

SOSYAL MEDYADA POPÜLİST SÖYLEM VE POLİTİK PSİKOLOJİ:

2019 TÜRKİYE YEREL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ¹

Atakan BATUR²

Ekmel GEÇER³

ÖZ

Araştırma Makalesi

Research Article

² Doktora Öğrencisi Sakarya
Üniversitesi İletişim Bilimleri,
Sakarya, Türkiye

E-Posta
atakanbatur.tr@gmail.com
ORCID
0002-8524-8712

³ Doç. Dr.
Marmara Üniversitesi Fen
Edebiyat Fakültesi, İstanbul,
Türkiye

E-Posta
gecerekmel@gmail.com
ORCID
0003-3367-2236

Başvuru Tarihi / Received
30.01.2023

Kabul Tarihi / Accepted
04.09.2023

21.yüzyılda yükselişe geçen popülizm kelime manası olarak halkçılık anlamına gelse de, toplumu iki zıt kutba ayırarak biz-onlar sınıflandırması temelinde karşımıza çıkan bir olgudur. Popülizmde biz, iyi olanla; onlar, kötü olanla özdeş hale getirilmektedir. Toplumun bu şekilde kutuplara bölünmesi ve bir grubun ötekileştirilmesi birçok demokratik ülkede olduğu gibi Türkiye için de potansiyel bir durum teşkil etmektedir. Bu bağlamda, elinizdeki çalışma popülizmin söylem biçimlerinin gözlemlenebildiği bir ülke olan Türkiye’de, yerel seçimler bağlamında popülist unsurların tespit edilmesi amaçlanmıştır; bu çerçevede adayların sosyal medya gönderileri üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışma yapılırken nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve söylem analizi tekniğinden faydalanılmış; Şen & Altın (2020) ve Engesser ve arkadaşlarının (2017) kullandığı yöntemden faydalanılmıştır. Sosyal medyadan metinsel olarak elde edilen bulgular, popülist unsurların Türkiye siyasetinde aktif bir şekilde var olduğunu göstermektedir. Sadece bu bulgulardan yola çıkarak siyasilerin popülist olarak tanımlanması güç olsa da söylemlerinde tespit edilen popülist unsurların varlığı popülizme olan meyili ortaya çıkartmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Popülizm, Sosyal Medya, Politik Psikoloji, Siyasal İletişim, Popülist Söylem, Dijitalleşme.

**POPULIST DISCOURSE AND POLITICAL PSYCHOLOGY ON
SOCIAL MEDIA: THE CASE OF 2019 TURKISH LOCAL**

ELECTIONS

ABSTRACT

Although populism, which has risen in the 21st century, literally means populism, it is a phenomenon that emerges on the basis of we - they classification by dividing the society into two opposite poles. In populism, we are with the good; they are identified with the bad. This polarization of the society and the marginalization of a group constitutes a potential situation for Turkey, as in many democratic countries. In this context, the present study aimed to identify populist elements in the context of local elections in Turkey, a country where the discourse forms of populism can be

¹ Bu makale 2021 yılında İbn Haldun Üniversitesi’nde yazılan yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

observed; In this context, an evaluation was made on the social media posts of the candidates. While studying the thesis, qualitative research method was preferred and discourse analysis technique was used; The method used by Sen & Altın (2020) and Engesser et al. (2017) was used. Textual findings from social media show that populist elements are actively present in Turkish politics. Although it is difficult to define politicians as populists based on these findings alone, the presence of populist elements identified in their discourse reveals the tendency towards populism.

Keywords: Populism, Populist Discourse, Political Psychology, Social Media

GİRİŞ

Demokratik toplumlarda popülist eğilimlerin görülmesi bu durumun bir göstergesi olabilir (Çetin, 2020: 164). Popülizmin yükselmesi ve bunula birlikte artan nüfus ve göç hareketleri, iklim değişikliği, yükselen işsizlik ve dolayısıyla düşmekte olan refah seviyesi geleceğe yönelik düşünceleri ve beklentileri etkilemektedir (Beriş, 2019: 44). Bu durum ekonomik ve kültürel nedenlerle popülizmin yükselmesiyle doğrudan ilgilidir (Köroğlu, 2020: 74). Dolayısıyla siyasi ve ekonomik krizlerin popülizmin ortaya çıkmasına neden olduğu söylenebilir (Bulut & Hacıoğlu, 2018: 192).

1930-1960 dönemlerinde Latin Amerika ülkelerinde ekonomik problemlerin meydana geldiği ortamda güçlenen popülizm ile 1960-1990 dönemlerinde Avrupa ülkelerinde Müslüman, göçmen ve mülteci karşıtlığı olarak yükselen popülizm hem toplumsal yaşamda hem de kurumsal olarak partileşmeyle etkisini arttırmıştır (Kılıç, 2020: 267). Bu etki popülizm tarihi açısından ele alındığında popülizmin en güçlü dönemini yaşadığı gerçeğini karşımıza çıkarmaktadır. Bu çerçevede popülizmin günümüzde siyasi gündemi şekillendiren en önemli olgulardan biri olduğu söylenebilir (Orhan, 2020: 796). Popülizm genel olarak aşırı sağ siyasetin otoriter yaklaşımlarında zemin bulmaktadır. Ancak bu durum onun yalnızca sağ siyasette zemin bulduğu anlamına gelmemektedir. Zaman zaman sol siyasi hareketlerde de kendine zemin bulan popülizm farklı siyasi hareketlerde, farklı şekillerde ve farklı toplumlarda karşımıza çıkabilmektedir (Sırma & Parlak, 2020).

Günümüzde popülizmin etkin bir aktör olarak demokratik alanlarda ortaya çıkması ve gündeme etki etmesinin en önemli paydaşlarının başında medya ve özellikle yeni iletişim teknolojilerinin sağlamış olduğu imkânlar gelmektedir (Erdoğan

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

& Erçetin, 2019). Özellikle yeni medya araçlarının insanların hayatında önemli bir alana hitap etmesiyle birlikte siyasi kişi ve kurumların siyasal iletişim sürecinde tercih etmiş oldukları ilk seçenek haline gelmiştir. Yeni medya teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının merkezi rol aldığı bu süreçlerde popülizmin yükselişi dikkat çekmektedir (Şen & Altın, 2020).

2016 yılında ABD’de gerçekleştirilen seçimlerde sosyal medya üzerinden yürütmüş olduğu politikayla gündeme gelen Donald Trump, rakibi Hillary Clinton’u geçerek başkanlığı kazanmıştı. Bu seçim döneminde belki de en çok dikkat çeken şey sosyal medyanın etkin kullanıldığında ne tür büyük sonuçlara katkı sunabileceğiydi. Çünkü bu seçim sürecinde D. Trump rakibi üzerinden gerçek olmayan kurgularla sosyal medyada çeşitli manipülasyonlar gerçekleştirmiş ve rakibinin itibarsızlaşmasını sağlamıştı (Şimşek, 2018: 3). Bu bağlamda değerlendirecek olursak yeni medya teknolojileri popülist siyasilerin amaçları doğrultusunda kolayca kullanabilecekleri bir ortam ya da araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Moffitt, 2020: 18).

Aktarılan ilişkiler bağlamında bu çalışmada, temel olarak popülizme bir zemin teşkil eden ya da popülistler için bir araç görevi gören yeni medyanın popülizmle olan ilişkisi tartışılmaktadır. Popülizm ve sosyal medya etrafında şekillenen bu çalışmada, her iki kavramın da diğer alanlarla ilişkisi ele alınmakta; demokrasiden politik psikolojiye, siyasal iletişimden iletişim psikolojisine ve dijitalleşmeden ve liderliğe kadar birçok alanla ilgili ilişkiler kavramsal olarak ortaya konmakta ve tartışılmaktadır. Bunun neticesinde ise dünyada yükselişe geçen popülizmin Türkiye siyasetinde ve özelde de yerel siyasetteki boyutlarını ortaya koymak için sosyal medya uygulaması olan Twitter’den elde edilen veriler üzerinden analiz yapılmaktadır. Yapılan bu analiz verilerin metinsel olması nedeniyle nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi tekniği ile çözümlenmekte ve verilen teorik çerçeve etrafında tartışılmaktadır. Socialbearing.com aracılığıyla elde edilen bu veriler analiz edildiğinde siyasi parti adaylarının seçim kampanyası boyunca üretmiş oldukları söylemlerde birtakım popülist unsurlarla karşılaşılmaktadır. Bu unsurlar popülizmin ifade edilen dört farklı özelliği (“Biz” ve “Onlar” Sınıflandırması, Halk Egemenliği ve Elit Karşıtlığı, Geleneksel ve Muhafazakâr Değerlere Vurgu, Ötekini Dışlama)

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

çerçevesinden değerlendirilmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde popülizmin bazı özelliklerinin yoğun olarak karşımıza çıktığı, bazı özelliklerinin ise örneğinin olmadığı görülmektedir.

1. Bir Söylem Tarzı Olarak Popülizm

Kavram tanımlanırken, siyasi düzlemde bazen değişimin yanında bazen de değişimin karşısında bir güç olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda, bazı durumlarda sol yenilikçi siyasetin bir ürünüyken bazı durumlarda ise gelenekçi sağ siyasetin sığındığı bir liman olarak değerlendirilmiştir (Taggart, 2000; 11). 19. yüzyılın sonlarında modern siyasetin, demokrasinin ve temel olarak halkın merkeze alındığı dönemde ortaya çıkan popülizm, kavram olarak İngilizce’de halk anlamına gelen *people* sözcüğü ile Latince’de halk anlamına gelen *populus* sözcüğünden türetilmiştir (Orhan, 2020; 799). Kavram ilk kullanıldığı günden bugüne, ortaya çıktığı dönemlerin şartlarına uygun olarak çeşitlilik göstermiş ve farklı konuları merkezine alarak günümüze kadar ulaşmış ve popülerliğini artırmıştır.

Popülizm toplumdan topluma farklı özellikler gösteren bir olgudur (Mudde & Kaltwasser, 2019). Bunun sebebi popülizmin, “ülkenin karşılaştığı problemlerden sorumlu tutulan ve günah keçisi haline getirilen belirli gruplara ya da politikalara karşı” kendini gösteriyor olmasıdır (Kılıç, 2020: 267). Dolayısıyla popülizm herhangi bir akıma ya da sağ veya sol siyasete özel bir durum değildir. Örneğin Avrupa’da genellikle göçmen karşıtlığı ve yabancı düşmanlığı bağlamında ortaya çıkarken, Latin Amerika’da ise kötü ekonomi yönetimi ve himayecilik bağlamında ortaya çıkmaktadır (Karagül & Güder, 2020). Bu çerçevede popülizm “ideoloji, strateji, söylem ve siyasi mantık olmak üzere” dört farklı şekilde tanımlanmaktadır (Moffitt, 2020; 38).

Popülizmin tanımlayıcı özellikleri üzerinde bir uzlaşının olmamasına rağmen, popülizmin bu dört temel yaklaşımlarındaki ortak unsur, halkı esas alma ve elitlerin ve kurumların eleştirisidir. Popülist hareketlerde ilk aşama halkın iradesinin yok sayıldığına iddia edilmesi ve yeni olana ya da bir devrime ihtiyaç olduğunun iknası üzerinde durulur. Bu aşamada Laclau (2005)’nin kırılma olarak adlandırdığı durum ortaya çıkmaktadır. Eski sistemin kötülendiği ve esas görevi olan halka hizmeti yerine getirmediği iddia edilir. Bu iddialar ve eleştiriler özelde birkaç kurum ya da konudan

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

ziyade bütün kurumlara ve sisteme yönelik yapılmaktadır. Tüm bu eleştiriler ve iddialar nihayetinde asıl amaç kurum ya da sistemin değiştirilmesinin gerekliliğini ve halka hizmetin zorunluluğunu vurgulamaktır (Hawkins, 2009; 1044). Bu nedenle, popülizm daima kurumsallığın eleştirisini yapar ve merkezine aldığı halkı ya da sıradan insanları kurumlar ya da sistem karşıtı olmaya davet eder (Mudde & Kaltwasser, 2019).

Popülizmi tanımlamaya yönelik ortaya konan bu dört temel kavram (söylem, ideoloji, strateji, siyasi mantık) içerisinden siyasal bir ifade tarzı olarak değerlendirilen söylem yaklaşımı bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Özellikle Avrupa ve Latin Amerika'da popülizm çalışmalarında son dönemlerde ön plana çıkan popülizm yaklaşımı halkı, elit ya da oligarşiye karşı konumlandıran söylem yaklaşımıdır (Moffitt, 2020; 43). Siyasetçilerin sosyal medyada paylaştıkları metinsel içerikler üzerinden yürütülecek bu çalışmada verilerin doğasına en uygun yaklaşımın, popülizmin bir söylem olduğunu ifade eden yaklaşımdır. Nitekim söylem yaklaşımında genellikle dilsel ve metinsel tabanlı veriler üzerinden çalışmalar yapılmaktadır (Moffitt, 2020; 43).

Popülizmi söylem olarak ele aldığımızda, yukarıda da ifade edildiği gibi Kirk A. Hawkins ismi ön plana çıkmaktadır. Aslında Hawkins popülizmi, mevcut literatürü takip ederek ve bu tartışmalı terimi büyük ölçüde post-modernist anlamında kullanarak, hem düşünsel boyutta hem de söylemsel boyutta kullanmıştır (Hawkins, 2009; 1045). Ancak bu çalışmada onun söylemsel boyutta yapmış olduğu çalışmalardan faydalanılmıştır. Hawkins popülizm literatürüne katkı sağlayan birçok çalışmaya imza atmıştır. Bu çalışmalardan biri olan "Measuring Populist Attitudes" adlı çalışmada Hawkins ve meslektaşları popülizmin temel unsurlarını ve altında yatan nedenleri analiz etmek için bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu ölçekte şu ifadeler esas alınmıştır:

- Siyaset iyi ile kötü arasındaki bir mücadeledir.
- Kongrelerde politikacılar halkın iradesine uymaya ihtiyaç duyarlar.
- Birkaç çıkar grubunun gücü ülkemizin ilerlemesini engelliyor.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- En önemli siyasi kararları siyasetçiler değil halk vermelidir. (Hawkins vd., 2012)

Bu ifadeler popülizmin temel unsurlarını anlamamız için birtakım ipuçları vermektedir. Verilen ifadelerden yola çıkarak popülizmin karşıtlıklar üzerine kurulu bir kavram olduğu söylenebilir. Dolayısıyla maniheist bir söylem içerir. Bu yüzden her şeye ahlaki bir değer atfeder ve onu iki zıt kutba ayırır, yani iyi ile kötü arasındaki bir mücadelenin unsuru olarak yorumlar. Nihai olarak esas olanın halkın/çoğunluğun iradesi olduğu görüşünü ortaya koyar (Hawkins, 2009; 1042). Bu tarz popülist söylemler genellikle bir konuşmada veya bir metinde siyasetçilerin kendini ifade etme tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır (Moffitt, 2020; 43). Popülist söylem kendini tekrardan var edebilmek için her zaman yeni bir düşmana ihtiyaç duymaktadır (Yetkin, 2016; 75). Bu yüzden popülistler bazı durumları kriz olarak değerlendirmeye oldukça heveslidirler. Kriz olarak görülen bu olayları varoluşsal bir tehditmiş gibi değerlendirerek bir ‘düşman’ ya da ‘öteki’ yaratarak kendi meşruiyetlerini sağlamayı amaçlamaktadırlar (Müller, 2020; 20).

2. Yeni Medya ve Popülizm İlişkisi

Günümüzde bütün popülist siyasiler ve hareketler yeni medya ortamlarını aktif ve etkili bir şekilde kullanmayı tercih etmektedirler. Özellikle sosyal medyayı takip etmek bu siyasi parti ve hareketler için resmi üyelikten çok daha önemli hale gelmiştir (Kaya, 2020: 146). Kullanıcılarına birebir etkileşim imkânı veren yeni medya araçları popülistlere toplumun hemen hemen her kesimine doğrudan ulaşma imkânı sunmaktadır. Yeni medyanın sağlamış olduğu bu imkânla birlikte siyasetçiler tarafından üretilen içerikler kitleleri harekete geçirilebilmekte ve böylece medya popülist liderlerin istediği atmosferin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Karagül & Güder, 2020). Özellikle ‘biz ve onlar’ karşıtlığının yaratılması konusunda medya çok önemli bir rol oynar. Yeni medya ile birlikte bireylerin hem üretici hem de tüketici olması, yeni bir propaganda yöntemi olarak grup etkisinin ve sosyal çevrenin bireyler üzerindeki etkisini önemli ölçüde arttırmıştır (Duman, 2020). Bu bağlamda örnek verecek olursak, özellikle Twitter gibi metinsel içeriklerin ağırlıkta olduğu sosyal medya platformlarında oluşturulan ‘hashtagler’ hem bireyleri hem de düşünce ve

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

haber paylaşımlarını kolayca bir araya getirebilme imkânı sağlar. Bu da başta popülistler olmak üzere bütün siyasilerin siyasal kampanya başarılarını olumlu veya olumsuz anlamda doğrudan etkilemektedir (Yetkin, 2020).

3. Politik Psikoloji ve Popülizm

Politik psikoloji iki ayrı bilim dalı olan siyaset ve psikolojinin kesişme noktasını ifade eder (Kansu & Tarhan, 2018). Politik psikolojide kitlelerin, grupların, ülkelerin ve liderlerinin birbirleriyle olan ilişkileri incelenmektedir (Kurtbaş, 2015: 94). Özellikle Sigmund Freud'un geliştirmiş olduğu psikanalitik yaklaşım, tarihte yer alan önemli kişilerin çocukluktan itibaren maruz kaldıkları psikolojik olguları ortaya çıkartmıştır. Böylece liderlerin kişilik gelişimleri üzerine yoğunlaşmış ve liderlerin bebekliklerinden itibaren bütün iletişim süreçlerini ele alarak toplumsallıkla şekil alan kişilikleri ortaya konmuştur. Freud'un alana yapmış olduğu bu katkı onun politik psikoloji alanında önemli bir yapı taşı olmasını sağlamıştır (Arıboğan, 2020: 46).

Birinci Dünya Savaşı sonrasında demokrasilerin durma noktasına gelmesi ve kapitalizmle birlikte değişime uğrayan üretim sistemine çözümler bulmak amacıyla geleneksel disiplinlerde sınırların dışına çıkmıştır. Bunun neticesinde ekonomiden iletişim alanına kadar birçok alanda kavramsal çerçeve arayışına girilmiştir. Özellikle iletişim boyutunda Jürgen Habermas ismi ön plana çıkmaktadır. Habermas 1962 tarihli eseri olan Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü'nde ortaya koyduğu kamusal alan ve özel alan fikirleri siyaset felsefesi, siyasal iletişim ve politik psikoloji açısından önem arz etmektedir (İnan, 2015: 2). Politik psikoloji ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar farklı evrelerden geçmiş ve çeşitli teori ve konularla ilişkilendirilmiştir. Politik psikolojinin 20. yüzyıldaki bu serüvenini William J. McGuire (1925-2007) üç farklı şekilde tanımlamaktadır: İlk dönem 1940-1950 yıllarını psikanaliz kuramları ile kişilik araştırmalarının yapıldığı alan olarak ifade etmiştir. İkinci dönem, 1960-1970 yıllarını ise davranışçı kuramlarla politik tutum ve oy verme davranışlarının çalışıldığı alan olarak tanımlamıştır. Üçüncü ve son dönem olan 1980-1990'lı yıllarda ise politik inanç, bilgi süreci ve karar verme ve özellikle de uluslararası politika ile ilgili konuların çalışıldığı alan olarak tanımlamayı tercih etmiştir (Houghton, 2009: 26).

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

Politik psikoloji; “psikolojiyi ve toplumu birleştiren bir kesişim noktası” olarak da ifade edilmektedir (İnan, 2015: 4). İnsanlık tarihinde ortaya çıkan savaş, barış, etnik ve mezhepsel çatışmalar gibi toplumsal olaylar üzerinden yazılan bazı metinlerde politikanın psikolojik yönleriyle ele alındığı görülmektedir (Arıboğan, 2020: 43).

Popülizmin temel felsefesi olan toplumu ‘halk’ ve ‘yozlaşmış elitler’ olarak iki kutba ayrılması ve düzen karşıtı tutum sergilenmesinin temelinde birtakım psikolojik etmenler bulunmaktadır (Pruysers, 2021: 106). Popülizm ve politik psikoloji arasındaki ilişki de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Freudcu gelenekten beslenen Vamık Volkan (1932) bireylerin erken gelişme döneminde gösterdikleri bölünme davranışından bahsederken, bireylerin dünyayı ‘iyi’ ve ‘kötü’ olarak ikiye ayırdıklarını ve böylece kendilerinde gördükleri olumsuz özellikleri ‘kötü’ olarak sınıflandırdıkları ‘öteki’ gruplara atfederler ve böylece bu gruplara karşı savunmacı bir politika sergilediklerini ifade etmektedir (İslambay & Cingöz-Ulu, 2017). Bu çerçevede, bazı toplumlarda popülizmin ortaya çıkmasında ve popülist politikaların geçerlilik kazanmasında bu tarz insanların çok önemli bir payı vardır.

Popülist parti ve liderleri kimin, hangi koşullar altında desteklediğini ortaya koymak için birtakım faktörler ortaya atılmıştır (Pruysers, 2021: 105). Bu noktada, kriz anlarının popülizm için oldukça uygun ortamlar olduğu unutulmamalıdır (Müller, 2020: 20). Nitekim örnek olarak, Türkiye’de meydana gelen 15 Temmuz darbe girişimini ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgınını toplumlar açısından kriz olarak nitelendirilebilmektedir. Aynı zamanda bu olaylar toplumsal travma olarak da ifade edilmektedir. Covid-19 virüsünün toplumsal ve siyasal açıdan psikolojik etkileri olduğunu ifade eden Yılmaz (2020) şunları aktarmaktadır:

Pandemi toplumsal ve siyasal alanlarda psikolojik bir değişimi tetikledi. Toplum her katmanında gözleyebildiğimiz üzere, otoriteye itaat, sisteme entegre olmak ve garanti edilmiş gelir seviyesi yükselen trendler. Bu durumda, araştırmaların da teyit ettiği üzere, böyle olağanüstü zamanlarda (salgın, savaş, doğal afet vb.) halk sağ yönelimli iktidarları ve onların korumacı politikalarını tercih ediyor. Genel olarak ülkelerin ve bölgelerin sınırları belirginleşiyor. İnsanlar ait hissettikleri gruba daha da yakınlaşıp “öteki” olarak gördükleri gruplardan daha da uzaklaşıyor (Yılmaz, 2020).

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

Bir başka toplumsal travma ya da toplumsal kriz örneği olan 15 Temmuz olayı ise gündeme ilişkin konuşan siyasetçilerin algı yönetimi odaklı siyaset yapmasına neden olmaktadır. Geçmişle alakalı ve bugünü ilgilendirmeyen konuların konuşulması, seçilmiş gerçeklerin sürekli vurgulanması toplumun bugünkü olaylara bakış açılarını da etkilemektedir. Özellikle toplumsal travma hikayesi çok olan toplumlar bu tarz politikalardan daha fazla etkilenmektedir (Yılmaz, 2020: 1). Burada ifade edilen toplumsal travma kavramı, toplumların geçmişlerinde yaşamış oldukları savaş, doğal felaket, soykırım gibi meydana gelen olayların kuşaklar üzerinde fiziksel ve psikolojik olumsuzluklara yol açan ve bununla birlikte ayrımcılık, göç ve yoksulluk gibi durumların da ortaya çıkmasına neden olan toplumsal olaylar olarak tanımlanabilmektedir (Karatay, 2020: 374). Toplumların geçmişte yaşamış oldukları bu olaylar bireylerin tercihlerini doğrudan etkilemektedir. Yaşanan bu olumsuz olaylar hafızalarda tekrar canlandırılmakta ve yeniden suçlu ve mağdur kesimler belirlenerek olaylar kurgulanabilmektedir (Yılmaz vd., 2012). Bu durum en çok da siyasiler tarafından yapılmakta ve kitleleri konsolide etmek için kullanılmaktadır (İnan, 2015: 5).

4. Yöntem

Bu araştırmada Türkiye’de 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet ve Millet İttifakı’nın İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya adaylarının Twitter kullanımlarındaki söylemleri söylem analiz tekniğiyle analiz edilmektedir. Söylem analizi tekniği “metodolojik ve kavramsal unsurlardan meydana gelen sosyal hayata dair bir perspektif olup, söylem üzerine düşünme ve söylemi dataleştirme yolu” olarak ifade edilebilir (Çelik & Ekşi, 2002: 104) . Söylem analizi medyadan edebiyata, felsefeden siyasete kadar birçok kültürel ve sosyal alan araştırmalarında kullanılan bir araştırma tekniği olarak görülmektedir (Güngör, 2020: 4). Söylem analizi tekniği metinsel, sözselsel ve metinsel ve sözselsel olmayan birtakım işaretlerin anlamlarını analiz etmede kullanılmaktadır (Gül & Nizam, 2020). Bu bağlamda, elde edilen verilerin sözselsel ve metinsel olmasından dolayı söylem analizi tekniği tercih edilmektedir. Yapılan söylem analizinde, mevcut veriler içerisindeki sözcükler, cümleler ve

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

sözcükler arasındaki ilişkiler incelenerek yorumlanmakta ve yapılandırılmaktadır (Güngör, 2020: 5).

Söylem analizi yapılırken sosyal medya ve popülizm bağlamında daha önce yapılan iki farklı çalışmadan yararlanılmıştır. Şen & Altın 'ın (2020) yapmış oldukları çalışma ve Engesser ve arkadaşlarının (2017) yapmış oldukları çalışma birlikte ele alınmış ve sentezlenerek popülizm özellikleri sınıflandırılmıştır. Bu çalışmaların ilkinde, Şen & Altın (2020) Twitter verilerini Wodak (2015)' in sağ popülist hareketlerle ilgili eleştirel yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu kategoriler: halka hitap etme (homojenleştirme), geleneksel ve muhafazakâr değerlere vurgu, “biz” sunumu, “onlar” sunumu şeklinde ifade edilmektedir (Şen & Altın, 2020). Diğer çalışmada ise Engesser ve arkadaşları (2017) altı ay süre boyunca takip ettikleri Facebook ve Twitter verilerini popülizm bağlamında beş kategoride ele almışlardır. Bu kategoriler halkın egemenliğine vurgu, homojen halk tasavvuru, seçkinlere karşı duruş, ötekileri dışlama, ortak değerlere vurgu şeklinde belirtilmektedir (Engesser vd., 2017).

Elde edilen bu veriler socialbearing.com aracılığıyla elde edilmiştir. Bu tweetler beğeni ve retweet sayılarının ortalaması alınarak sıralanmıştır. Söz konusu internet sitesi kullanıcılarına ücretli ve ücretsiz kullanım imkânları sunan ve Twitter analizlerinde kullanılan bir araçtır. Twitter analizlerinde kullanılmak üzere birçok teknik özellik barındırmaktadır. Socialbearing.com ile tweetler erişim, etkileşim, konum ve dil gibi özelliklerine göre sıralanabilir; bir konu ya da kişi hakkında atılan tweetler listelenebilir; filtreleme özelliği ile sözleri, etkileşimler filtrelenebilir; çizelge ve grafik oluşturulabilir. Tüm bu araştırmalar excel ya da pdf formatında dışa aktarılabilir. Socialbearing.com' un sağlamış olduğu bu imkânlar yapılan bu çalışma için gerekli tüm işlemleri yapmamızı sağlamıştır. Analiz edilen kategoriler ve bunlarla ilişkili kavramlar aşağıdaki gibidir:

- “Biz” ve “Onlar” Sınıflandırması
- Halk Egemenliği ve Elit Karşıtlığı
- Geleneksel ve Muhafazakâr Değerlere Vurgu
- Ötekini Dışlamaum

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

5. Bulgular ve Yorum

5.1. “Biz” ve “Onlar” Sınıflandırması: Biz-onlar ayrımını esas alan popülist söylem, toplum içerisinde ‘öteki’ oluşturmaya dönük bir yaklaşım olarak ifade edilebilmektedir (Duman, 2020: 202). Bu yaklaşımı ‘biz’le ilgili olan sorunları çözmeye ve biz için çalıştığına yönelik ikna sürecinde bulunurken aynı zamanda bu sorunlardan sorumlu olan bir onlar/düşman/öteki meydana getirmektedirler (Bulut & Hacıoğlu, 2018).

a) *İstanbul Adaylarının Twitter Gönderileri:*

- *“Tutturmuşlar 'Kürt seçmen kime oy verecek?’ Ne demek Kürt seçmen? Bu şehirde biz beraber yaşıyoruz. Kürt seçmen de Türk seçmen de, hangi vasıfla adlandırırsanız adlandırın hepimiz Türkiye Cumhuriyeti'nin onurlu, şerefli vatandaşlarıyız. Bu söylem sorunludur, bölücülük dilidir.” (Binali Yıldırım: 15 Mart 2019)*

- *“Biz İstanbul İttifakı'nın oyuna taliptik, çocuklar Ekrem Abileri için İstanbul'un en güçlü partisini kurmuşlar bile; Çocukların Partisi 😊” (Ekrem İmamoğlu: 26 Mart 2019)*

- *“4+1 formülüyle gıdada, ulaşımda, suda ve eğitimde ucuzluk sağlayacağız. Sosyal yardımlar da 3 katına çıkacak. Birileri “yapamaz” demiş, bu halk ister de, 16 milyon İstanbullu ister de ben yapmaz mıyım?..” (Ekrem İmamoğlu: 1 Mart 2019)*

Cumhur İttifakı Adayı Binali Yıldırım ve Millet İttifakı Adayı Ekrem İmamoğlu’ nun en çok etkileşim alan yüz Twitter gönderisi analiz edilmiştir. Bu analizler neticesinde Binali Yıldırım bir, Ekrem İmamoğlu’nun ise iki gönderisi yapılan biz vurgusundan dolayı örnek olarak alınmıştır. Ancak burada yapılan biz vurgusu popülizmin kutuplaştırıcı ve ayrıştırıcı söyleminden ziyade homojen halk tasavvuru ile ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla incelenen gönderiler içerisinden biz ve onlar kutuplaştırmasına rastlanmamıştır. Ancak Ekrem İmamoğlu’nun “birileri..., ben...” diye oluşturmuş olduğu söylemde bir onlar profili oluşturulduğu görülmektedir. Burada rakiplerini onlar diye konumlandırırken kendisinin halkla bütünleştiren bir konuma yerleştirmiştir. İmamoğlu’nun burada popülist bir söylemde

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

bulduğu ifade edilebilir. Bulut ve Hacıoğlu (2018)' nun ifade ettiği gibi, biz'le ilgili sorunlara odaklanırken bir öteki'nin yaratılması söz konusudur.

b) Ankara Adaylarının Twitter Gönderileri:

- *Biz işe vicdanımızla bakıyoruz onlar artık cüzdanlarıyla bakıyor diyen @mansuryavas06'dan EYT sorununa merhem olacak çözüm; Bu işi 75 TL ile çözeceğiz!" (Mansur Yavaş: 2 Mart 2019)*

- *"Ankara'da yaşayan hemşerilerimizin her ilçe için sorunlarını ve çözümlerini biliyoruz. Biz Ankara'da siftahsız kapatan esnafın, geliri olmayan yoksulun, genç işsizlerin dertlerine derman olmak için, Ankara için projeler geliştirdik. Rant değil halk kazanacak. Hak Yerini Bulacak" (Mansur Yavaş: 19 Mart 2019)*

- *"Biz Türkiye'yiz, biz Ankara'yız, biz Cumhuriyet İttifakı'yız. İlk günkü heyecanla yola devam diyen tüm hemşerilerimize teşekkür ediyorum. #BelediyeİşiGönüllüsi" (Mehmet Özhasseki: 29 Mart 2019)*

Millet İttifakı adayı Mansur Yavaş ve Cumhuriyet İttifakı adayı Mehmet Özhasseki'nin en çok etkileşim alan yüz gönderisi incelenmiştir. Bu inceleme neticesinde Mansur Yavaş'ın iki, Mehmet Özhasseki'nin bir gönderisi örnek olarak alınmıştır. Bu örneklerde var olan biz vurguları popülizm bağlamında değerlendirildiğinde Mansur Yavaş'ın iki söyleminde de biz ve onlar karşıtlığının varlığından söz edebiliriz. Yavaş'ın "biz: saf ve temiz - onlar: kötü" manasına gelebilecek popülist söylemlerde bulunduğu söylenebilir. İlk örnekte Yavaş "biz vicdanımızla... onlar cüzdanlarıyla..." diye kurmuş olduğu karşıtlıkta kendisini halkın yanındaki iyi olarak resmederken rakibini halkın karşısındaki kötüler olarak resmetmiştir. İkinci örnekte de yine Yavaş'ın "biz halk için... onlar rant için..." söylemi iyiler ve kötüler karşıtlığı oluşturmaktadır. Yavaş bu iki söyleminde de rakiplerini halkın karşısında, yalnızca kendisini düşünen bir grup olarak resmetmektedir ve onlara karşı kendisini halkın içinden biri olarak sunmaktadır. Böylece bir öteki ya da düşman inşa etmiş olmaktadır (Yetkin, 2016: 72). Burada Parlak (2020)'in ifadesiyle ahlakçı bir yaklaşım söz konusudur. Yavaş'ın aksine Özhasseki popülizm bağlamında biz ve onlar vurgusunda bulunmamıştır ancak

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

yukarıdaki örnekte vurgulanan biz yaklaşımı daha çok homojen halk tasavvuru bağlamında değerlendirilebilir.

c) İzmir Adaylarının Twitter Gönderileri:

-“Erzurumlular Dernekleri Federasyonu’nun etkililiğinde, dadaşlarımızla geleceğin İzmir’ini konuşmak, projelerimizi anlatmak için bir araya geldik. Her sesin duyulduğu, her sorunun çözümü bulunduğu bir şehri gerçek kılacak, #İzmireDeğer katacağız!”(13 Mart 2019: Nihat Zeybekçi)

- “Seçime beş gün kala başlatılan karalama kampanyaları, şahsıma değil, demokrasiye ve tüm İzmirli seçmenlerin iradesine yapılan bir saldırıdır. İzmir’in değerlerini gömmeye çalışıyorlar, fakat tohum olduğumuzu bilmiyorlar! Tüm halkımızı 31 Mart’ta sandığa gitmeye davet ediyorum.”(Tunç Soyer: 26 Mart 2019)

İzmir’de Cumhur İttifakı’nın adayı Nihat Zeybekçi’nin gönderileri incelendiğinde biz ve onlar kutuplaştırması oluşturan söyleme rastlanılmamıştır. Bu nedenle kucaklayıcı mesajlar veren söylemlerinden örnek alınmaktadır. Bu örnekte biz-onlar karşıtlığından ziyade, kapsayıcı ve her kesime eşit mesafede olduğunu belirten söylemlerde bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu durum yalnızca Nihat Zeybekçi için geçerli bir durum değildir. Bütün başkan adaylarının bu tarz söylemler ürettiği söylenebilir. Millet İttifakı adayı Tunç Soyer ise 26 Mart’ta paylaşmış olduğu bir gönderide karşısındakileri İzmir’in değerlerine saldırmakla suçlamaktadır. Bunun karşısında ise kendilerini İzmir ile bütünleştiren bir ifade kullanmaktadır. Bu tutumu popülizm bağlamında değerlendirdiğimizde Soyer’in bu ifadesini popülist bir söylem olarak değerlendirebiliriz. Çünkü Soyer’in bu söyleminde biz ve onlar arasındaki farklılığa vurgu yapılmaktadır. Biz, iyilikle ilişkilendirilirken onlar, kötülükle ilişkilendirilmektedir.

d) Bursa Adaylarının Twitter Gönderileri:

- “40 yıldır “AŞKINAN ÇALIŞAN YORULMAZ” diyerek ülkemize, milletimize hizmet etmek için gecemizi gündüzümüze katıyoruz. Çıkarlarına tapanlar, menfaatlerine kul-köle olanlar, 3-5 oy için bölücülere taşeronluk yapanlar, bizim mücadelemizi asla idrak edemez.” (Ali Nur Aktaş: 17 Mart 2019)

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- *“Bizim asıl derdimiz, Bütün gözleri gülümsetmek... #GülümseyinBursadasınız#sonunakadARBursa” (Mustafa Bozbey: 29 Mart 2019)*

Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı Bursa adaylarının gönderileri analiz edildiğinde popülizm bağlamında biz ve onlar ayrıştırmasına uygun örnek yalnızca Ali Nur Aktaş’ın yukarıdaki gönderisinde görülmektedir. Aktaş yapmış olduğu bu paylaşımda kendilerini halk için hizmet eden ve halkla bütünleştiren bir konuma yerleştirirken, karşı tarafı yalnızca kendi menfaatleri için çalışan bir grup olarak resmetmektedir. Bu söylemde popülistlerin temel olarak kullanmış oldukları yaklaşım olan biz ve onlar ayrımı net bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Biz, iyi ve güzel olanla ilişkilendirilirken, onlar kötü, ahlaksız ve düşman olarak resmedilmektedir. Bu bağlamda Millet İttifakı adayı Mustafa Bozbey’in bir söylemine rastlanılmamıştır. Ancak Bozbey’in herkesi kucaklayan gönderisi örnek olarak tercih edilmektedir. Bozbey bu tarz söylemlerde yalnızca biz vurgusu yapmaktadır ve homojen halk tasavvuru söylemini barındıran bir söylem inşa etmektedir.

e) Antalya Adaylarının Twitter Gönderileri:

- *“Haydi Gel Antalyam! Yola devam ediyoruz halkımızla birlikte, huzur için birlik için vur mührü Türel'e @menderesturel @ethemtas” (Menderes Türel: 24 Mart 2019)*

- *“Belediyeçi göz boyamaz, tepeden bakmaz. Belediyeçi halkın bir parçası olur, garibanın sesi, kimsesizin kimsesi olur. Güzel Antalyamız nihayet makyajcı değil, halkçı bir belediye başkanına kavuşacak. #MuhittinBöcekBizVarız #DermanBelediyeciliği #MartınSonuBahar” (Muhittin Böcek: 20 Mart 2019)*

- *Bu ülkenin bahara ihtiyacı var kavgaya değil; huzura, berekete ve birlikte yaşamaya ihtiyacı var. Biz bunu yapacağız! Çünkü biz, insanımızı seviyoruz. Allah’ın izni ve halkımızın takdiriyle inşallah Mart’ın sonunda bahar gelecek. #SevgiKazanacakTürkiyemKazanacak #MartınSonuBahar (Muhittin Böcek: 27 Mart 2019)*

Antalya’da Millet İttifakı’nın adayı Muhittin Böcek’in paylaşımları incelendiğinde karşımıza iki gönderi çıkmaktadır. Bu gönderilerde öne çıkan biz ve

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

onlar yaklaşımı popülist söylemlere örnek olarak gösterilebilir, çünkü bu gönderilerin biz: iyi – onlar: kötü denklemi üzerinden kurgulandığı yorumu yapılabilir. Böcek’in rakibini halktan kopmuş, halkın sorunlarıyla ilgilenmeyen kötü ve kibirli bir zihniyet olarak nitelendirdiği görülmektedir. Bu gönderiler bağlamında Muhittin Böcek’in söylemlerinde popülist özellik gösterdiği söylenebilir. Cumhuriyet İttifakı adayı Menderes Türel’in paylaşımlarında ise biz ve onlar bağlamında kutuplaştırıcı ve karşıtlık oluşturan gönderi tespit edilmemiştir. Türel paylaşmış olduğu gönderilerde biz vurgusu yapmakta ve homojen halk tasavvuru ile ilişkilendirilebilecek söylemlerde bulunmaktadır.

5.2. Halk Egemenliği ve Elit Karşıtlığı: Popülistler konuşmalarında sürekli olarak halkın egemenliğine vurgu yaparlar ve sık sık halka referans verirler (Bahadır, 2021: 242). Halkın egemenliğine yönelik tutum ve davranışlarda sandık vurgusu ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda “egemenlik milletindir, söz milletin, karar yüce milletindir, son sözü halk söyler” gibi ifadeler de halkın egemenliğine yapılan vurgulardır. Bu yaklaşıma göre toplumun belirli bir kesimi halkla ortak çıkarları ve değerleri paylaşmamaktadır. Toplumun başına gelen bütün olumsuzluklardan elit olarak adlandırılan bu kesim sorumlu tutulmaktadır (Bulut & Hacıoğlu, 2018).

a) İstanbul Adaylarının Twitter Gönderileri

- *"İstanbul'un en çilgin projesi olarak kendimi görüyorum. İstanbullular rahat olsun. Bana yetki verirlerse onları hayal kırıklığına uğratmayacağım. İstanbul'u, İstanbul için söyleyecek sözü olanlarla yöneteceğiz."*(Binali Yıldırım: 14 Mart 2019)

- *"Değerli İstanbullular: Pazar günü bir karar vereceksiniz. Çocuklarımız, kendimiz, geleceğimiz için bir kararın arafesindeyiz. Vereceğiniz karar şehrimiz için hayırlı, uğurlu olsun. Partiniz, görüşünüz ne olursa olsun; İstanbul bizim ortak geleceğimiz."*(Binali Yıldırım: 26 Mart 2019)

- *"Bir oy ile İstanbul yeni bir başlangıç yapabilir. Sandığa mutlaka gidin, oyunuzu kullanın. #İmamoğluVarsaÇözümVar"* (Ekrem İmamoğlu: 27 Mart 2019)

- *"İstanbul senin, yeni bir başlangıç senin. #İmamoğluVarsaÇözümVar"* (Ekrem İmamoğlu: 23 Mart 2019)

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- *“İstanbul senin, gelecek senin, karar senin...#İmamoğluVarsaÇözümVar”*
(Ekrem İmamoğlu: 25 Mart 2019)

Popülist siyasi aktörler genellikle halka çok sık başvuru yapmaktadırlar ve onların egemenlikleri hakkında yüceltmelerde bulunmaktadırlar (Çamurcuoğlu, 2019). Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun Twitter gönderileri analiz edildiğinde iki adayın da halkın egemenliğine vurgu yapan paylaşımlar yaptığını görmekteyiz. Bu vurgularda kararı halkın vereceği, son sözün sandıkta söyleneceği, esas yetkinin halkta olduğu, esas olanın halk olduğu gibi yaklaşım karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşımlar üzerinden değerlendirildiğinde her iki adayında bu bağlamda popülist söyleme başvurdukları söylenebilir. Ancak bu paylaşımlar yapılırken bir gruba ya da kesime yönelik eleştiriye rastlanmamaktadır. Dolayısıyla her iki adayın da analiz edilen gönderilerinde elit düşmanlığına ya da düşmanlaştırıcı bir tutum görülmemektedir.

b) Ankara Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“İftiraları, kumpasları, kirli oyunları yetmeyince eski ortakları sırayla devreye soktular. Ne yaparsa yapsınlar, Ankaralı görüyor, Ankaralı biliyor, Ankaralı inanmıyor. Bu şehir komplocu siyasete yol vermeyecek. Hak yerini bulacak, Ankara kazanacak. #HakYeriniBulacak”* (Mansur Yavaş: 25 Mart 2019)

- *“Ankara kararını vermiş. Sincan'dan Çankaya'ya 25 ilçemizdeki hemşehrilerimiz, tek yürek halinde 31 Mart günü Ankara'mıza gelecek bereket ve huzur değişimini bekliyor. #AnkaraKazanacakHak Yerini Bulacak”* (Mansur Yavaş: 21 Mart 2019)

- *“Şimdi söz sizde, mühür sizde. Yeni ve umut dolu bir Ankara'da buluşmak duası ve temennisiyle... #AnkaranınKararı”* (Mehmet Özhaseki: 30 Mart 2019)

Halkın egemenliği ve elit karşıtlığı bağlamında incelenen gönderiler neticesinde yukarıdaki örneklere ulaşılmaktadır. Bir önceki başlıkta ele alınan adaylar gibi Mansur Yavaş ve Mehmet Özhaseki de halkın egemenliğine vurgu yapan ve halkı siyasiler karşısında yücelten söylemlerde bulunmaktadırlar. Mansur Yavaş yapmış olduğu paylaşımlarda karar verme yetkisinin halkta olduğunu vurgulayarak, halkın egemenliğini sıklıkla dile getiren popülistlerle ortak söylemlerde bulunduğu

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

söylenbilir. Aynı şekilde Mehmet Özhasaki de son kararın halka ait olduğu, halkın kendi kaderini kendisinin tayin edebilecek kudrete sahip olduğu ve halkın esas unsur olduğu manasına gelebilecek söylemlerde bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu Özhasaki'nin popülistlerle ortak özellikler sergilediğinin göstergesi olarak ifade edilebilmektedir. Elit karşıtlığı bağlamında analiz edilen gönderilerde ise herhangi bir elit düşmanlığı oluşturan ya da bir grubu ya da kesimi düşmanlaştıran söyleme rastlanılmamaktadır.

c) İzmir Adaylarının Twitter Gönderileri

- *"İnancımız da heyecanımız da bir; sizlerin desteği ile başarıya giden bu yolda daha da güçlüyüz. İzmirli karar verecek, İzmir kazanacak! Teşekkürler Bayraklı!"* (Nihat Zeybekçi: 14 Mart 2019)

İzmir adayları seçim süresi boyunca Twitter'dan yapmış oldukları paylaşımlarda halkın egemenliğine ve elit karşıtlığına söylemlerinde yer vermedikleri görülmektedir. Yalnızca Nihat Zeybekçi yukarıda örnek olarak ele aldığımız gönderisinde, İzmir halkının karar verecek tek güç olduğunu ifade eden bir paylaşımı bulunmaktadır. Bu gönderinin esas gayesi egemenliğin halka ait olduğu vurgulanmaktadır. Bu çerçevede İzmir adaylarının analiz edilen gönderilerinde söz konusu özellik bağlamında popülizm özelliklerine uygun tek gönderi olarak değerlendirilebilir.

d) Bursa Adaylarının Twitter Gönderileri

- *"#MemleketİşiGönüllüşi diyerek, "Gönül Belediyeciliği" ile @AKParti olarak milletimizin hizmetine talibiz. Milletimizin yönetimini emanet edeceği AK Partili belediyelerimizde, işte bu 11 başlıkta ifade ettiğimiz ilkeler çerçevesinde hizmet vereceğiz."* (Ali Nur Aktaş: 24 Mart 2019)

Bursa adaylarının verileri analiz edildiğinde halkın egemenliği özelliğiyle ilişkilendirilebilecek tek örnek Ali Nur Aktaş'ın paylaşmış olduğu yukarıdaki gönderidir. Aktaş üretmiş olduğu bu söylemde halkı sahip/emanet eden/ödünç veren el olarak konumlandırmaktadır. Bu konumlandırma halkın siyasiler karşısındaki üstün konumunu da ifade etmektedir. Bu yaklaşım sık sık söylemlerinde halka başvuru

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

yapan popülist aktörlerin söylemlerine benzetilmektedir. Dolayısıyla bu gönderiyi popülist bir söylem olarak nitelendirebiliriz.

e) Antalya Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“Bu ülkenin bahara ihtiyacı var kavgaya değil; huzura, berekete ve birlikte yaşamaya ihtiyacı var. Biz bunu yapacağız! Çünkü biz, insanımızı seviyoruz. Allah’ın izni ve halkımızın takdiriyle inşallah Mart’ın sonunda bahar gelecek.*

- *#SevgiKazanacakTürkiyemKazanacak#MartınSonuBahar” (Muhittin Böcek: 27 Mart 2019)*

Antalya adaylarından Menderes Türel ve Muhittin Böcek’in gönderileri arasında bu başlıkta değerlendirebileceğimiz tek örnek Böcek’in üretmiş olduğu yukarıdaki söylemdir. Böcek burada “halkımızın takdiriyle” mesajıyla karar yetkisini halka vermekte ve halkın veren el olduğu manasına gelecek bir söylem inşa ettiği görülmektedir. Bu durumda halkın yönetimi bir siyasi aktöre vermesi, yönetime layık görmesi ya da tercih etmesi halkın üstünlüğünü gösteren bir olay olarak değerlendirilebilir.

5.3. Geleneksel ve Muhafazakâr Değerlere Vurgu: Popülistlerin söylemlerinde vatan, bayrak, millet gibi milli kavramların ön plana çıktığı ve aynı zamanda popüler gündemin belirgin bir şekilde söyleme yansıdığı görülmektedir. Bununla birlikte geleneksel ve muhafazakâr değerler olarak adlandırılan dini yaklaşımları, ahlaki değerleri, aile aidiyetini kabul ederler. Bununla birlikte popülistler mevcut statükoyu koruma eğilimi göstermektedirler (Şen & Altın, 2020). Muhafazakârlığın güç ve otorite olmadan toplumun istikrara kavuşamayacağı düşüncesine sahip olması onun devlete ve milli değerlere olan bağlılığını arttırmaktadır (Aktan, 2007).

a) İstanbul Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“Yedi düvele karşı savaşan yüce milletimizin destanı... Başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları olmak üzere tüm şehitlerimizi ve ebediyete intikal eden kahraman gazilerimizi rahmetle ve minnetle yâd ediyoruz. #ÇanakkaleZaferi” (Binali Yıldırım: 18 Mart 2019)*

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- *“Bu millette ruh var, vatan sevgisi var!” #İstanbul” (Binali Yıldırım: 16 Mart 2019)*

- *“Bu yüreği güzel anacığımın bana yaşattığı duygunun tarifi mümkün değil. Söz veriyorum; bu evladın seni hiç mahcup etmeyecek...” (Ekrem İmamoğlu: 25 Mart 2019)*

- *“Benim en kıymetlim; her ferdinden bir şey öğrendiğim güzel ailem.” (Ekrem İmamoğlu: 9 Mart 2019)*

- *“Dedemin dizinde Kurtuluş Savaşı anılarını dinleyerek büyüdüm. Bir ülkeyi kurmanın, korumanın zorluklarını hissettirmişti bana. Cumhuriyetin çocukları bu mücadeleyi asla unutmazlar ve unutturmazlar.” (Ekrem İmamoğlu: 18 Mart 2019)*

- *“Beykoz'da Hz. Yuşa Türbesi'ni ziyaret ederek 16 milyon İstanbulluya mutlu bir gelecek için dua ettim. Hz. Mevlâna'nın da güzel bir sözü var; 'Yapraksız kaldın diye gövdeni kestirme. Zira bu işin baharı var' diye. Bahar, umuttur. Tam da baharın o güzel günlerindeyiz.” (Ekrem İmamoğlu: 29 Mart 2019)*

Popülistlerin en önemli özelliklerinden biri de geleneksel ve muhafazakâr değerlere atıf yapmaktır. Popülistler söylemlerinde aile, din, vatan gibi geleneksel ve muhafazakâr anlamlar içeren kavramlara sıkça yer vermektedirler. İstanbul adayları Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun Twitter gönderileri analiz edildiğinde popülistlerin özelliklerinden olan geleneksel ve muhafazakâr değerlere vurgu ön plana çıkmaktadır. Daha önceki başlıklarda örnek söylem bulmakta zorlandığımız bu adayların, geleneksel ve muhafazakâr söylem konusunda oldukça fazla söylemde buldukları gözlemlenmektedir. Popülizm çerçevesinde değerlendirdiğimizde popülizme uygun birçok içerikle karşılaşıldığı söylenebilir. Nihayetinde her iki siyasi aktör de bu anlamda popülist yaklaşımlar sergilemişlerdir.

b) Ankara Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“Analarımızın dualarından güç buldum, Ankaralıların vicdanlarına güvendim. Şimdi söz sende kardeşim. Hakkın ve adaletin tecellisi için söz de sende, güç de sende. Ne mutlu haksızlık karşısında dilsiz şeytan olmayanlara, ne mutlu doğruluktan ayrılmayanlara. Doğru Duvar Yıkılmaz” (Mansur Yavaş: 29 Mart 2019)*

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- *“Dünyanın bütün güçleri bir araya gelse, yüreğimiz birlikte çarptığı sürece hiçbir düşman bu milleti asla bölemeyecektir. Çanakkale Zaferi’nin 104. Yılı kutlu olsun. Şehitlerimizi saygı, minnet ve rahmetle anıyorum. Yaşasın aziz vatanım, yaşasın güzel Türkiye ’m. #ÇanakkaleGeçilmez” (Mansur Yavaş: 17 Mart 2019)*

- *“Türkiye sevdasını başımıza taç eyledik... #VatanNamustur” (Mehmet Özhaseki: 27 Mart 2019)*

- *“Bütün projelerimiz yerli ve milli! #Mamak’ta MHP teşkilatlarıyla bir araya geldik. Coşkuyla gerçekleştirdiğimiz program için kalpten teşekkür ediyorum. #BelediyeİşiGönüllüleri #İşinÖzüHasekiSözü” (Mehmet Özhaseki: 7 Mart 2019)*

Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı’nın Ankara adaylarının Twitter paylaşımlarından elde edilen verilerin analizinde geleneksel ve muhafazakâr söylemlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Her iki aday da söylemlerinde geleneksel ve muhafazakâr değerler olan milli ve dini kavramlara sıkça yer vermektedirler. Yavaş ve Özhaseki’nin bu çerçevede popülist söylemlere fazlasıyla başvurduğu söylenebilir. Her iki adayın da milli ve dini kavramlara sık başvuruda bulunması Ankara halkının kültürel ve siyasi kodlarıyla birlikte iki adayın siyasi profilleriyle de alakalı olduğu yorumu yapılabilir.

c) İzmir Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“Zeybeği herkes oynayamaz. Önce mert olacaksın, sonra cesur! Yalan söylemeyeceksin. Tutamayacağın sözler vermeyeceksin. Bir söz verdin mi onu yapacaksın ve ne olursa olsun kendini yaptığın işe adayacaksın. İşte o zaman zeybek sana gerçekten yakışır! İzmirliye #ZEYBEK yakışır!” (Nihat Zeybekçi: 4 Mart 2019)*

- *“Çanakkale, sadece bir cephe değil; vatani, bayrağı ve milleti için bile bile şehadete yürüyenlerin destanıdır. Tüm şehitlerimizi saygı, minnet ve rahmetle anıyorum. #ÇanakkaleGeçilmez #18martcanakkalezafere” (Nihat Zeybekçi: 18 Mart 2019)*

- *“Her yıl olduğu gibi bu yıl da Çanakkale Zaferi ve şehitlerimizi yine binlerce vatandaşımızla birlikte andık. Vatanına, bayrağına, Atasına ve cumhuriyetine aşık*

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

güzel memleketim Seferihisar'ın insanlarına yürekten teşekkür ediyorum.” (Tunç Soyer: 18 Mart 2019)

İlk olarak Nihat Zeybekçi'nin zeybek oyunu vurgusu geleneksel bir yaklaşıma işaret eder. Zeybek oyunu, İzmir ve civarındaki şehirlerin geçmişten gelen ve kültürel olarak devam eden bir oyun türüdür. Bu oyun türü bölgede yapılan özel etkinliklerde eğlence amaçlı uygulanmaktadır. Bu bağlamda zeybek adlı oyunun bölge halkı için önemini bilen siyasi aktörler bölge halkı için yapmış oldukları söylemlerde ve organizasyonlarda zeybek oyununa yer vermektedirler. Zeybekçi de bu şekilde bir yaklaşımla üretmiş olduğu söylemde popülist unsurlara yer verdiği söylenebilir. Bir diğer popülist yaklaşım da muhafazakâr değerleri içeren söylemlerde bulunmaktadır. Nihat Zeybekçi ve Tunç Soyer başta bölge halkı için ve sonra tüm Türkiye halkı için önem atfeden Çanakkale Zaferi'ni söylemlerinde anmak durumunda kalmışlardır. Bu söylemde bulunmalarının esas nedeni Çanakkale Zaferi'nin yıl dönümüne denk gelmesidir. Her iki siyasi aktör de söylemlerinde vatan, millet, bayrak, şehit kavramları üzerinden söylem üretmişlerdir. Bu durum muhafazakâr değerlere vurgu yapma bağlamında değerlendirildiğinde popülist söylem olarak değerlendirilebilmektedir.

d) Bursa Adaylarının Twitter Gönderileri

- “Üç ayların müjdecisi, #RegaipKandili'nin tüm insanlığa ve islam alemine esenlikler getirmesini Yüce Rabbim'den niyaz ediyorum. Kandilimiz mübarek olsun. #HayırlıKandiller” (Ali Nur Aktaş: 7 Mart 2019)

- “Mübarek Cuma günü hürmetine Rabbim her şerri hayra, her derdimizi feraha çevirsin, evlerimizden huzur ve sağlık, işlerimizden bereket eksik olmasın inşaAllahCümleten #HayırlıCumalar” (Ali Nur Aktaş: 28 Mart 2019)

- “Regaip Kandilimizde de yine camilerimizde, yine bir aradaydık. Ulu Camimizde kıldığımız yatsı namazından sonra lokma ve tatlı ikramında bulunduk; hemşerilerimizin kandilini kutladık. #sonunakadarbursa”(Mustafa Bozbey: 7 Mart 2019)

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

- *“Milletin İstiklaliMilletin İstikbali içinCan verenlere selam olsunAllah bu millete bir daha İstiklal Marşı yazdırmasın...#sonunakadarbursa” (Mustafa Bozbey: 12 Mart 2019)*

Ali Nur Aktaş diğer adaylarla kıyaslandığında en çok dini kavramlara başvuran aday olarak değerlendirilebilir. Dini kavramların yanı sıra milli kavramlara vurgu yapmayı da sıklıkla uyguladığını görmekteyiz. Bu durum popülist söylemlerde sıklıkla karşımıza çıkan bir durumdur. Popülist söylemlerde siyasi aktörler genellikle dini ve milli kavramları sıklıkla uygulayarak insanları duyguları üzerinden etkilemeyi tercih etmektedirler.

e) Antalya Adaylarının Twitter Gönderileri

- *“Hiç şüphesiz ki Antalya dünyanın en güzel yeridir.” (M.Kemal Atatürk)Cumhuriyetimizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün Antalya'ya gelişinin 89. yıl dönümünü anma programındayız. Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü sevgiyle saygıyla yâd ediyoruz.” (Menderes Türel: 6 Mart 2019)*

- *“İstiklal Marşımızın kabulünün 98. yıl dönümünde, başta Atatürk ve Mehmet Akif Ersoy olmak üzere tüm istiklal kahramanlarımızı saygı, rahmet ve minnetle anıyorum.” (Muhittin Böcek: 12 Mart 2019)*

Menderes Türel ve Muhittin Böcek' in gönderileri analiz edildiğinde popülizm bağlamında çok fazla özellik gösteren içerik bulunmamaktadır. Ancak bu tarz özel günlerin anılması gibi durumlarda yukarıda örnek olarak ele aldığımız gönderiler karşımıza çıkmaktadır. Bu durum yalnızca bu iki aday için geçerli bir şey değildir. Mustafa Kemal Atatürk ve Mehmet Akif Ersoy'un milli değerler olarak değerlendirilmesi onlara yapılan vurgunun esas nedenini oluşturmaktadır.

5.4. Ötekini Dışlama: Elitlerin dışlanması dışında (yukarıda, biz-onlar yaklaşımında değerlendirilmiştir) popülistlerin dışlamış olduğu bir diğer grup da tehlikeli olarak görülen azınlıklardır. Bu azınlık gruplar elitlerin bir parçası olarak değil, elitlerin haksız yere desteklediği azınlıklar olarak ifade edilmektedir. Bu azınlık gruplar popülistlerin hedefi olabilmektedirler. Popülistlerce dışlanan bu gruplar halk için tehdit ve yük olarak değerlendirilebilmektedir. Bu grupları örneklendirecek olursak;

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

göçmenler, dini gruplar, etnik azınlıklar, suçlular vb. olarak ifade edilebilir (Engesser vd., 2017). Irkçı yaklaşımları da bu çerçevede değerlendirebiliriz. Örneğin Trump' ın ABD'de seçim kazanmasının en önemli sebeplerinden biri de sergilemiş olduğu bu popülist tutumdur. Trump, ABD'de güçlü bir şekilde göçmen düşmanlığı yapmış, Meksikalı ya da Müslüman göçmenlerle ilgili kutuplaştırıcı ve dışlayıcı söylemlerde ve hatta politikalarda bulunmuştur (Alpay, 2021: 73). Bu durum Avrupa'da da karşımıza çıkmaktadır. Avrupa'da artan mülteci ve göçmen karşıtlığı tutum ve davranışlar siyasi aktörlerin politikalarında da karşımıza çıkmaktadır. Irkçı ve popülist siyasiler bu durumu etkili bir şekilde kullanarak yabancı düşmanlığını arttırmaktadırlar. Bu kutuplaştırıcı ve düşmanlaştırıcı yaklaşımlar popülizm bağlamında değerlendirilmektedir (Kılıç, 2020: 267).

a) İstanbul Adaylarının Twitter Gönderileri

- *"İstanbuluların, İstanbul'a verdiğimiz sözlerin takipçisi olmalarını istiyorum. İnşallah İstanbul'u 15 milyonun mutlu ve huzurlu bir şekilde yaşayacağı şehir haline getireceğiz. Seçimlerimiz hayırlı, uğurlu olsun."* (Binali Yıldırım: 31 Mart)

- *"Biz 16 milyonluk sevgi dolu bir aileyiz, biz İstanbuluz."* (Ekrem İmamoğlu: 29 Mart 2019)

- *"Seçildiğim gün 16 milyon İstanbullu kazanacak. #İmamoğluVarsaÇözümVar #MartınSonuBahar"* (Ekrem İmamoğlu: 26 Mart 2019)

Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul'da yürütmüş oldukları kampanyalar boyunca ötekileştirme/dışlama yaklaşımı sergileyen söylemlerde bulunmadıkları tespit edilmektedir. İki aday da konuşmalarında kutuplaştırmaktan ve dışlamaktan ziyade kucaklama, herkesi eşit görme ve bütünleştirici yaklaşımlar sergiledikleri görülmektedir. Yukarıda örnek olarak tercih ettiğimiz gönderilerde bu durum açık bir şekilde karşımıza çıkmaktadır.

b) Ankara Adaylarının Twitter Gönderileri

- *"Bu ülke, bu kentler, bu sokaklar, Ankara bizim. 82 milyon kardeşimizle birlikte seçimlere giderken sonuçlar ne olursa olsun düşmanlaştıranlara inat, kardeş*

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

kalmaya devam edeceğiz. Ankara'ya ve ülkemize 31 Mart akşamı bereket ve huzur gelmesi dileğiyle... #HepimizAynıÜlkedeyiz” (Mansur Yavaş: 28 Mart 2019)

- “Köy, kent, mahalle, bucağımız bir!Ankara'nın dört bir köşesi bizim diyerek hizmetimizin ulaşmadığı tek bir ilçe, tek bir mahalle, tek bir ev kalmayacak.Bugün saat 13.30'da hazır mıyız Keçiören? #BelediyeİşiGönüllüsi #İşinÖzüHasekiSözü” (Mehmet Özhaseki: 3 Mart 2019)

Mansur Yavaş ve Mehmet Özhaseki oluşturmuş oldukları gönderilerde bütünleştirici, kuşatıcı ve herkesi eşit gören ya da bunların vaadini veren söylemlerde bulunmaktadır. Her iki adayın da gönderileri analiz edildiğinde, ötekileştirici, düşmanlaştıran ve kutuplaştırıcı söylemlerden uzak durdukları tespit edilmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde popülist söylemlere rastlanılmamaktadır.

c) **İzmir Adaylarının Twitter Gönderileri**

- “Dışişleri Bakanımız Mevlüt Çavuşoğlu ile birlikte İzmir'de din temsilcileriyle buluştuk. Üç dinin bir arada, barış ve huzur içinde yaşadığı İzmir'de 1 Nisan'dan sonra tüm ibadethaneleri restore ederek hayata kazandırma gayreti içinde olacağız.” (Nihat Zeybekçi: 7 Mart 2019)

- “Sözün özü, hangi siyasi görüşten olursak olalım, hepimiz #AynıBelediyeOtobüsündeyiz. Dertlere derman beş yıllık bir yolculuk için, sizi de bekleriz. #MartınSonuBahar#DermanBelediyciliği” (Tunç Soyer: 5 Mart 2019)

İzmir'de de diğer iki şehirde olduğu gibi kuşatıcı ve herkesi eşit gören bir dilin hakim olduğu görülmektedir. Diğer adaylardan farklı olarak üç dinin mensupları için ibadethane vurgusu, bahsedilen azınlık grupları ötekileştirme özelliği ile çelişki göstermektedir. Dolayısıyla bu bağlamda değerlendirilen gönderilerde herhangi bir popülist unsura rastlanılmamaktadır. Tunç Soyer ise yine kuşatıcı bir dil geliştirerek her siyasi görüşten insana hitap edeceğinin vaadini vermektedir. Burada herkesi eşit gören bir anlayış hâkimdir. Dolayısıyla bu bağlamda Soyer'in gönderilerinde de ötekileştiren/dışlayan bir söyleme rastlanılmamaktadır.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

d) Bursa Adaylarının Twitter Gönderileri

- “Bizim için büyük işler yapmak iki kıtayı birbirine bağlamak değil, sizin gönlünüze köprü kurmaktır. Sadece dev projeler üretmek değil, büyük mutluluklar da üretmektir. #BelediyeİşiGönüllüsi” (Ali Nur Aktaş: 4 Mart 2019)

-“Bizim asıl derdimiz, Bütün gözleri gülümsetmek... #GülümseyinBursadasınız#sonunakadarbursa” (Mustafa Bozbey: 29 Mart 2019)

Ötekileştirme/düşmanlaştırma bağlamında diğer illerde gördüğümüz tablo Bursa’da da karşımıza çıkmaktadır. Her iki aday da mülteci, göçmen, dini ya da bir etnik grubu ötekileştiren/dışlayan bir söylemde bulunmamışlardır. Dışlayıcı söylemin aksine kapsayıcı/kucaklayıcı söylemler geliştirmişlerdir. Bu söylemler bütün insanları kapsayan bütün gözlerle temas kuran ve bütün gönüllere hitap eden bir yaklaşım örneği gerçekleştirmişlerdir.

e) Antalya Adaylarının Twitter Gönderileri

-“Hangi siyasi görüşten olursak olalım, hepimiz #AynıBelediyeOtobüsündeyiz. Dertlere derman beş yıllık bir yolculuk için sizi de bekleriz. #MartınSonuBahar#BizBirlikteYaparız”(Muhittin Böcek: 5 Mart 2019)

Son olarak popülizmin ötekileştirme özelliği bağlamında incelenen adaylar Antalya adaylarıdır. Burada da diğer illerde gördüğümüz yaklaşım karşımıza çıkmaktadır. Menderes Türel ve Muhittin Böcek’in gönderilerinde herhangi bir dışlayıcı ya da düşmanlaştırıcı söyleme rastlanılmamıştır. Bununla birlikte Menderes Türel’in kucaklayıcı ya da herkesi eşit göreceğini ifade eden bir söylemine de rastlanmamıştır. Muhittin Böcek ise yukarıda örneğini aldığımız kucaklayıcı ve herkese eşit mesafede olacağını belirten gönderisi mevcuttur. Böcek bu söyleminde hangi partiye gönül vermiş olursa olsun bütün vatandaşları kucaklayacağına dair yaklaşımda bulunmuştur.

SONUÇ

Birçok farklı tanıma sahip olan ve ülkeden ülkeye farklı özelliklerle ortaya çıkan popülizm Türkiye’de de özgün bir formatta karşımıza çıkmaktadır. Avrupa’da ve ABD’de genellikle mülteci ve göçmen grupları ya da dini bir grubu ötekileştiren ve

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

düşmanlaştıran söylemler popülist unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Elde edilen verilere göre ise Türkiye’de popülizm genellikle geleneksel ve muhafazakâr değerler bağlamında ortaya çıktığı görülmektedir. Avrupa ve ABD’de örneklerinde görülen popülizm, ülkede yaşanan olumsuzlukların sebebi olarak göçmen ve mülteci gibi azınlık gruplar sorumlu tutulmaktadır. Bu durum son dönemlerde mülteci nüfusunun oldukça yüksek olduğu ve artmaya devam ettiği Türkiye için de geçerli olduğu söylenebilir. Özellikle Suriyeli ve Afganistanlı mülteciler bu bağlamda popülist söylemlerin hedefi olmaktadır. Örneğin, Sırma ve Parlak (2020)’ in Türkiye’de 24 Haziran Seçimleri üzerinden yapmış oldukları bir araştırmada cumhurbaşkanı adayı olan Muharrem İnce’nin mültecilere yönelik olumsuz söylemleri üzerinden popülist unsurlar tespit etmişlerdir. Ancak bu durum 31 Mart yerel seçimlerinde, incelediğimiz gönderiler bağlamında, karşılaşılan bir durum değildir.

31 Mart yerel seçimlerde belediye başkan adaylarının söylemlerinde yukarıda örneklendirildiği gibi azınlık gruplara karşı olumsuz söylem ve yaklaşımlarla karşılaşılmamıştır. Bunun aksine yerel seçimler bütünüyle ve kucaklayıcı söylemlerin etkisinde gerçekleşmiştir. Adaylar Twitter gönderilerinden anlaşıldığı üzere toplumun her kesimini kapsayacak söylemlerde bulunmaya dikkat etmişlerdir. İstanbul’da oldukça yoğun mülteci nüfusu olmasına rağmen İstanbul adayı Ekrem İmamoğlu ve Binali Yıldırım’ in bu konuda olumsuz bir söyleme başvurmadıkları görülmüştür. Özellikle “İstanbul İttifakı” ve “16 Milyon İstanbullu İçin” söylemleriyle ön plana çıkan Ekrem İmamoğlu buna örnek teşkil etmektedir.

Geleneksel ve muhafazakâr söylemler genellikle milli, dini ve aile ile ilişkili kavramlar çerçevesinde geliştirilmiştir. Nitekim bu kavramlar muhafazakâr düşüncenin/yaklaşımın temelini oluşturmaktadır (Dural, 2004: 124). Adaylar sıklıkla milli, dini ve aile ile ilişkili kavramlar üzerinden söylem geliştirmişlerdir. Binali Yıldırım, Mehmet Özhaskeci ve Mansur Yavaş gibi isimler genellikle milli değerler üzerinde popülist söylemlerde bulunmuşlardır; vatan, bayrak gibi milli kavramlara söylemlerinde sık sık yer vermişlerdir. Bu noktada Ali Nur Aktaş en çok dini söyleme başvuran isim olmuştur. Aktaş’ın söylemlerinde yalnızca dini günlerde değil birçok söyleminde dini kavramlara yer verildiği görülmüştür. Seçim süresince en çok

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

konusulan isimlerin başında gelen Ekrem İmamoğlu ise söylemlerinde “çocuk” ve “anne” gibi toplumun değerlerini yansıtan ailevi değerlere sıklıkla başvurmuştur. İmamoğlu’nun bu tarz söylemleri popülist söylem çerçevesinde değerlendirilebilir.

Geleneksel ve muhafazakâr söylemler bağlamında elde edilen bulgular daha önce yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Sırma ve Parlak (2020)’ ın yapmış oldukları çalışmada dini kavramlar ve dini söylemler üzerinden popülizmin varlığına dair tespitlerde bulunulmuştur. Benzer bir çalışmada Şen ve Altın (2020), popülizmin Türkiye siyasetindeki varlığından söz etmişler ve geleneksel ve muhafazakâr söylemlerin ön plana çıktığı sonucuna ulaşmışlardır.

KAYNAKÇA

- AKTAN, C. C. (2007). Muhafazakarlık ve Liberal Düşünce. Köprü Dergisi.
- ALPAY, Y. (2021). Yalanın Siyaseti. Destek Yayınları, 17. Baskı.
- ARIBOĞAN, D. Ü. (2020). Politik Karar, Tutum ve Davranışlarımızı Bireyselden Toplumsala Uzanan Bir Yelpazede Anlama ve Açıklama Kılavuzu Olarak Politik Psikoloji. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- BAHADIR, Z. (2021). Sağcılığın İki Hali: Sağ Popülizm ve İdeolojik Sağ Adnan Menderes - Aydın Menderes Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- BERİŞ, H. E. (2019). Demokrasiye Neler Oluyor? Popülizm ve Otoriterleşme Tartışmalarına Bir Bakış. Liberal Düşünce Dergisi, 0–3.
- BULUT, A., & Hacıoğlu, N. (2018). Bir Siyasi İletişim Stili Olarak Popülizm: Akp’nin Popülist Siyasal Söyleminin Karşılaştırmalı Analizi. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. <http://jps.istanbul.edu.tr>
- ÇAMURCUOĞLU, G. (2019). Çoğunlukçu Demokrasiye Yöneliş Olarak Popülizm. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi.
- ÇELİK, H., & EKŞİ, H. (2002). Söylem Analizi. Journal of Environmental Conservation Engineering.
- ÇETİN, M. (2020). Popülizm ve Salgınla Ulus Devlete Geçiş, Gıda Tedarik Zinciri İle Birliğe Dönüş. Euro Politika.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

DUMAN, D. D. (2020). Popülist Söylemin Seçmen Davranışlarına Etkisi: Jair Bolsonaro'nun Seçim Kampanyasının İncelenmesi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi.

DURAL, A. B. (2004). Muhafazakarlığın Tarihsel Gelişimi Ve Muhafazakar Söylem. Muhafazakar Düşünce Dergisi. 121–133.

ENGESSER, S., ERNST, N., ESSER, F., & BÜCHEL, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. Information Communication and Society.

ERDOĞAN, E., & ERÇETİN, T. (2019). Popülist Liderlerin Başarısına Medya Sistemleri Perspektifinden Bir Bakış: Birleşik Krallık, Hollanda ve Türkiye Karşılaştırması. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi.

GÜL, S. S., & NİZAM, Ö. K. (2020). Sosyal Bilimlerde İçerik Ve Söylem Analizi. Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute.

GÜNDÜZ, Ş. (2021). Maniheizm. www.islamansiklopedisi.com

GÜNGÖR, B. (2020). Söylem Yaklaşımı Üzerine Bir Kavram Çalışması Ve Eleştirel Söyle Analizi. Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi.

HAWKİNS, K. A. (2009). Is Chávez populist?: Measuring populist discourse in comparative perspective. Comparative Political Studies.

HAWKİNS, K. A., Riding, S., & Mudde, C. (2012). Measuring Populist Attitudes. http://works.bepress.com/cas_mudde/72/

HOUGHTON, D. P. (2009). Political Psychology: Situations, Individuals, and Cases. Routledge.

İNAN, E. (2015). Politik Psikoloji ve Siyasal İletişim. Kamu Diplomasisi Enstitüsü - [Www.Kamudiplomasisi.Org](http://www.kamudiplomasisi.org).

JOST, J. T., & SİDANIUS, J. (2004). Political Psychology. In Social Psychology.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

KANSU, A. F., & TARHAN, N. (2018). Politik Psikoloji ve Politik Öz-Yeterlik. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.

KARAGÜL, S., & GÜDER, B. E. (2020). Dış Politikada Popülist Söylem ve Girişimler: Trump Siyaseti ve Brexit Süreci. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi.

KAYA, A. (2020). Avrupa’da Popülist Sağın Yükselişi: Çeşitlilik Ve Birlik İçerisinde Kaybolanlar. Eğitim Bilim Toplum Dergisi. 128-155

KILIÇ, Z. A. (2020). Rousseau ve Popülizm. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi.

KURTBAŞ, İ. (2015). Seçmen Psikolojisine Dair Psiko-Politik Bir Tahlil “Politik Psikoloji Ekseninde Deneysel Bir Çalışma.” Journal of Administrative Sciences and Policy Studies.

MOFFİTT, B. (2020). Popülizmin Küresel Yükselişi: Performans, Siyasi Üslup ve Temsil (1st ed.). İletişim Yayınları.

MUDDE, C., & Kaltwasser, C. R. (2019). Popülizm: Kısa Bir Giriş (E. Kök (ed.); 1st ed.). Nika Yayınevi.

MÜLLER, J.-W. (2020). What Is Populism? Princeton Readings in Political Thought, 758–761.

ORHAN, S. (2020). Popülizm, Liberal Demokrasi ve Faşizm Denklemi. In Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi.

PARLAK, İ. (2020). “Türkiye’ de Popülizm - Demokrasi İlişkisi: 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Üzerine Bir Değerlendirme”. Memleket Siyaset Yönetim Dergisi.

PRUYSERS, S. (2021). A psychological predisposition towards populism? Evidence from Canada. Contemporary Politics.

ŞEN, A. F., & Altın, Ş. Y. (2020). Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi.

BATUR, Atakan ve Geçer, Ekmel (2023). Sosyal Medyada Popülist Söylem ve Politik Psikoloji: 2019 Türkiye Yerel Seçimleri Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1182-1211

ŞİMŞEK, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. Global Media Journal TR Edition.

SIRMA, E., & PARLAK, İ. (2020). Türkiye’de Popülizm - Demokrasi İlişkisi: 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Üzerine Bir Değerlendirme. Memleket Siyaset Yönetim Dergisi.

STANLEY, B. (2008). The thin ideology of populism. Journal of Political Ideologies.

TAGGART, P. (2000). Populism. Concepts in the Social Science. Open University Press.

WODAK, R. (2015). The politics of fear: What right-wing populist discourses mean. Sage Publication.

YETKİN, B. (2016). Popülizmin Gölgesinde Siyaseti ve Siyasal İletişimi Anlamak. Erciyes İletişim Dergisi.

YETKİN, B. (2020). Yeni Popülizm ve Yeni Medya : Siyasal İletişim ve Sosyal Medya Çerçevesinde Bir Tartışma. Bilgin Kültür Sanat Yayınları Social Sciences 4: Multidisciplinary Studies, 304–316.

YILMAZ, C., AYGÖREN, O., & ÖZDEMİR, Ö. (2012). Türkiye’de siyasi kutuplaşmayı oluşturan unsurlar: Seçmen tercihlerinde ekonomik oy verme davranışından toplumsal travma kuramına kadar bir dizi etkenin görece etkileri. İktisat İşletme ve Finans.

YILMAZ, R. (2020). Politik Psikoloji Açısından Günümüz Türkiye’si. Gazete Duvar.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.