	746,50	40169,79	3487237,57
1049946,79	9735,36	191,36	1314	2542,43	14	Meral Akşener	23	1429	1477,35	87,91	6934,13	914115
900878,16	17572,84	90,03	5718,07	3277,72	69	Recep Tayyip Erdoğan	4	4380,25	8175,5	147	24671,00	1178150
161560,73	2879,18	23,27	770,55	246,82	11	Temel Karamollaoğlu	20	438	339,80	23,70	2603,30	160628,60
600114,93	7341,01	86,52	1694,46	1470,53	193	Toplam	102	1909,62	2383,63	163,88	11877,83	943398,10

Kılıçdaroğlu tarafından paylaşılanlar hariç olmak üzere her lider için incelenen tweetler, korku içermeye durumlarına göre iki eşit parçaya bölünmedikleri için Tablo 8'e dair kesin ifadelerde bulunmak mümkün değildir. Buna rağmen tablo, daha büyük kitlelere ulaşmada korkunun rolünün olup olmadığına dair cevaplar içermektedir. Öyle ki Davutoğlu, Babacan ve Erdoğan tarafından paylaşılan ve korku içeren tweetlerin sayısı, korku içermeyenlere kıyasla daha az olmasına rağmen etkileşim değerleri daha yüksektir. Bu durum paylaştığı korku içeren ve içermeyen tweet sayıları eşit olan Kılıçdaroğlu için de geçerlidir. Verilere göre Kılıçdaroğlu, korku içeren tweetleri sayesinde korku içermeyenlere kıyasla daha fazla etkileşim kurmuştur. Ancak bu durum Uysal, Akşener ve çoğunlukla korku içeren paylaşımlar yapan Karamollaoğlu'nun tweetlerinde geçerliliğini kaybetmektedir. Çünkü daha fazla olmalarına rağmen Akşener'in paylaştığı korku içeren tweetlerde RT değeri, Karamollaoğlu'nun tweetlerinde ise yorum ve alıntı değerleri hariç diğer etkileşim değerleri korku içermeyen tweetlerde daha yüksektir. Uysal'ın tweetlerinde de RT ve alıntı değerleri hariç diğer değerler, korku içermeyen tweetlerde daha yüksektir. Verilerin toplamlarına bakıldığında korku içeren tweetlerin daha yüksek etkileşim oranlarına sahip oldukları görülmektedir. Ancak Uysal, Akşener ve Karamollaoğlu'na ilişkin verilerde bu netlik bozulduğu için kesin bir ifadeyle korku dili kullanımının hedef kitle ile kurulan etkileşimi artırdığı söylenemez.

## SONUÇ

Siyasi aktörler, korku kullanarak insanları bir sorunun olduğuna ikna edebilmekte, onları çözüm aramaya teşvik edebilmekte ve çözüm olarak kendilerini sunarak iktidar alanlarının devamlılığını sağlayabilmekte veya yeni iktidar alanları kazanabilmektedirler. Bir reklam çekiciliği olarak kullanılmasında olduğu gibi siyasi bir çekicilik olarak kullanılmasında da uzun ömürlü bir iktidar için

korkunun dozu çok önemlidir. Çünkü gereğinden az korku dikkate alınmamak, gereğinden fazla korku ise göz ardı edilmekle sonuçlanabilmektedir. Korkunun dozuyla birlikte devamlılığı da önemlidir. Öyle ki yapılan analizlerde tweetlerinin tam olarak yarısında ve süreklilik halinde korku kullanan Kılıçdaroğlu'nun söz konusu tweetleriyle daha büyük bir kitleye eriştiği görülmüştür. Bir başka deyişle tweetlerinin yarısında korku kullanan Kılıçdaroğlu, daha fazla tweet paylaşan ve daha fazla takipçisi olan ancak en düşük oranda korku kullanan Erdoğan'a kıyasla daha fazla insanla etkileşim kurmuştur. Daha az korku kullanan Erdoğan, Babacan ve Davutoğlu tarafından paylaşılan ve korku içeren tweetler, korku içermeyenlere kıyasla daha yüksek etkileşim oranlarına sahiptir. Ancak daha fazla korku kullanan Karamollaoğlu ve Akşener tarafından paylaşılan ve korku içeren tweetler için aynı şeyin söylenmesi mümkün değildir. Bu durum korku dozunun önemini ortaya koymaktadır. Ancak korku içermeye durumlarına göre ortalama etkileşim değerleri tablosundan elde edilen toplam değerler doğrultusunda, dozuna bakılmaksızın korkunun etkileşim oranlarını artırdığı da söylenebilir. Kurulan etkileşim korku dili kullanımıyla birlikte elbette söz konusu liderin tanınırlığı, hitap ettiği kitlenin büyüklüğü, sosyal medya hesabını ne oranda aktif kullandığı gibi etkenlere de bağlıdır. Öyle ki birbirlerine yakın oranlarda korku söylemi kullanmış olmalarına rağmen Kılıçdaroğlu, Uysal'ın etkileşim kurduğundan daha büyük bir kitleye erişmiştir.

Korkuyu en az kullanan Erdoğan haricindeki diğer liderler çoğunlukla özgün tweetler paylaşarak kendi özgün ifadelerinin yayılımını sağlamışlardır. İncelenen tweetlerin yarısından fazlasında korku ifadesi bulunmamaktadır. En çok ifade edilen korkular ise sırasıyla kötü yönetim, gerçek dışı bilgi/vaat, hak ve özgürlüklerin ihlali ve yanlış/gerçek dışı siyasi stratejidir. Korku ifadelerini en az kullanan Erdoğan, en fazla kullanan Karamollaoğlu ve paylaşımlarının neredeyse yarısında kullanan Uysal, ifade ettikleri korkuların dörtte üçüne çözüm sunmamışlardır. Bunu göz önünde bulundurarak söz konusu liderlerin kendilerini çoğunlukla çözüm üreterek değil, korkuya sebep olan sorunlar ve sorunlarla ilişkili kişilerin veya kurumların başarısızlıkları üzerinden ortaya koydukları söylenebilir. Davutoğlu da ifade ettiği korkuların yarısından fazlasına çözüm üretmezken, Akşener ve Babacan yarısından fazlasına çözüm sunmuş, Kılıçdaroğlu ise korkulara en fazla çözüm sunan kişi olmuştur. Genel toplama bakıldığında ifade edilen korkuların yarısından fazlasına çözüm sunulmadığı görülmektedir. En sık sunulan çözümler ise sırasıyla sandık/seçim, görev yapmak ve karşı duruş/direnıştır. Sadece iki taziye mesajı paylaşan Bahçeli hariç diğer tüm siyasetçiler çoğunlukla vatandaşlara yönelik bilgilendirme, duyuru ve propaganda yapmak

amacıyla paylaşımlar yapmışlardır. Vatandaşlardan sonra en çokdan aza doğru sırasıyla iktidara, Erdoğan'a ve çiftçilere yönelik paylaşımlar yapılmıştır. İktidara ve Erdoğan'a yönelik tweetlerin aksine çiftçilere yönelik paylaşılan tweetler tamamen bilgilendirme amaçlıdır. Bu verilere göre iktidar ve yaptıkları üzerinden daha yoğun şekilde ve doğrudan hedefe yönelik korkular üretilirken; muhalefet hakkındaki korkular, vatandaşların uyarılması ve propaganda yapılması şeklinde çok daha az oranda üretilmektedir.

Tweetlerin hedefinde yer alan kişilerin/kurumların hangi korkularla ilişkilendirildiklerini görmek için yapılan analizlere göre, vatandaşlardan sonra en fazla hedeflenen iktidar; kötü yönetim, gerçek dışı bilgi/vaat, yanlış/gerçek dışı siyasi strateji başta olmak üzere toplam 11 korkuyla ilişkilendirilmiştir. Kendisine yönelik en fazla tweet paylaşılan ikinci kişi olan Erdoğan ise yine kötü yönetim başta olmak üzere toplam 8 korkuyla ilişkilendirilmiştir. Bahçeli ve Cumhuriyet İttifakı'na ilişkin korku içeren tweetler de bulunurken muhalefete dair tek ilişkilendirmenin yanlış/gerçek dışı siyasi strateji başlığıyla yapıldığı görülmüştür.

Genel olarak bakıldığında, Cumhuriyet İttifakı'nda yer alan liderler doğrudan korku içeren tweetlerin hedefinde yer almakta, Millet İttifakı'nda yer alan bazı liderler ise vatandaşlara yönelik paylaşılan tweetlerde eleştirilmektedir. Dozu fark etmeksizin paylaşılan tweetlerde korku söylemlerine yer verilmesi daha fazla kişiyle etkileşim kurulmasını sağlamaktadır. Ancak diğer liderlerin aksine paylaşımlarında korku söylemlerine en az yer veren Erdoğan'ın 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimini kazanmış olması, etkileşim oranlarını artırabilmesine rağmen korkunun siyasi başarıda tek başına belirleyici bir role sahip olmadığını göstermektedir. Bu nedenle konuya ilişkin yapılacak yeni çalışmalarda, korkunun hangi unsurlarla birlikte siyasi başarı üzerinde etkili olduğunun araştırılması önerilmektedir.

## EXTENDED ABSTRACT

Fear is one of the most influential emotions in the progress and shaping of society. People have come together and established social and political structures out of fear of suffering. As a result, the governing-governed relations emerged. The fear which played a role in the formation of society naturalized power by becoming ordinary in the power of fear. In this process, fear has become the subject of politics in the established communication. In other words, fear, which is effective in the emergence of power, has turned into a tool used by power to sustain its existence.

Fear can be caused by internal/external conditions or situations that signal physical or psychological danger/threat. The factors that cause fear are called the source of fear. The source of fear can be a person, object or thought. However, the root cause of fear is the ideas about the source of fear. How people react to fear depends on the context, how the source of fear is evaluated and who is involved in the situation. When people think that the situation is under control, they prefer to solve the problem, and vice versa, they prefer to relax emotionally. For this, they will either choose to eliminate the source of fear or accept the situation and avoid it. Politicians use these emotions and reactions to legitimize themselves and their actions. In the short term, fear can bring people together and make them behave in the desired way. However, in the medium and long term, it may result in different groups looking at each other with grudge and hatred. At this point, the importance of using a reasonable level of fear for a long-lasting power becomes apparent. With the right plan and implementation, fear becomes an effective tool of authority.

The aim of fear politics is to create an atmosphere that enable people to see themselves as possible victims of an impending disaster by using the language of fear. The spread of fear is achieved through face-to-face and in-group interactions. However, much more is needed to manage and direct society. At this point, globalization and new communication technologies come to the fore. Media, especially new media, allows fear to be used for political purposes on a national and global scale. In these media environments, not only politicians but also users play a role in the production, dissemination and consumption of fear. In other words, they are both the subject and object of fear.

In this context, tweets shared by the leaders of the parties forming the Cumhuriyet and Millet Alliance within a 2-week period were subjected to content analysis to evaluate the use of fear in Turkish politics. Twitter, which plays an active role in various social and political events as well as in the production, dissemination and consumption of fear, was selected as the data source. The fears/themes contained in the tweets were determined by the same researcher at two different times from the perspective of voters, the differences in the encodings were reviewed and the results were presented under the relevant headings.

Within the scope of the study, first, the coding chart and Twitter profiles of the relevant political leaders were presented. As a result of the analyses, it was once again seen that the dose of fear is

important. In fact, Kılıçdaroğlu, who used fear in half of his tweets, interacted with more people than Erdoğan, who shared more tweets and had more followers but used fear at the lowest rate. However, the interaction established also depends on factors such as the recognition of the leader in question, the size of the audiences he addresses and how actively he uses his social media account. As a matter of fact, although Uysal used fear at rates close to Kılıçdaroğlu, he did not achieve the same results as Kılıçdaroğlu in terms of interaction rate.

More than half (%65,4) of the analyzed tweets do not contain any expression of fear. The most frequently expressed fears are "bad governance", "unrealistic information/promises", "violation of rights and freedoms" and "wrong/unrealistic political strategy", respectively. Only Akşener, Babacan, and Kılıçdaroğlu provided solutions to more than half of their tweets, while Kılıçdaroğlu was the person who offered the most solutions to fears. It can be said that the leaders mostly show themselves not through solutions but through the problems that cause fear and the failures of the people behind the problems. When the overall total is analyzed, it is seen that 54.9% of the expressed fears were not offered a solution. The solutions offered were from much to less "ballot box/election", "doing duty" and "resistance". Except for Bahçeli, all politicians mostly targeted citizens and made posts to inform, announce and make propaganda.

According to the analyses, after citizens, the most targeted "government" was associated with a total of 11 fears, primarily "bad governance". "Erdoğan", the second most targeted person, was associated with a total of 8 fears, primarily "bad governance". The opposition, about which less fear was generated compared to the government, was only associated with "false/unrealistic political strategy" in terms of fear. As a result of all the analyses, it can be said that the government is more clearly and intensely targeted as a source of fear, while the opposition is targeted to a lesser extent; fear is effective if it is used reasonably and regularly. However, unlike the others, Erdoğan, who included the least amount of fear discourse in his posts, won the 2023 Turkish Presidential Election, indicating that fear alone does not have a decisive role in political success despite increasing the number of interactions. For this reason, it is suggested that future studies on the subject should research which factors together with fear are effective on political success.

The study is important in terms of contributing to the literature on the subject, on which there are very few studies, and providing explanations on the function of fear in political communication and success.

## KAYNAKÇA

- Akar, H. (2020). Siyasal bilgilenme, siyasal katılma ve kitle iletişim araçları. M. Akgül & M. Başarır (Ed.), *Siyasal iletişim yazıları* (ss. 131-148). Palet Yayınları.
- Akdağ, M. (2020). Siyaset ve iletişim bağlamında siyasal iletişimin kavramsal çerçevesi. M. Akgül & M. Başarır (Ed.), *Siyasal iletişim yazıları* (ss. 9-28). Palet Yayınları.
- Althusser, L. (2000). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. İletişim Yayınları.
- Aristoteles. (2004). *Retorik*. Yapı Kredi Yayınları.
- Arnhart, L. (2013). *Platon'dan Rawls'a siyasi düşünce tarihi*. Adres Yayınları.
- Avşar, Z., & Balcı, A. U. (2021). Siyasal İletişim ve kavramlar. E. Karakoç & O. Taydaş (Ed.), *Siyasal İletişim Teorik Tartışmalar Kavramlar, Kuramlar ve Stratejiler* (ss. 5-25). Nobel.
- Aziz, A. (2017). *Siyasal iletişim*. Nobel.
- Baritci, Z. F. (2020). Gözetim bağlamında siyasal iktidarların denetim aracı olarak teknolojiyi kullanımı. M. Akgül & M. Başarır (Ed.), *Siyasal iletişim yazıları* (ss. 73-92). Palet Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). *Tüketim toplumu*. Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2006). *Liquid tear* (1. Baskı). Polity.
- Beck, U. (1992). *Risk Society towards a new modernity*. (1. Baskı). Sage Publications.
- Bitirim, S. (2011). Postmodernizm perspektifinden halkla ilişkilerde etkinlikler ve imajlar: Halkla ilişkiler etiğinin değerlendirilmesi. S. Y. Becerikli (Ed.), *Halkla ilişkiler ve reklamın anatomisi eleştirel bir kavrayış* (ss. 119-148). Ütopya.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun yükselişi / enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür Cilt 1*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castles, S., & Miller, M. J. (1998). *The age of migration international population movements in the modern world*. Macmillan Press.
- Çetin, H. (2012). *Korku Siyaseti ve siyaset korkusu*. İletişim Yayınları.
- Çetinkaya, E. (2021). Covid-19 pandemisinin reklamlara yansımaları. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(3), 1099-1125. <https://doi.org/10.18094/JOSC.940127>
- Değer, K. (2019). Siyasal aktörlerin korku iletilerini bir ikna aracı olarak kullanımı: 2002, 2007 ve 2011 genel seçimleri üzerinden bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 9(18), 71-107.
- Folkman, S. (1984). Personal control and stress and coping processes: A theoretical analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 839-852. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.46.4.839>

- Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle-aged community sample. *Journal of Health and Social Behavior*, 21(3), 219-239. <https://doi.org/10.2307/2136617>
- Gençgöz, T. (1998). Korku: Sebepleri, sonuçları ve başatme yolları. *Kriz Dergisi*, 6(2), 9-16. [https://doi.org/10.1501/Kriz\\_0000000068](https://doi.org/10.1501/Kriz_0000000068)
- Göze, A. (2021). *Siyasal düşünceler ve yönetimler*. Beta.
- Güçdemir, Y., & Göksu, O. (2015). Sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: Barack Obama'nın 2012 başkanlık seçim kampanyası ile Recep Tayyip Erdoğan'ın 2014 cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasının incelenmesi. F. Aydoğan (Ed.), *İletişim çalışmaları* (s. 45-61). Der'in Yayınları.
- Halpin, H., & Henshaw-Plath, E. (2022). *From indymedia to tahrir square the revolutionary origins of status updates on twitter*. WWW '22: Proceedings of the ACM Web Conference 2022, 3465-3470. <https://doi.org/10.1145/3485447.3512282>
- Hayden, M. V. (2016). *Playing to the edge: American intelligence in the age of terror* (Reprint ed.). Penguin Press.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global transformations: Politics, economics and culture*. Stanford University Press.
- Izard, C. E. (1978). *Human emotions*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2209-0>
- Kırık, A. M. (2012). Arap Baharı Bağlamı'nda sosyal medya-birey etkileşimi ve toplumsal dönüşüm. 21. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(3), 87-98.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis an introduction to its methodology*. Sage Publication.
- Lyon, D. (1994). *The electronic eye the rise of surveillance society*. University of Minnesota Press.
- Machiavelli, N. (1955). *Hükümdar*. Yıldız Matbaası.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality*. Longman.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. iCrossing. [http://crmchange.com/uploadedFiles/White\\_Papers/PDF/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://crmchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)
- Mishra, P. (2017). *Age of anger: A history of the present* (1. Baskı). Farrar, Straus and Giroux.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları kavramlar, okullar, modeller*. İletişim Yayınları.
- Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse & Society*, 22(6), 781-807. <https://doi.org/10.1177/0957926511419927>
- Sağiroğlu, A. Z. (2021). Korku çağı: Terör, salgın ve mülteciler. *İnsan ve Toplum*, 11(4), 201-228. <https://doi.org/10.12658/m0642>
- Scanfeld, D., Scanfeld, V., & Larson, E. L. (2010). Dissemination of health information through social networks: Twitter and antibiotics. *American Journal of Infection Control*, 38(3), 182-188. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2009.11.004>



- Tokgöz, O. (2020). *Siyasal iletişimi anlamak*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Turan, E. (2013). *Siyaset bilimine giriş*. Palet Yayınları.
- Twitter. (2020). *Twitter 2020 global impact report*. 11 Aralık 2022 tarihinde <https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/company/global-impact-2020.pdf> adresinden alındı
- Twitter. (2022a). *2020 ABD seçimleri ve Twitter*. Twitter, 11 Aralık 2022 tarihinde <https://help.twitter.com/tr/using-twitter/us-elections> adresinden alındı
- Twitter. (2022b). *Twitter*. 11 Aralık 2022 tarihinde <https://twitter.com/home> adresinden alındı
- Twitter. (2022c). *Hakkında*. Twitter, 11 Aralık 2022 tarihinde <https://about.twitter.com/tr/who-we-are/twitter-for-good> adresinden alındı
- Twitter. (2022d). *Twitter yardım merkezi*. Twitter, 11 Aralık 2022 tarihinde <https://help.twitter.com/tr> adresinden alındı
- Wild, B., Erb, M., & Bartels, M. (2001). Are emotions contagious? Evoked emotions while viewing emotionally expressive faces: quality, quantity, time course and gender differences. *Psychiatry Research*, 102(2), 109-124. [https://doi.org/10.1016/s0165-1781\(01\)00225-6](https://doi.org/10.1016/s0165-1781(01)00225-6)
- Yıldırım, A. (2014). Bir halkla ilişkiler aracı olarak Twitter: T.C. Sağlık Bakanlığı örnek incelemesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 234-253. <https://doi.org/10.19145/guifd.88026>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin.