

TÜRKİYE GÜVEN ARAŞTIRMASI

2023 SEÇİMLERİ KAMPANYA ANALİZİ

TWITTER/X İÇERİĞİ RAPORU

MART, 2024

Giriş

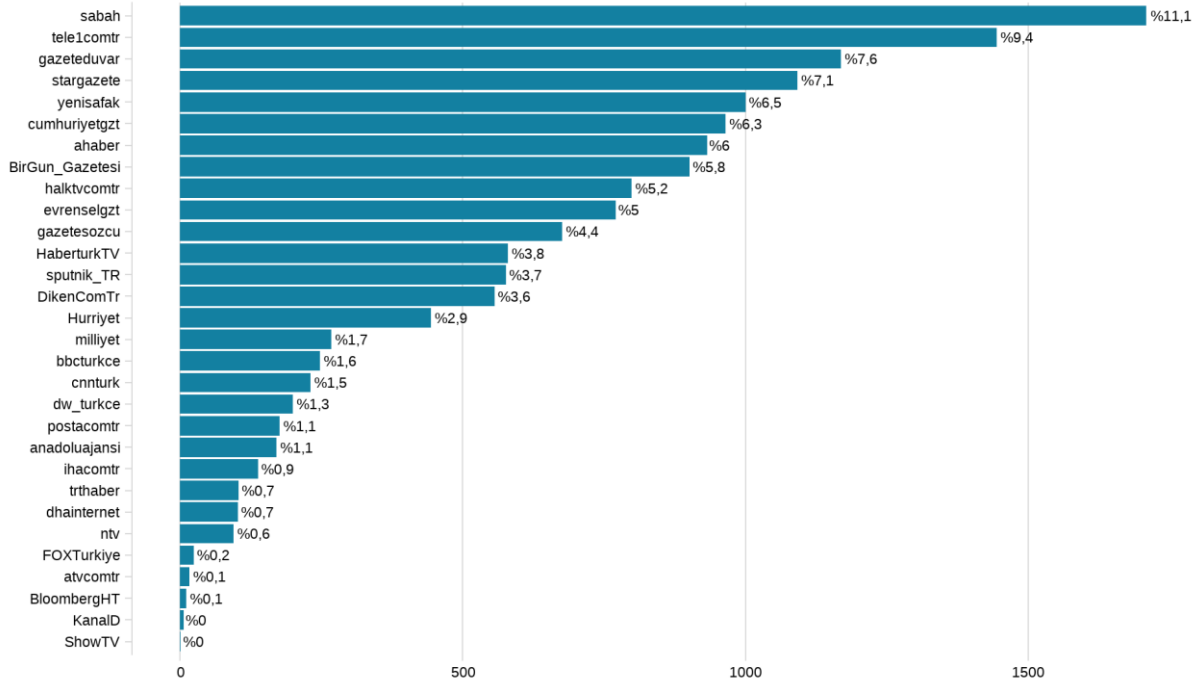
Bu rapor 2022 yılında TÜBİTAK 1001 Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenmeye hak kazanan Türkiye Güven Araştırması'nın (TGA) iş paketlerinden biri olan seçim kampanyaları takibi çalışmalarındaki ilk parçayı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda 2023 Cumhurbaşkanlığı ve parlamento seçim döneminde yayınlanmış haberlerin hem sosyal medya hem de geleneksel medya üzerinden içerik takibi yapılmıştır. Sosyal medya platformu olarak Twitter/X üzerinden, akademik API aracılığıyla 1-14 Mayıs 2023 tarihleri arasında 15.407 gönderi toplanmıştır. "Negative Campaigning in Turkish Elections" (Toros, 2015) isimli makaleden alınan kod şeması yenilenecek içerik analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu gönderilerin haber türü olarak niteliği, alıntılı olduğu kaynaklar (söyleyen kişi/parti), hedeflediği parti veya siyasi aktörler tespit edilmiştir. Ardından içeriğin negatif olup olmadığı ve kişiselleştirme içerip içermediği ortaya konmuştur. Bu doğrultuda kişiselleştirmenin siyasi aktörler üzerinden okunması ve magazinleştirme için özel hayata referans verilmesi durumu göz önünde bulundurulmuştur. Magazinleştirme kategorisi altında değerlendirilen içerikler için Van Aelst vd. (2012)'nin kodlama şemasından yararlanılmıştır.

Bu raporda, ilk olarak "Verilere Genel Bakış" başlığı altında verilerin bütününe ilişkin betimsel istatistik sunulacaktır. Ardından, söz konusu veriler görünürlük, ton, zamansal odak, kişisel içerik, siyasi içerik ve basın-parti paralelizmi açısından ayrı ayrı blok, ittifak ve parti bağlamında değerlendirilecektir.

Türkiye Güven Araştırması, bilime, siyasete ve medyaya olan güven dalgalanmalarının kalitesiz enformasyon kaynaklı olduğunu ileri sürmektedir.

VERİLERE GENEL BAKIŞ

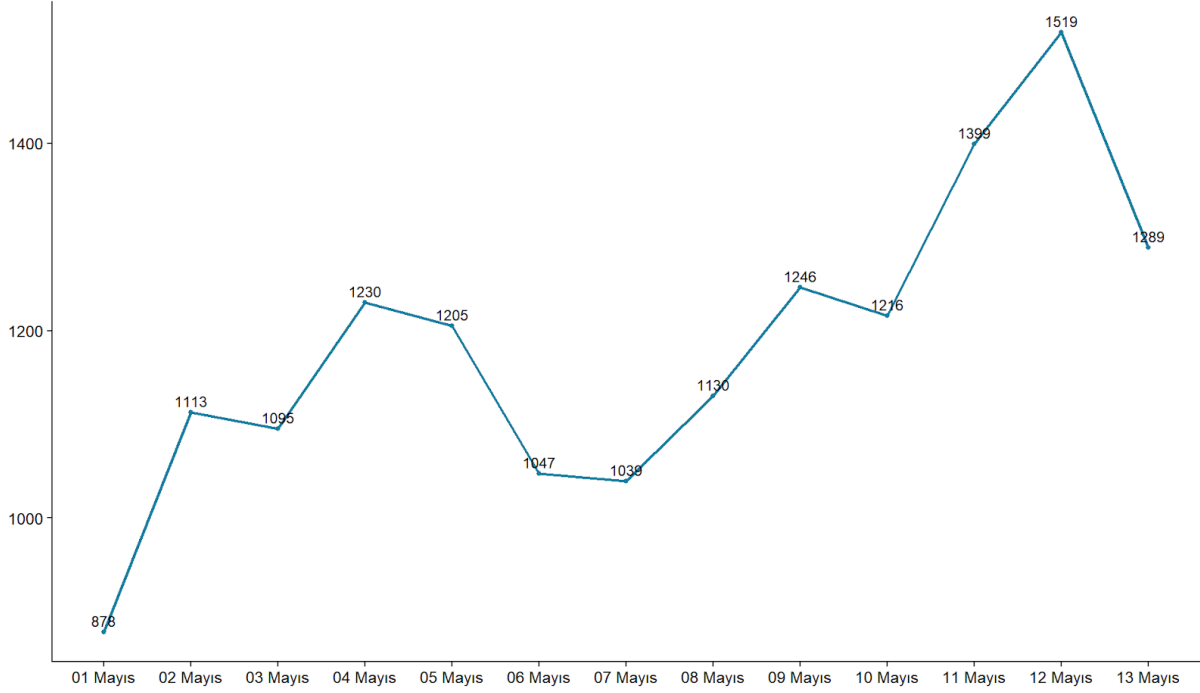
Sosyal medya platformu olarak Twitter/X üzerinden, akademik API aracılığıyla en fazla takipçisi olan 50 Türkçe haber sitesi hesabından seçim kampanyaları dönemine denk gelen 1-14 Mayıs 2023 tarihleri arasında paylaşılan gönderiler, parti ve siyasetçi isimleri yanında seçimle ilişkili terimlerle filtrelenerek toplam 15.407 gönderi toplanmıştır. Yapılan içerik analizinde siyasi aktörlerin açıklamalarını doğrudan alıntılıyan haber içerikleri incelenmiş; köşe/düşünce yazısı, siyasi haber veya yorumlanmış içerikler analizin dışında bırakılmıştır. Bu doğrultuda ilgili raporda paylaşılan bulguların büyük bir kısmı yalnızca siyasi aktörlerin açıklamalarını doğrudan alıntılıyan haber içeriklerine yöneliktir. Toplanan 15.407 gönderinin 5323 tanesinin siyasetçi/siyasi aktör açıklaması olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Haber Hesaplarına Göre Gönderi Sayıları ve Yüzdeleri

Şekil 1, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde, Twitter/X'te gönderilerini topladığımız hesapların gönderi aktivitesini göstermektedir. Paylaşılan gönderilerin 1500'den fazlasının, yüzde 11 gibi yüksek bir oranla @sabah'a ait olduğu, hemen ardından yüzde 9 oranında paylaşım

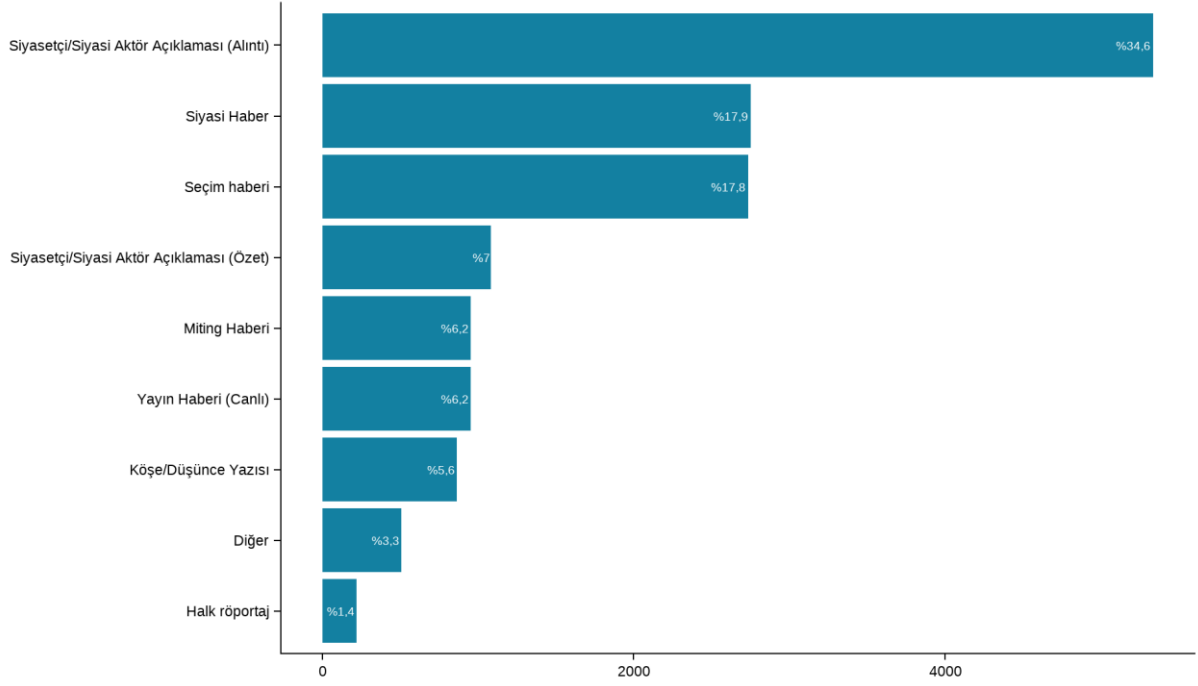
yüzdesi ile @tele1comtr'in geldiği görülmektedir. @FoxTurkiye, @atvcomtr, @BloombergHT, @KanalD ve @ShowTV gibi konvansiyonel medyada aktif olarak takip edilen medya hesaplarının sosyal medya aktivitesinin diğerleriyle karşılaştırıldığında daha düşük olduğu görülmektedir. Medya kuruluşlarının ideolojik eğilimlerinin gönderi paylaşım düzeyinde belirgin fark yaratmadığı gözlemlenmiştir.



Şekil 2. Günlere Göre Gönderi Sayıları

Şekil 2, 1 Mayıs 2023 ile genel seçimlerin ilk turu olan 14 Mayıs tarihinden bir gün öncesine kadar paylaşılan gönderi sayısını göstermektedir. Grafik beklendiği üzere seçime doğru paylaşılan gönderilerin sayısının arttığını ve seçim yasaklarının başladığı 13 Mayıs'ta bir düşüş yaşandığını göstermektedir. Ancak 6 Mayıs'tan 7 Mayıs'a kadar olan süreçte paylaşımların azaldığı görülmektedir. Gönderilerin belirgin bir şekilde azaldığı bu dönemin, seçim öncesi düzenlenen büyük mitinglerle eş zamanlı olduğu ve hafta sonuna denk geldiği gözlemlenmektedir.

Seçim tarihi
yaklaştıkça gönderi
sayısında artış
gözlemlenmektedir.

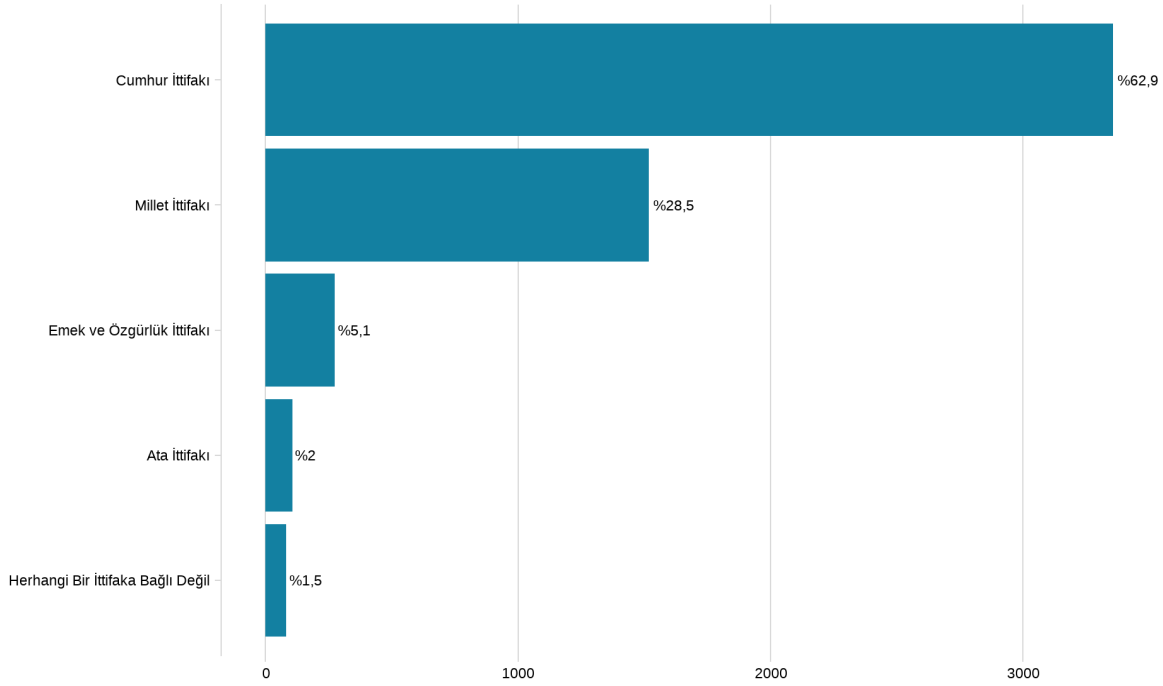


Şekil 3. Türlerine Göre Gönderi Sayıları ve Yüzdeleri

Sosyal medya platformu Twitter/X'te paylaşılan 15.407 içerik, Şekil 3'te görüldüğü üzere sekiz farklı kategoriye ayrılmıştır. Bu paylaşımların yüzde 35'ini "Siyasetçi/Siyasi Aktör Açıklaması (Alıntı)" oluşturmaktadır. "Siyasi Haber" ve "Seçim Haberi" başlıkları ise ayrı ayrı yüzde 18'lik bir orana sahiptir. Devam eden başlıklar sırasıyla yüzde 7 Siyasetçi/Siyasi Aktör Açıklaması (Özet)", yüzde 6 "Miting Haberi", yüzde 6 "Yayın Haberi (Canlı)", yüzde 6 "Köşe/Düşünce Yazısı", yüzde 3 "Diğer" ve yüzde 1 "Halk Röportaj" şeklindedir.

GÖRÜNÜRLÜK

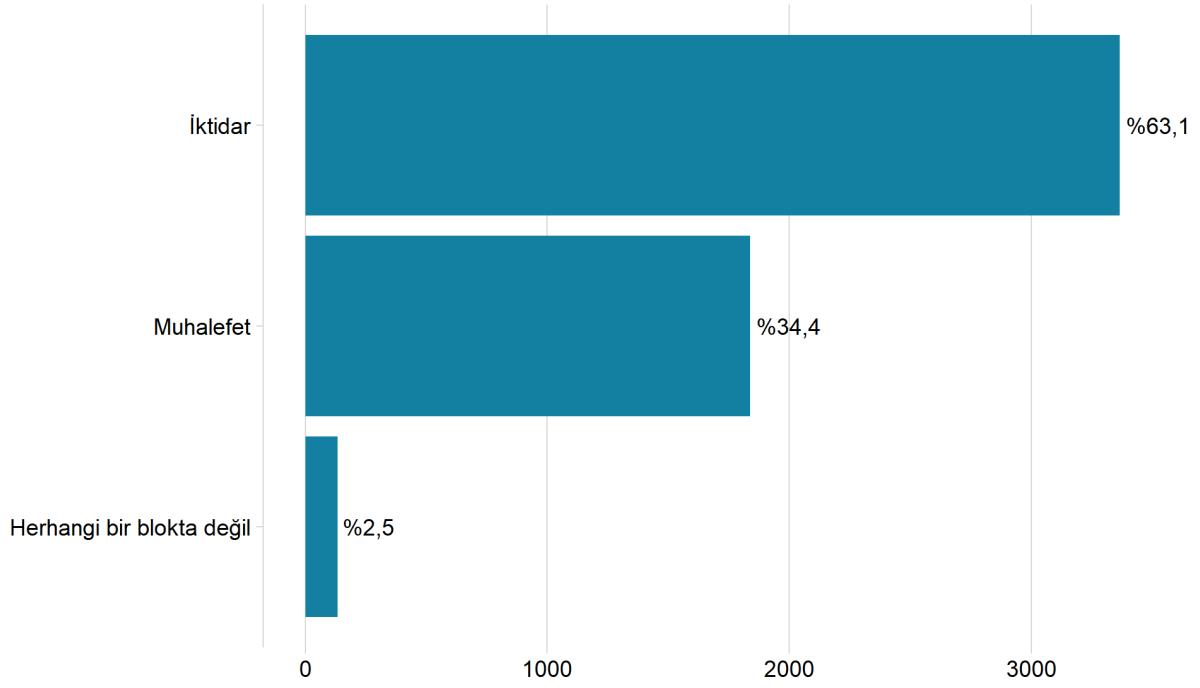
Siyasi kampanyalarda medya görünürlüğü, bir seçimin sonucunu önemli ölçüde etkileyebilecek kritik bir faktördür. Medya görünürlüğü gazetecilik tarzı, editoryal seçim kriterleri ve ideolojik konum gibi pek çok unsur çerçevesinde şekillenir ve sonuç olarak her siyasi aday, parti veya ittifak eşit derecede ilgi görmez. Bu çerçevede 14 Mayıs seçimi için belirlenen zaman aralığında haber hesaplarının en fazla hangi siyasetçi, ittifak ve partinin açıklamalarına yer verdiğini anlamak için siyasetçilerin kampanya mesajlarını alıntılıyan gönderiler görünürlük açısından analiz edilmiştir.



Şekil 4. İttifakların Genel Görünürlüğü

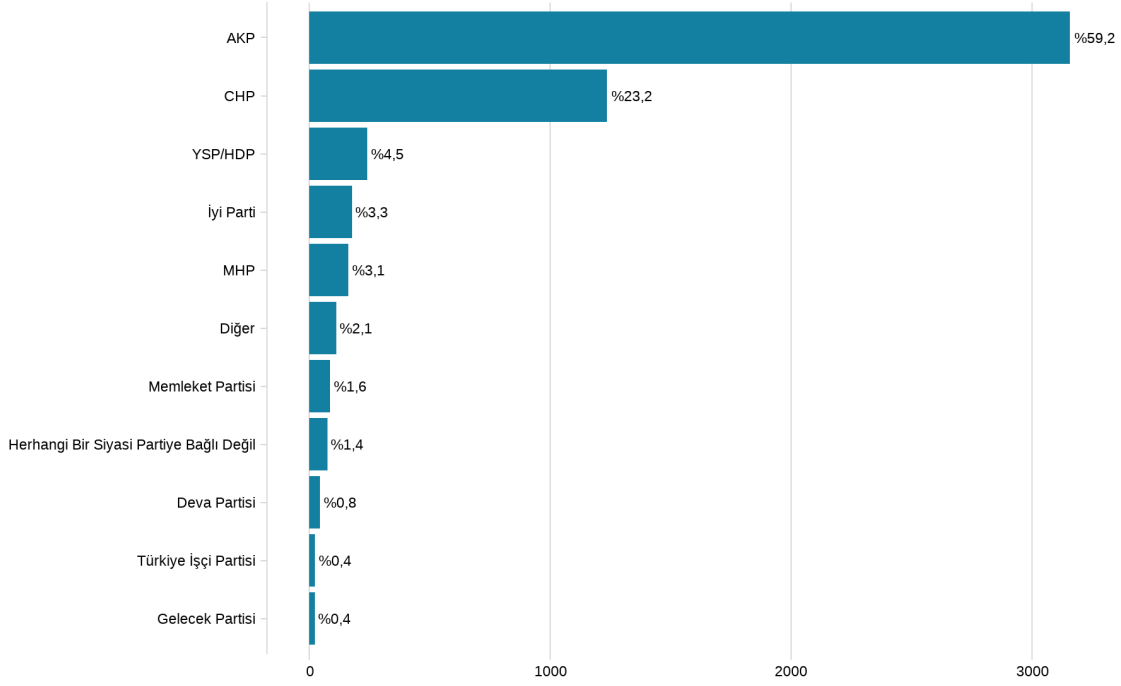
Şekil 4, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde paylaşılan gönderilerde görünürlüğün ittifak bazında incelenmesini göstermektedir. Cumhuriyet İttifakı yüzde 62,9'luk bir oranla en yüksek görünürlüğe sahip iken, Millet İttifakı yüzde 28,5'lik oranla onu takip etmektedir. Emek ve Özgürlük İttifakı yüzde 5,1 ile üçüncü sırada gelmektedir. Ata İttifakı yüzde 2 görünürlük oranıyla dördüncü sırada yer alırken, bağımsız adaylar ve herhangi bir ittifaka bağlı olmayanlar yüzde 1,5'lik bir oranla en düşük görünürlüğe sahiptir. Söz konusu grafik, incelenen Twitter/X hesaplarının paylaşımlarında Cumhuriyet İttifakı'nın açıklamalarına diğer ittifaklar ve bağımsız adaylara kıyasla daha fazla yer verildiğini göstermektedir.

Twitter/X içeriklerinde Cumhuriyet İttifakı diğer ittifaklara nazaran daha fazla görünürlüğe sahip oldu



Şekil 5. Blokların Genel Görünürlüğü

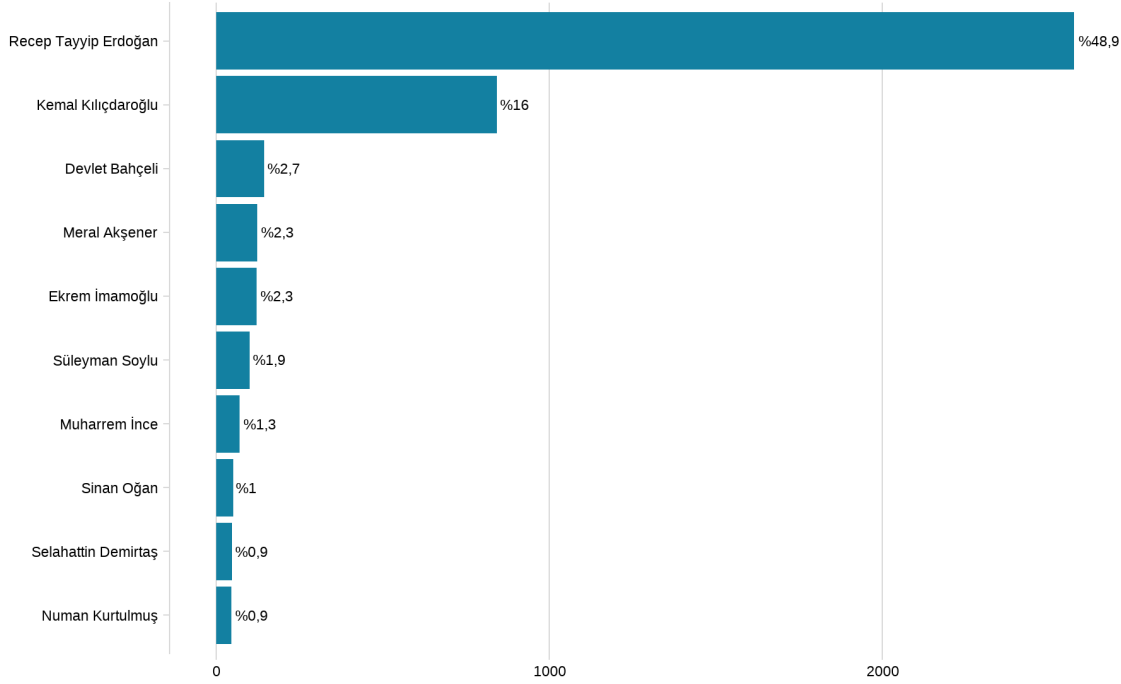
Şekil 5, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde paylaşılan gönderilerde görünürlüğün blok bazında incelenmesini göstermektedir. Grafiğe göre siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarında iktidar bloğunun görünürlük oranı yüzde 63,1 iken muhalefet bloğunun görünürlük oranı yüzde 34,4 şeklindedir. Herhangi bir bloğa bağlı olmayan siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarının ise yüzde 2,5 gibi düşük bir oranda kaldığı görülmektedir.



Şekil 6. Partilerin Genel Görünürlüğü

Şekil 6, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde paylaşılan gönderiler üzerinden açıklamaları en çok alıntılanan partilerin karşılaştırmalı bir analizini sunmaktadır. Grafik, paylaşılan gönderilerin yüzde 59,2'sinin AKP'ye bağlı siyasi aktörlerin açıklamalarına, yüzde 23,2'sinin CHP'ye bağlı siyasi aktörlerin açıklamalarına daha fazla yer verdiğini göstermektedir. Parti bazında sosyal medya görünürlüğü açısından üçüncü sırada yüzde 4,5 ile YSP/HDP gelmektedir. Gelecek Partisi bu dönemde paylaşılan gönderilerde alıntılanma oranı yüzde 0,4 ile en düşük parti olmuştur. 20'den daha az sayıda alıntılanan partiler Diğer kategorisi altında toplanmıştır.

Twitter/X içeriğinde bulunan siyasi beyanatların yüzde 60'ı Adalet ve Kalkınma Partisi hakkında idi.



Şekil 7. En Yüksek Görünürlüğe Sahip On Siyasetçi

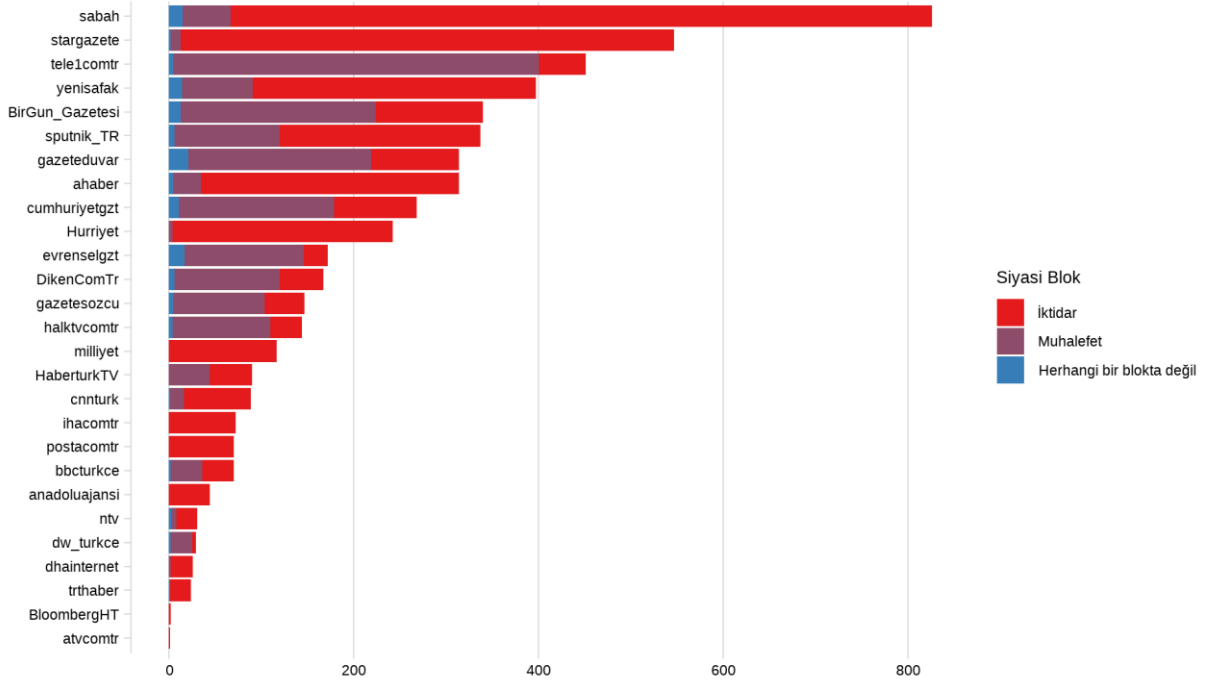
Şekil 7, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde paylaşılan gönderiler üzerinden açıklamaları en çok alıntılanan siyasetçilerin/siyasi aktörlerin karşılaştırmalı bir analizini sunmaktadır. Söz konusu grafikte içerik analizine tabi tutulan 5323 gönderi arasından yüzde 49'unun Recep Tayyip Erdoğan'ın açıklamalarına yer verirken, yüzde 15,8'nin Kemal Kılıçdaroğlu'nun açıklamalarını içerdiği görülmektedir. Toplam gönderilerin yarısından fazlasının siyasetçi/siyasi aktör açıklaması olmaması nedeniyle analiz dışında tutulduğu unutulmamalıdır.

Twitter/X içeriğinde bulunan siyasi beyanatların sadece 20'si muhalefet bloğu hakkında idi

BASIN-PARTİ PARALELİZMİ

Basın-parti paralelizmi, medya kuruluşları ile siyasi partiler arasındaki uyum ve yakınlık temelinde medya kuruluşları ile siyasi partiler arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir kavramdır. Bu olgu medya kuruluşlarının yayıncılık anlayışı ve haber içerikleri belli siyasi ideolojiler veya partilerle aynı çizgide olduğunda görülmektedir. Terim ilk kez Colin Seymour-Ure tarafından 1974 tarihli "The Political Impact of Mass Media" (Kitle İletişim Araçlarının Siyasi Etkisi) adlı kitabında öne sürülmüştür. Basın-parti paralelizminin düzeyi ülkeden ülkeye değişmekle birlikte özellikle Türkiye gibi siyasi olarak kutuplaşmış ülkelerde yüksek olduğu bilinmektedir (Çarkoğlu vd., 2014). Çoğulcu demokrasinin bir çıktısı olarak basın özgürlüğü ve çoksesli habercilik anlayışı, totaliter toplumlarda kendini basın-parti paralelizmi bağlamında göstermektedir. Bu başlık altında

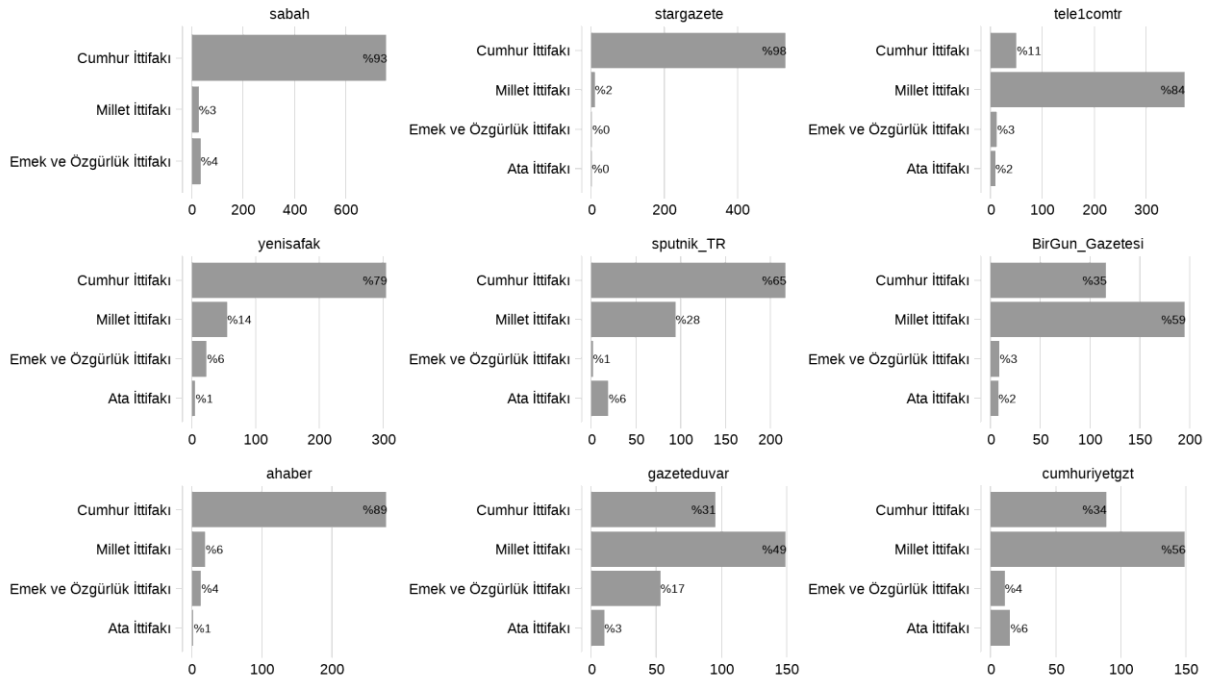
siyasetçi alıntısı içeren gönderiler, basın-parti paralelizmi bağlamında değerlendirilecektir.



Şekil 8. Blok Bazında Basın-Parti Paralelizmi

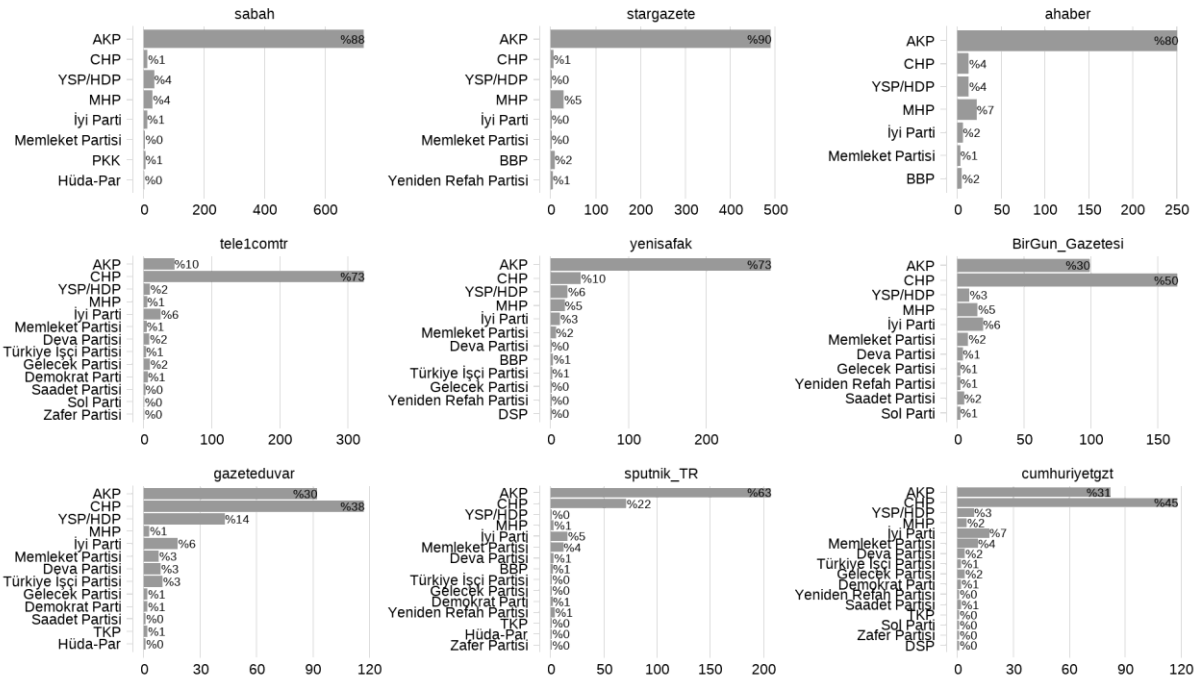
Şekil 8’de, iktidar ve muhalefet bloğunda yer alan siyasi aktörlerin açıklamalarına ne ölçüde yer verildiği, siyasi haber içeriği üreten 26 sosyal medya hesabı üzerinden incelenmiştir. Söz konusu grafik, ideolojik yelpazenin sağ tarafına yakınlığı ile bilinen gazete ve haber kuruluşlarına ait sosyal medya hesaplarının, iktidar bloğu siyasi aktörlerinin açıklamalarına daha fazla yer verdiğini göstermektedir. Benzer durum, muhalefet bloğu siyasi aktörlerinin açıklamalarına daha sık yer veren sol eğilimli diğer hesaplar için de geçerlidir. Bu öngörülebilir sonuçların yanı sıra incelenen hesapların her birinde, herhangi bir blokta yer almayan partilerin siyasi aktörlerinin açıklamalarına belirgin biçimde az yer verildiği gözlemlenmiştir.

Herhangi bir blokta yer almayan partilerin siyasi aktörlerinin açıklamaları haber kaynaklarında neredeyse hiç görünmedi



Şekil 9. İttifak Bazında Basın-Parti Paralelizmi

Şekil 9, 2023 Türkiye Genel Seçimleri öncesinde en fazla gönderiye sahip 9 medya kuruluşuna ait sosyal medya hesabının siyasi aktörlerin açıklamalarına yer verme düzeyi ve açıklamaların niteliği üzerinden basın-parti paralelizmi incelemesini sunmaktadır. “@sabah”, “@stargazete”, “@ahaber”, “@yenisafak” gibi hükümete yakın haber içeriği üreten hesapların ve yanı sıra açık bir ideolojik yanlılığı olmayan “@Sputnik_TR” hesabının Cumhuriyet İttifakı’na bağlı siyasi aktörlerin açıklamalarına daha fazla yer verdiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra “@tele1comtr”, “@BirGun_Gazetesi”, “@gazeteduvar” ve “@cumhuriyetgzt” gibi sol eğilimli paylaşımları olan hesapların Millet İttifakı’na bağlı siyasi aktörlerin açıklamalarına ağırlık verdiği görülmektedir. Söz konusu durum, Türkiye’de basın-parti paralelizminin seçim dönemi paylaşılan gönderiler üzerinden belirgin şekilde kendini gösterdiğine işaret etmektedir.

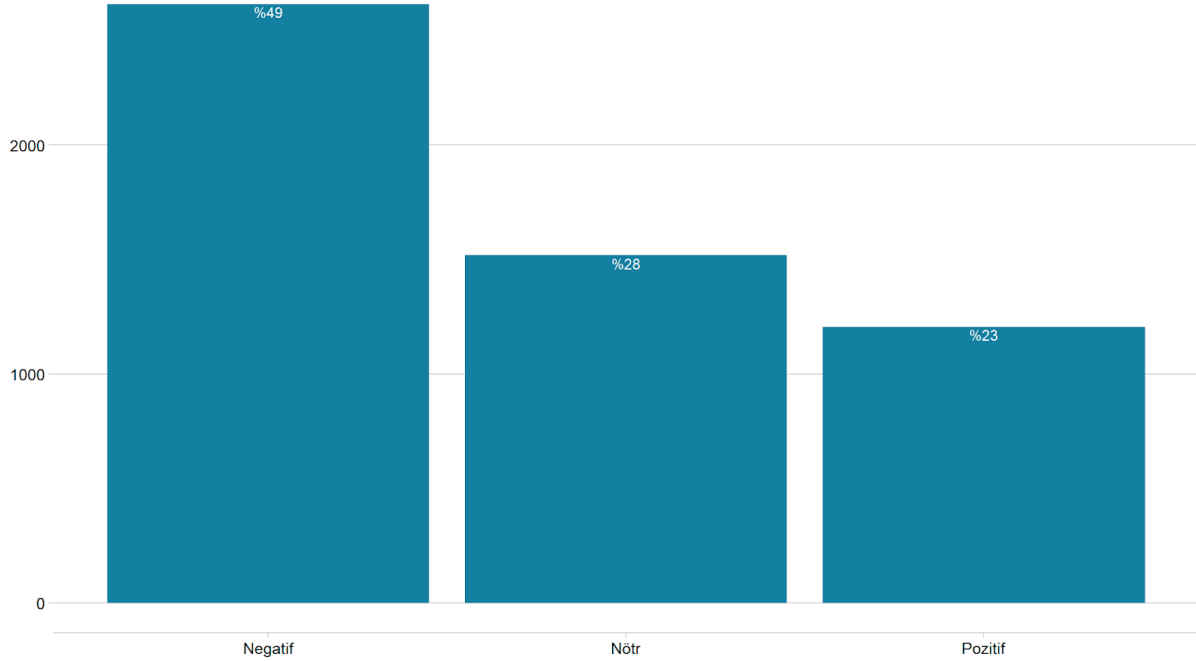


Şekil 10. Partilerin Haber Hesapları Bazında Görünürlüğü

Şekil 10, Türkiye Genel Seçimleri öncesinde en fazla gönderiye sahip 9 medya kuruluşuna ait Twitter/X hesabında partilerin siyasi açıklamalarına ne ölçüde yer verildiğini göstermektedir. “@sabah”, “@stargazete”, “@ahaber”, “@yenisafak” ve “@Sputnik_TR” hesabının AKP siyasi aktörlerinin açıklamalarına daha fazla yer verdiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra “@tele1comtr”, “@BirGun_Gazetesi”, “@gazeteduvar” ve “@cumhuriyetgzt” hesaplarının açık bir farkla CHP mensubu siyasi aktörlerin açıklamalarına daha çok ağırlık verdiği görülmektedir. Söz konusu analiz, Türkiye’de basın-parti paralelizmi bulgularıyla (Şekil 8 ve Şekil 9) tutarlı sonuç vermiştir. Bu grafikler, söz konusu partilerin görünürlüğünü negativite üzerinden değil, yalnızca alıntılanma üzerinden değerlendirmektedir.

GÖNDERİLERİN TONU

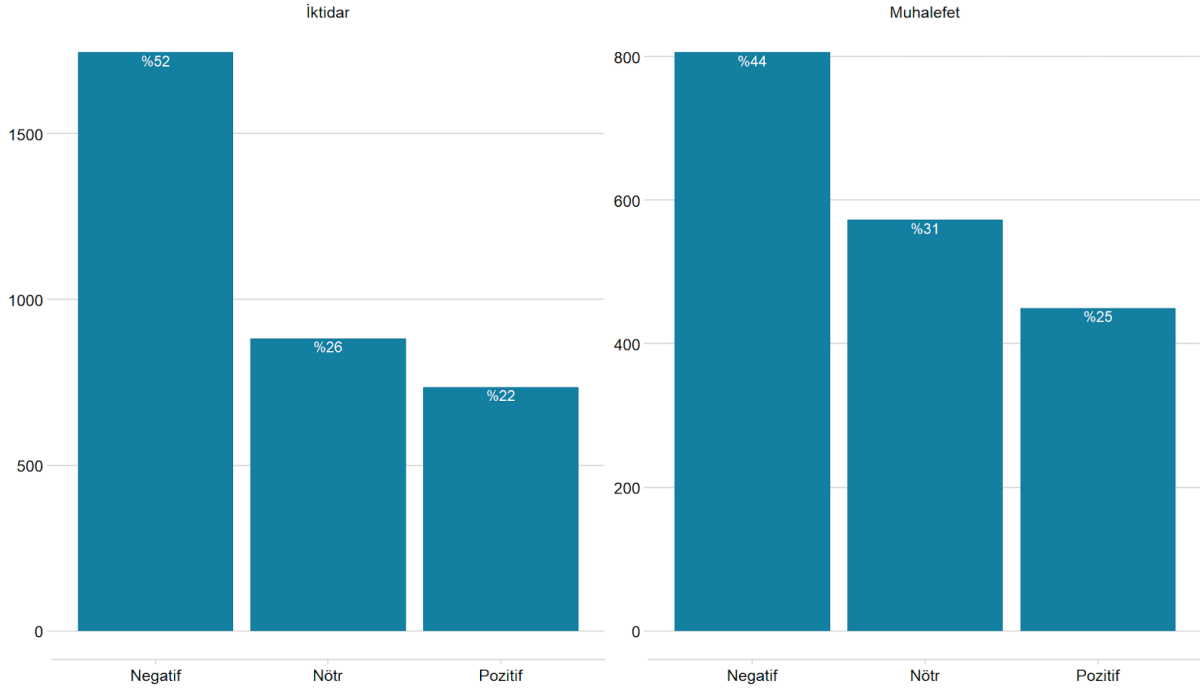
Bu başlık altında siyasetçi/siyasi aktörlerin seçim kampanyası boyunca yaptıkları açıklamaların tonu incelenmiştir. Bu açıklamalar “Pozitif”, “Negatif” ve “Nötr” olmak üzere üç başlık altında kategorize edilerek değerlendirilmiştir.



Şekil 11. Gönderilerin Genel Tonu

2023 Türkiye Genel Seçimleriyle ilgili gönderilerdeki alıntılanan siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarının tonu Şekil 11’de de görüldüğü gibi, 3 ayrı kategoride incelenmiştir. Bu paylaşımların yüzde 49’u negatif içeriklerden oluşurken yüzde 23’ü pozitif içeriklerden oluşmaktadır. Gönderilerin yüzde 28’inin ise nötr içerik olduğu görülmektedir.

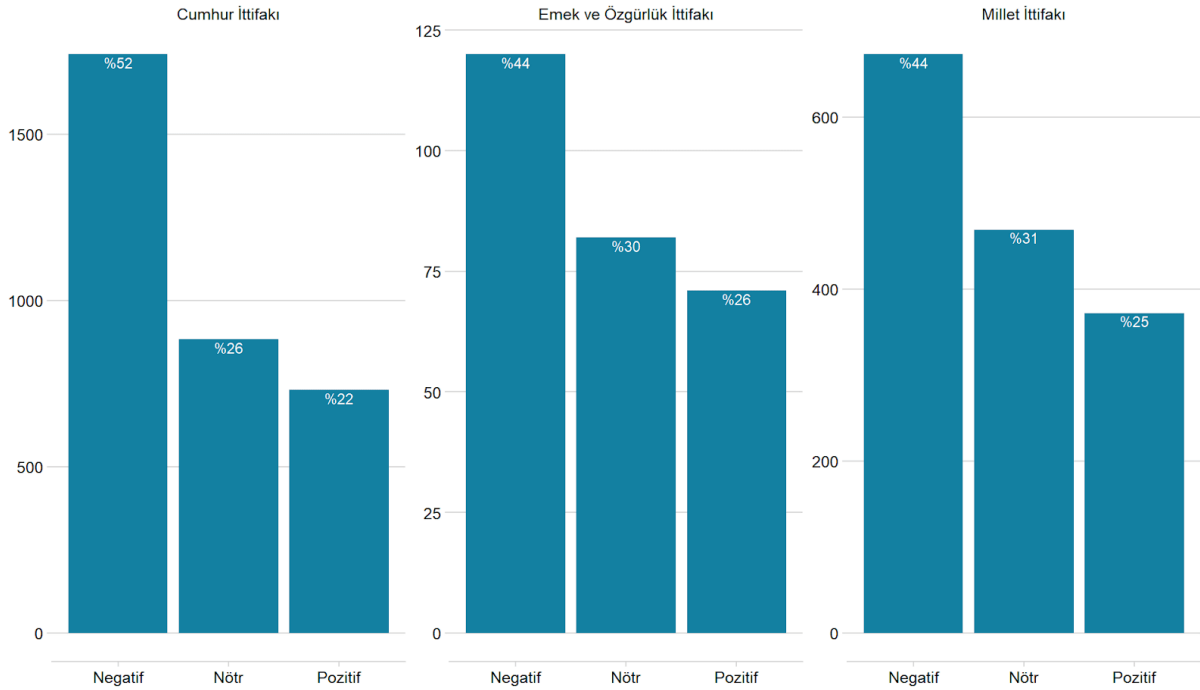
Twitter/X ortamındaki siyasi beyanatların yarısı negatif içerikte idi.



Siyasi beyanatlarda negatif ton ağırlıklı olarak iktidar bloğu tarafından kullanıldı.

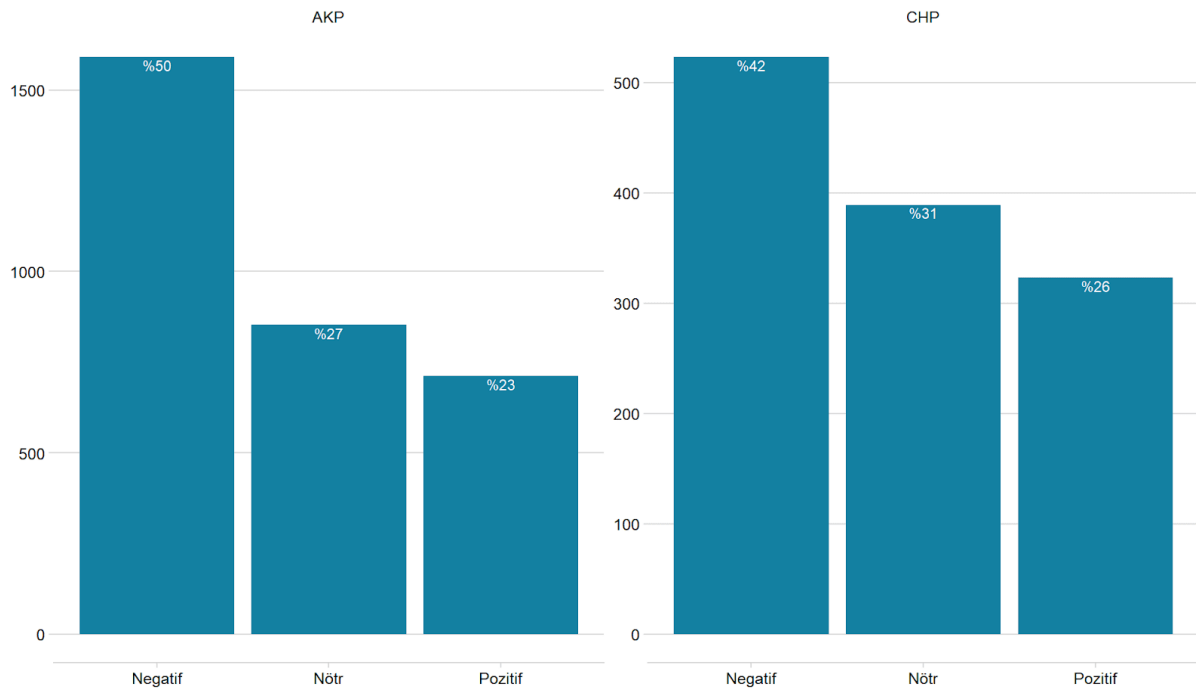
Şekil 12. Blok Bazında Ton

Şekil 12’de gönderilerin tonunun bloklardaki yansıması görülmektedir. Bu grafiklere göre iktidar bloğunda yer alan siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 52’si negatif içerikken yüzde 22’si pozitif içeriktir. Muhalefet bloğunda yer alan siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 44’ünün negatif, yüzde 25’inin pozitif olduğu görülmektedir.



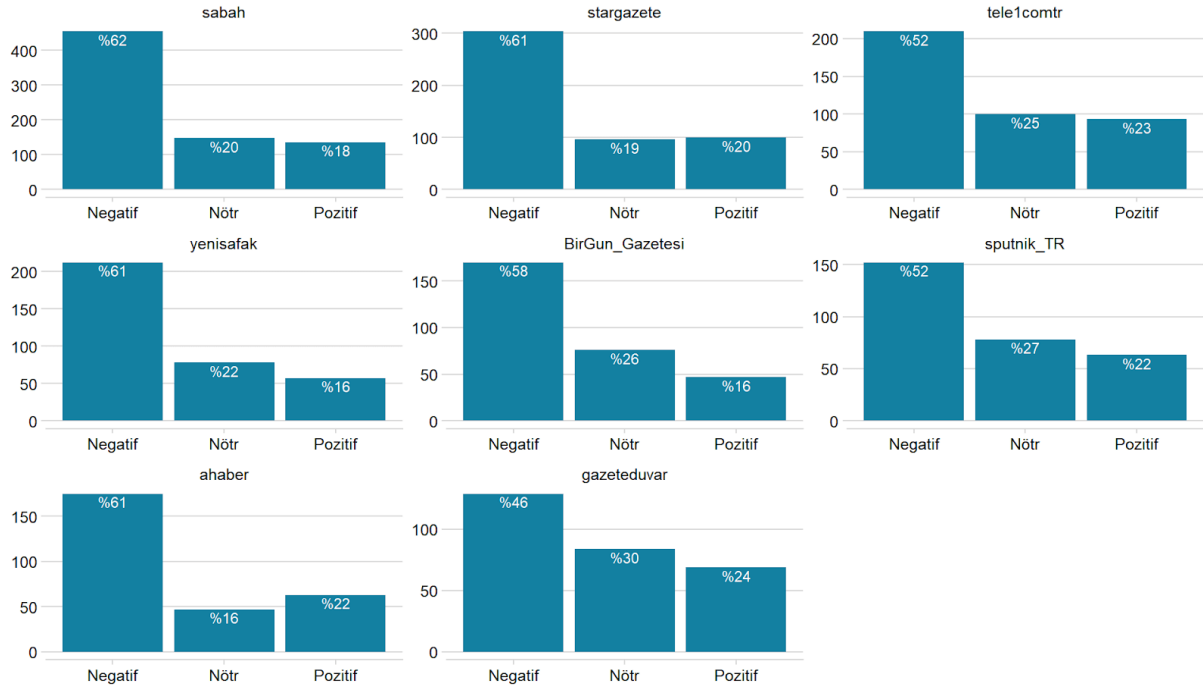
Şekil 13. İttifak Bazında Ton

Siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların içeriğinin tonu Şekil 13'te ittifaklar özelinde incelenmiştir. Cumhuriyet İttifakı'na mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 52'si negatif iken yüzde 22'si pozitiftir. Emek ve Özgürlük İttifakı'na mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 44'ünün negatif iken yüzde 26'sının pozitif olduğu görülmektedir. Millet İttifakı'na mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 44'ü negatif iken yüzde 25'i pozitiftir.



Şekil 14. Parti Bazında Ton

Şekil 14'te yer alan grafikler AKP ve CHP'ye mensup siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarının negatif, pozitif ve nötr olmak üzere üç seviyedeki dağılımını iki parti için ayrı ayrı göstermektedir. AKP'ye mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 50'si negatif iken yüzde 23'u pozitiftir. CHP'ye mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin ise yaptığı açıklamaların yüzde 42'si negatif iken yüzde 26'si pozitiftir.

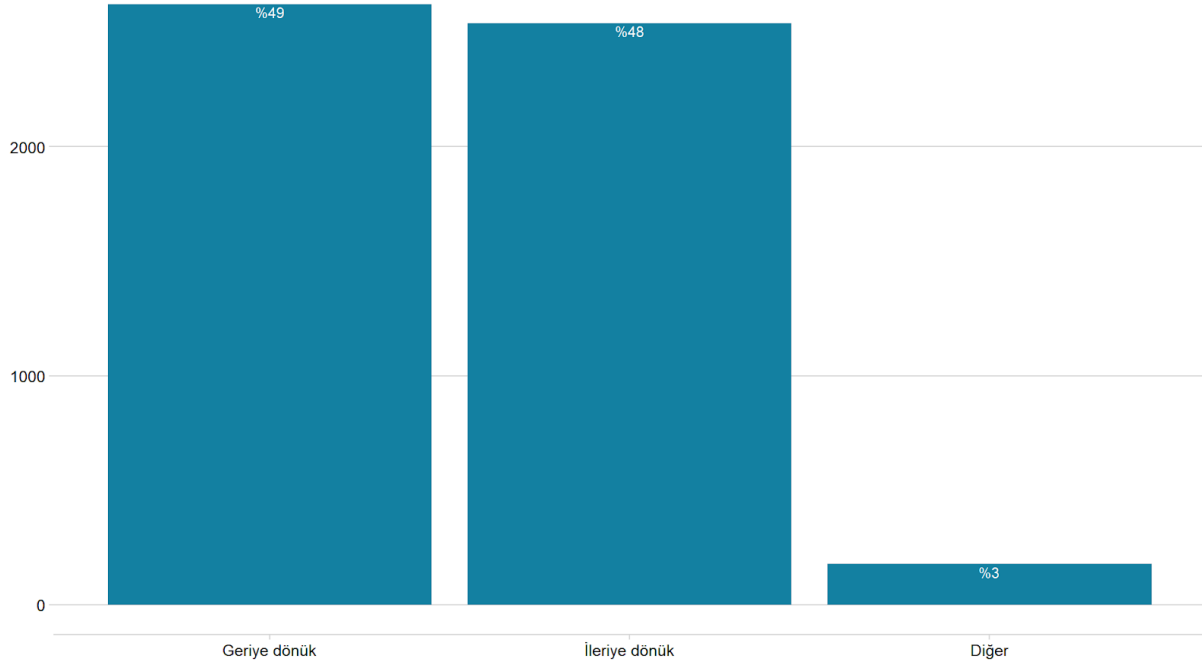


Şekil 15. Hesapların Genel Tonu

Şekil 15, 2023 Türkiye Genel Seçimleri hakkında siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarını içeren gönderilerin sahibi hesapların negatif ve pozitif içerik dağılımını göstermektedir. Araştırmada yer alan tüm gazetelerde negatif içeriklerin pozitif içeriklerden daha fazla olduğu gözlemlenirken, en fazla negatif içeriğe Sabah Gazetesi'nde rastlanmaktadır.

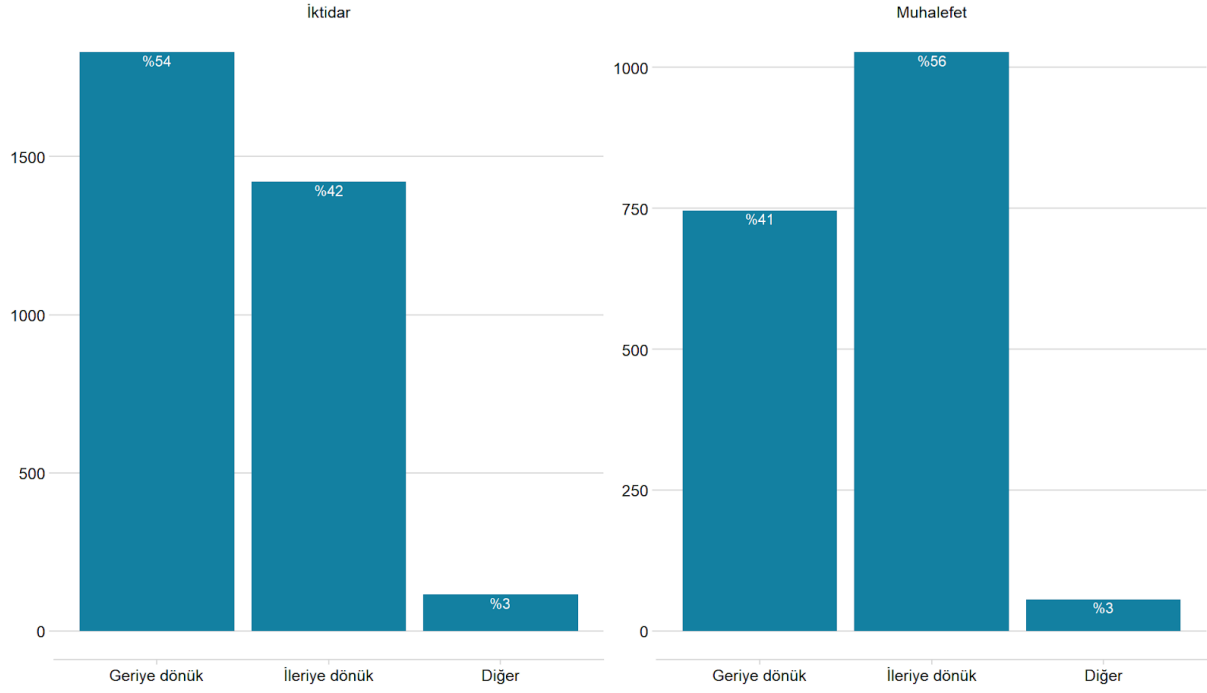
ZAMANSAL ODAK

İlgili başlık siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarındaki zamansal odağa dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, açıklamalar “Geriye dönük” ve “İleriye dönük” olmak üzere iki kategori altında incelenmiştir. Herhangi bir kategoriye girmeyen açıklamalar ise “Diğer” başlığı altında toplanmıştır.



Şekil 16. Genel Zamansal Odak

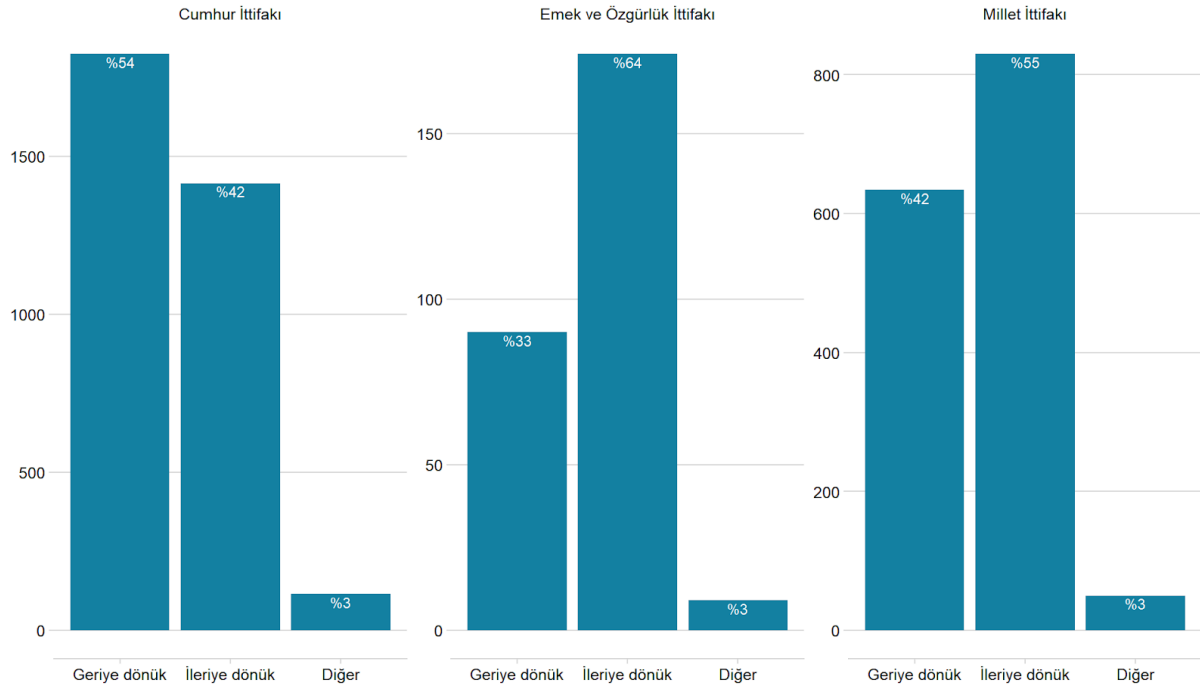
Şekil 16’da siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların genel zamansal odak grafiğine yer verilmiştir. Siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptıkları açıklamaların yüzde 49’unu geriye dönük açıklamalar oluştururken, yüzde 48’ini ileriye dönük açıklamalar oluşturmaktadır. Geriye ve ileriye dönük açıklamaların yüzdeleri oldukça yakındır. Grafikte yüzde 3 olarak görünen “Diğer” kategorisi ise herhangi bir zamansal odak belirtmeyen açıklamaları içermektedir.



Şekil 17. Blok Bazında Zamansal Odak

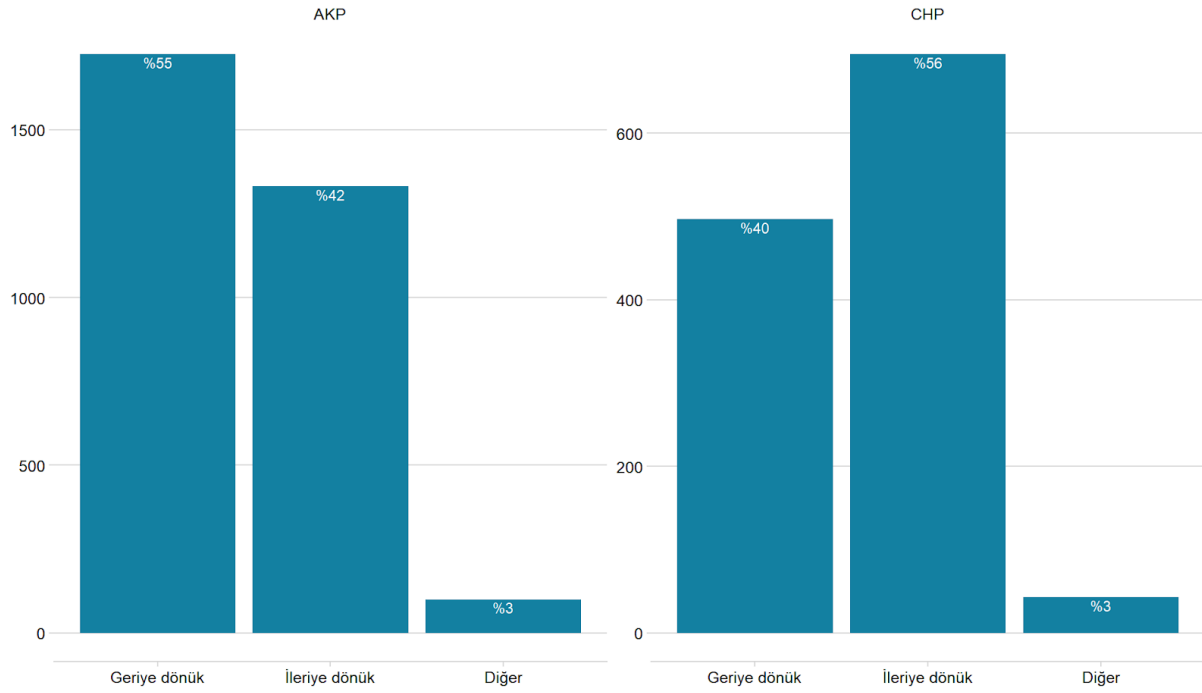
Siyasi beyanatlarda geçmişe dönük içerik ağırlıklı olarak iktidar bloğu, geleceğe yönelik içerik ise muhalefet bloğu tarafından kullanıldı.

Şekil 17, zamansal odağın bloklardaki yansımalarını göstermektedir. Bu grafiklere göre iktidar bloğunda yer alan siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 54'ünü geriye dönük açıklamalar oluştururken yüzde 42'si ileriye yönelik açıklamalardır. Bu durum muhalefet için tersi şekilde görünmektedir. Muhalefet bloğunda yer alan siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 41'i geriye dönük iken yüzde 56'sı ileriye dönüktür.



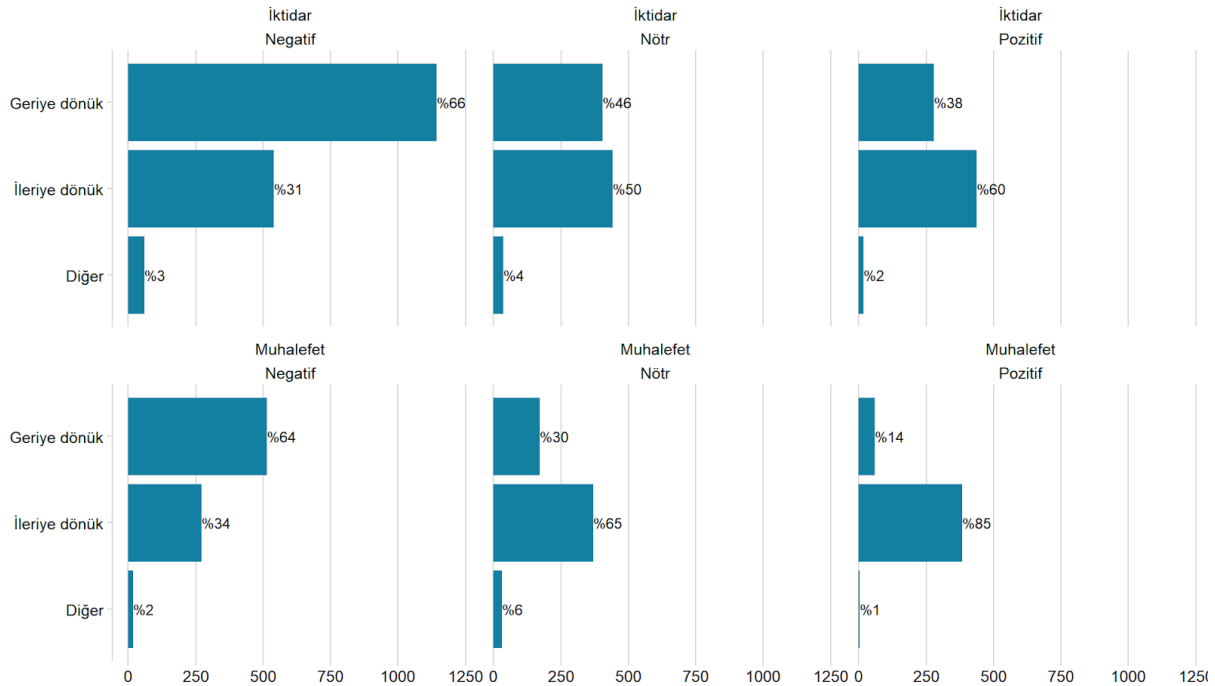
Şekil 18. İttifak Bazında Zamansal Odak

Siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların zamansal odağı Şekil 18’de ittifaklar özelinde incelenmiştir. Cumhuriyet İttifakı’na mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 54’ü geriyeye dönük iken yüzde 42’si ileriye dönüktür. Bu oranlar iktidar bloğu ile aynıdır. Bunun nedeni Cumhuriyet İttifakı’nın tek başına iktidar bloğunu oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Söz konusu paralellik, muhalefet bloğunda birden çok ittifak söz konusu olduğu için görülmemektedir. Emek ve Özgürlük İttifakı’na mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 33’ü geriyeye dönük iken yüzde 64’ü ileriye dönüktür. Millet İttifakı’na mensup siyasetçilerin/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 42’si geriyeye dönük iken yüzde 55’i ileriye dönüktür.



Şekil 19. Parti Bazında Zamansal Odak

Şekil 19, AKP ve CHP'ye mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların zamansal odağını her iki parti için ayrı olarak göstermektedir. AKP'ye mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 55'i geriyeye dönük iken yüzde 42'si ileriye dönüktür. CHP'ye mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin yaptığı açıklamaların yüzde 40'ı geriyeye dönük iken yüzde 56'sı ileriye dönüktür.

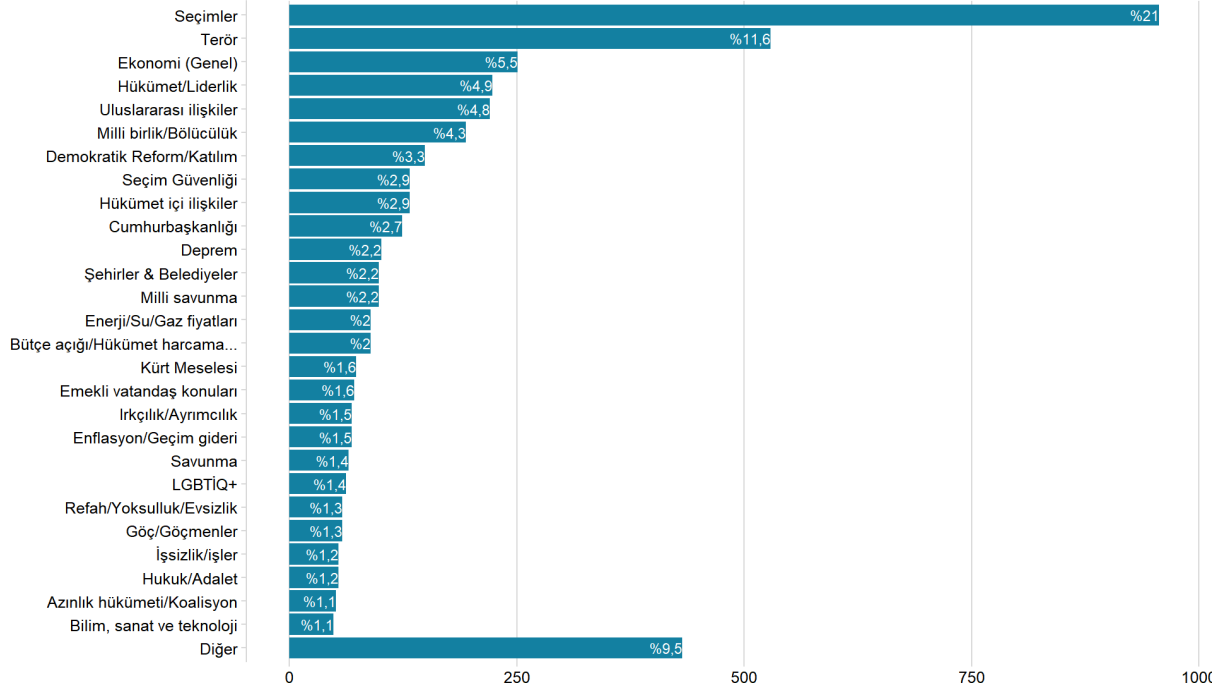


Şekil 20. Ton-Zamansal Odak İlişkisi

Şekil 20'deki analizde iktidar ve muhalefet bloklarının negatif, pozitif ve nötr içeriklerinin zamansal olarak dağılımı gösterilmektedir. İktidarın negatif içerikleri yüzde 66 oranıyla geriye dönük iken yüzde 31 oranıyla ileriye dönüktür. İktidarın pozitif içerikleri incelendiğinde ise yüzde 38 oranında geriye dönük, yüzde 60 oranında ileriye dönük olduğu görülmektedir. Öte yandan, muhalefetin negatif içerikleri incelendiğinde yüzde 64 oranında geriye dönük, yüzde 34 oranında ileriye dönük olduğu gözlemlenmektedir. Muhalefetin pozitif içerikleri ise yüzde 14 oranında geriye dönük iken, yüzde 85 oranında ileriye dönüktür.

SIYASİ İÇERİK

İlgili başlık altında siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarının siyasi içerik bağlamında analizi gösterilmektedir. Bu kısımda yapılan açıklamalarda yer alan siyasi konular genel, ittifak ve blok için ayrı ayrı analiz edilmiştir.

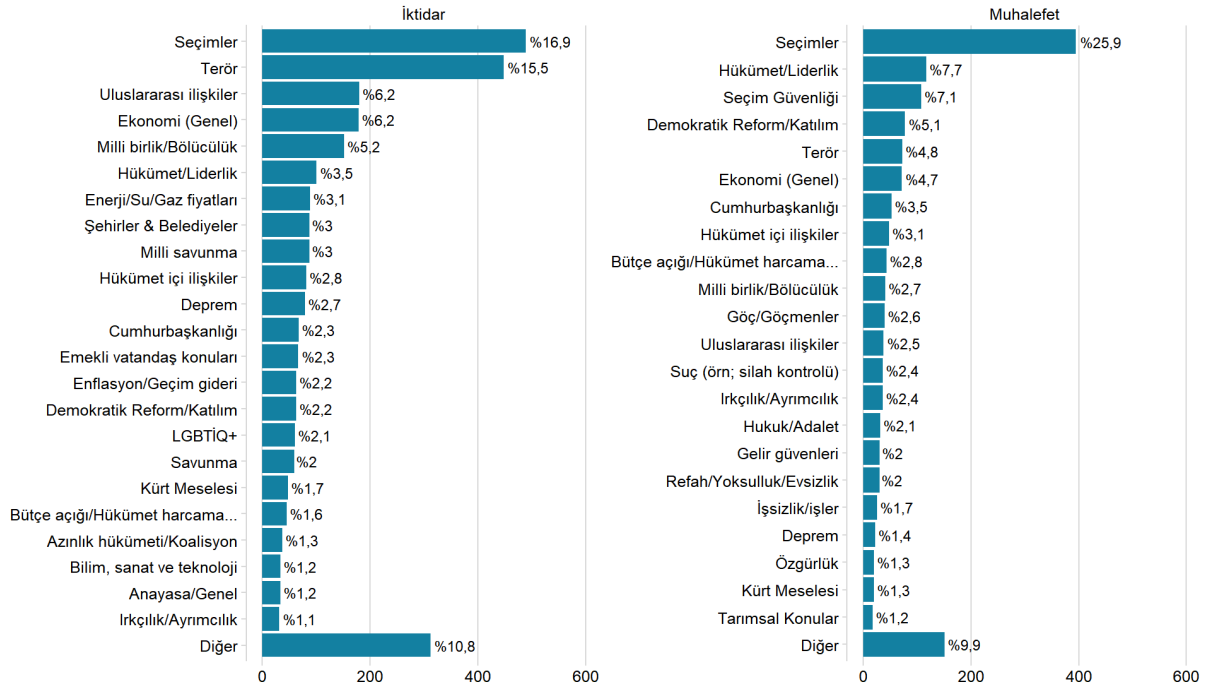


1

Şekil 21. Genel Siyasi İçerik

Şekil 21, 2023 Türkiye Genel Seçimleri için yürütülen seçim kampanyaları boyunca öne çıkan siyasi konuları göstermektedir. Sonuçlar siyasi aktörlerin en çok “Seçimler” üzerine açıklama yaptığını göstermektedir. İkinci sırada ise siyasi açıklamaların yüzde 12’sini oluşturan “Terör” konusu yer almaktadır. “Ekonomi” bu açıklamaların yüzde 6’sını oluştururken, “Hükümet/Liderlik (örn; hesap verme yolsuzluğu, etik, patronaj, kurallar)” ve “Uluslararası ilişkiler” tüm açıklamaların yüzde 5’ini oluşturmaktadır. Toplamda yüzde 1’den daha az orana sahip siyasi içerik kategorileri “Diğer” kategorisi altında toplanmıştır.

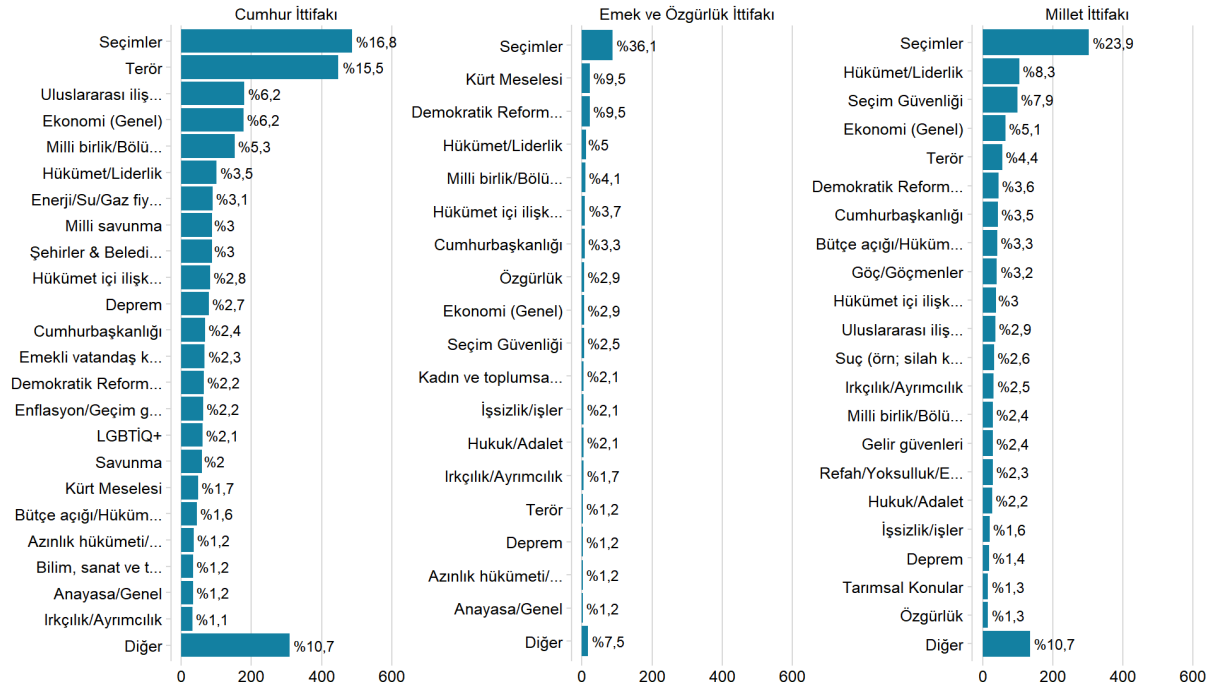
¹ Siyasi içerik içinde yer alan “Seçimler” başlığı süreç boyunca paylaşılan gönderiler içinde seçim dışında herhangi bir siyasi içeriğe değinmeyen gönderi sayısının çokluğu nedeniyle oluşturulmuştur.



Şekil 22. Blok Bazında Siyasi İçerik

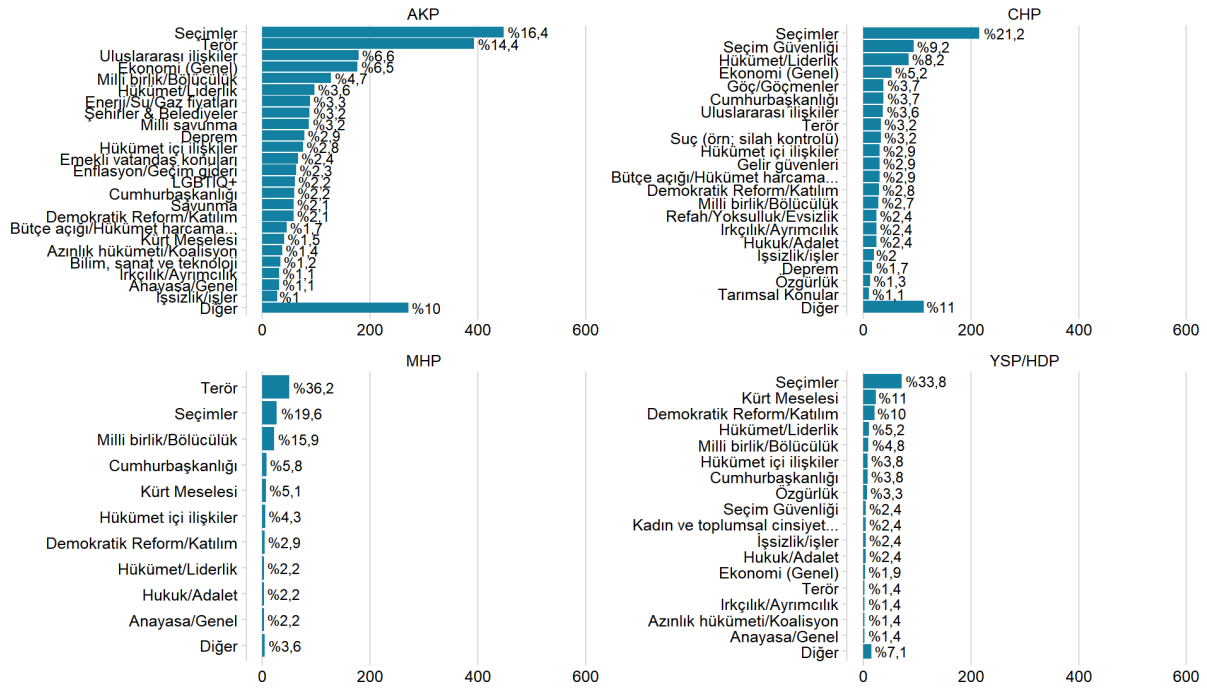
İktidar bloğunun siyasi beyanatlarında kullandığı terör vurgusu ön plana çıktı.

Şekil 22’de iktidar ve muhalefet bloklarında yer alan siyasi aktörlerin açıklamalarındaki baskın siyasi konular incelenmiştir. Bu tabloya göre gerek iktidar gerekse muhalefet bloğunda yer alan siyasi aktörlerin açıklamalarında en çok yer verdiği siyasi konu “Seçimler”dir. Öte yandan grafikte görüldüğü üzere iktidar bloğunda yer alan siyasi aktörlerin seçim dönemi boyunca yürüttükleri kampanya “Terör”, “Uluslararası ilişkiler”, “Ekonomi” ve “Milli Birlik/Bölücülük” gibi güvenlik konuları etrafında şekillenmiştir. Yine bu grafikte görüldüğü üzere muhalefetin, seçim kampanyasında “Hükümet/Liderlik (örn; hesap verme yolsuzluğu, etik, patronaj, kurallar)”, “Seçim Güvenliği”, “Demokratik Reform/Katılım (örn; seçilmiş senato)” konularına daha çok ağırlık verdiği gözlemlenmiştir.



Şekil 23. İttifak Bazında Siyasi İçerik

Şekil 22’de bloklar için yapılan analiz Şekil 23’te görüldüğü üzere ittifaklar özelinde yapılmıştır. Cumhur İttifakı’nın seçim dönemi gündemine aldığı siyasi konuların analizi için çıkan sonuç, bir önceki grafikte iktidar bloğu için çıkan sonuç ile beklendiği üzere aynı olmuştur. Bunun sebebi Cumhur İttifakı’nın iktidar bloğunu tek başına temsil etmesidir. Burada ilgi çekici olan, muhalefeti oluşturan iki ayrı ittifak için yapılan analizdir. Buna göre Emek ve Özgürlük İttifakı’nda yer alan siyasi aktörlerin seçim dönemi yaptığı açıklamalara bakıldığında “Seçimler” başlığından sonra öne çıkan siyasi konu “Kürt Meselesi”dir. Millet İttifakı için ise “Hükümet/Liderlik (örn; hesap verme yolsuzluğu, etik, patronaj, kurallar)”, “Seçim Güvenliği”, “Ekonomi”, “Terör”, “Demokratik Reform/Katılım (örn; seçilmiş senato)” konuları ön plandadır.

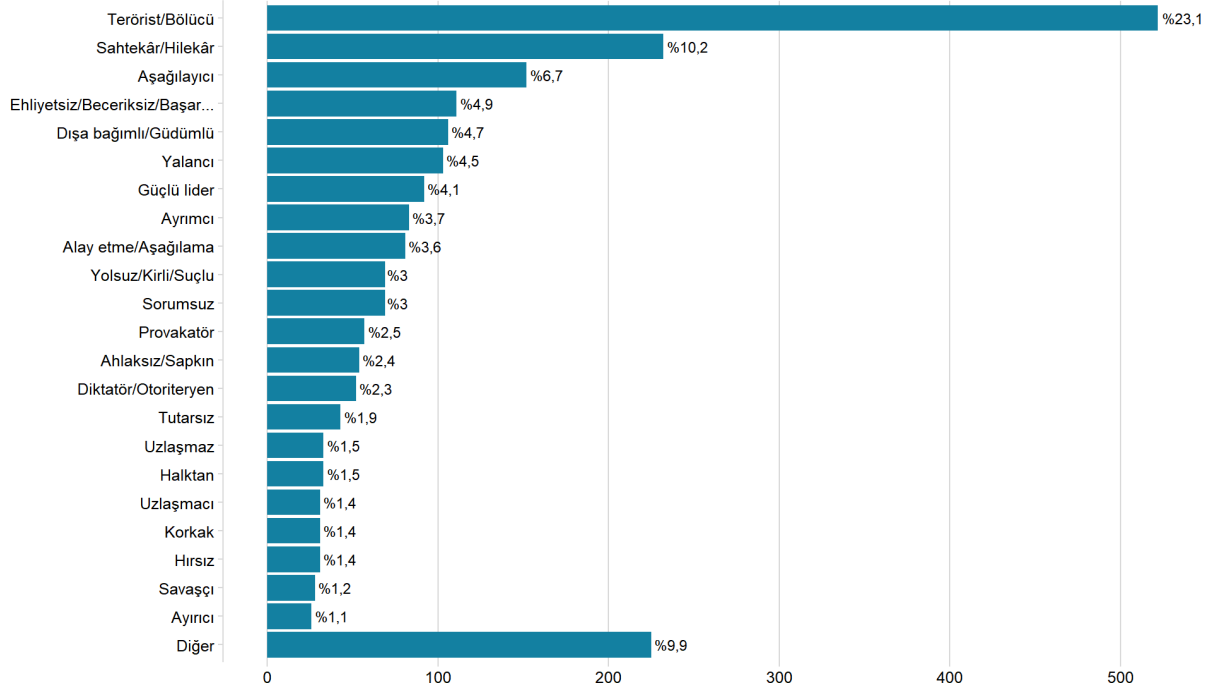


Şekil 24. Parti Bazında Siyasi İçerik

Şekil 24’te siyasetçi/siyasi aktör açıklaması içeren gönderilerin değindiği siyasi konular ve oranları parti bazında incelenmiştir. Grafiklere göre AKP mensubu siyasetçi/siyasi aktörlerin açıklamalarında yüzde 16,4 ile en sık konu edilen siyasi içerik “Seçimler” iken, bunu yüzde 14,4 ile “Terör” konusu takip etmektedir. Herhangi bir kategori altında toplanmayan siyasi içerikler ise AKP’ye ait açıklamalarda yüzde 10 ile “Diğer” başlığında toplanmıştır. CHP mensubu siyasetçi/siyasi aktör açıklamaları incelendiğinde en sık konu edilen siyasi içeriğin yüzde 21,2 oranında “Seçimler” ve ardından yüzde 9,2 ile “Seçim Güvenliği” olduğu görülmektedir. AKP ile benzer şekilde CHP’ye ait açıklamaların yüzde 11’ini herhangi bir kategori altında toplanmayan “Diğer” siyasi içerikler oluşturmaktadır. MHP mensubu siyasetçi/siyasi aktörlerin açıklamalarında diğerlerinden farklı olarak “Terör” başlığının yüzde 36,2 oranıyla daha fazla konu edildiği görülmektedir. Ardından MHP’ye ait açıklamalar için de yüzde 19,6 ile “Seçimler” takip etmektedir. Emek ve Özgürlük İttifakı’na bağlı YSP/HDP partilerinin siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarında ise en fazla konu edilen siyasi içerik yüzde 33,8 ile “Seçimler” iken yüzde 11 oranında “Kürt Meselesi” olmuştur.

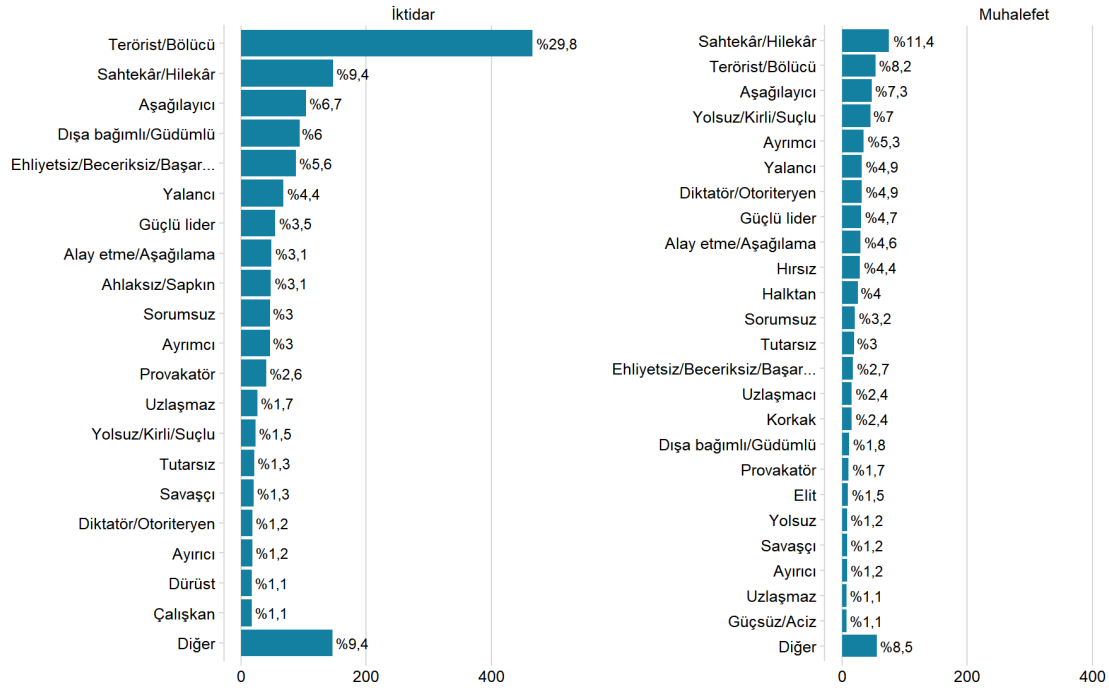
KİŞİSEL İÇERİK

Bu başlık altında açıklamaları incelenen siyasetçi/siyasi aktörlerin değindiği kişisel içerikler değerlendirilecektir. Seçim kampanyası boyunca yapılan açıklamaların kişisel içerik durumu önce genel olarak, ardından blok bazında incelenecektir.



Şekil 25. Genel Kişisel İçerik

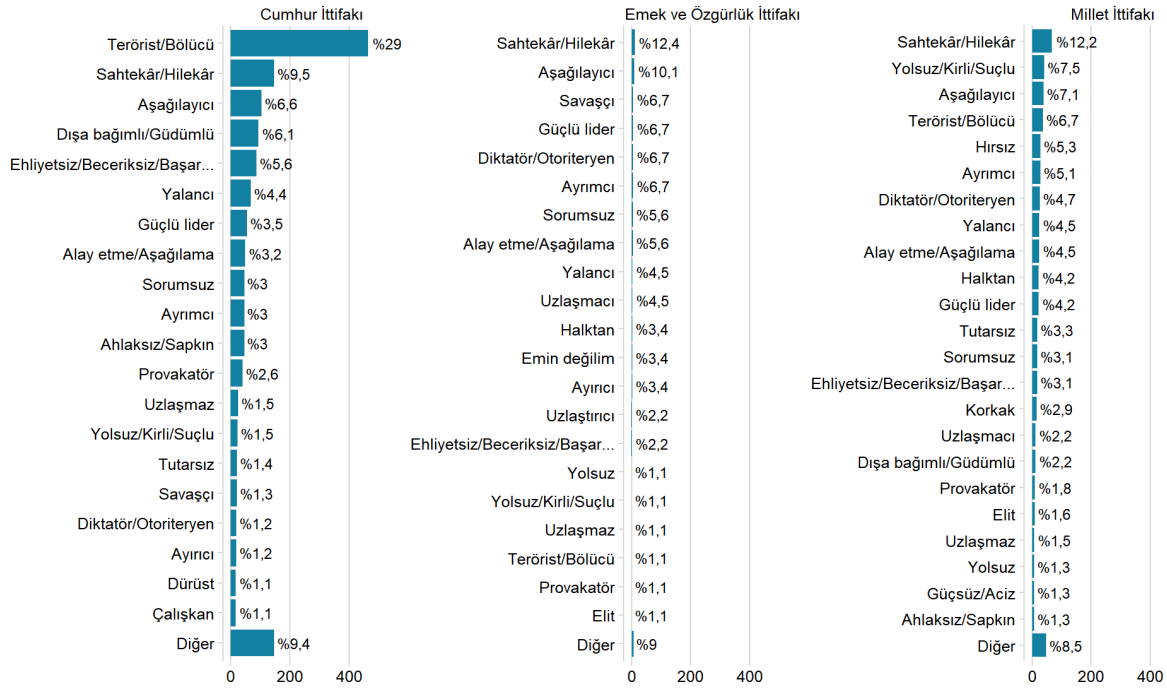
Şekil 25, araştırmada yer alan tüm gazetelerdeki kişisel içeriklerin konularına göre dağılımını göstermektedir. Yüzde 23 oranıyla en çok yer verilen kişisel içerik “Terörist/Bölücü” olmuştur. Bunu, yüzde 10,2 oranıyla “Sahtekâr/Hilekâr” izlemektedir.



Şekil 26. Blok Bazında Kişisel İçerik

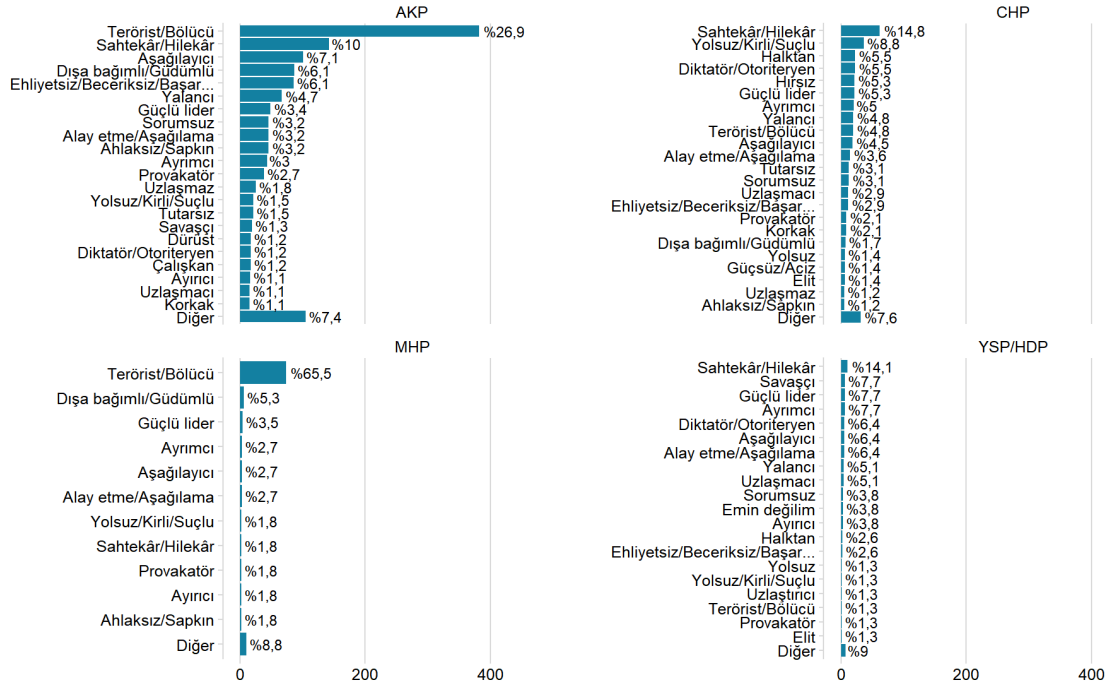
Şekil 26’da iktidar ve muhalefet bloklarının sıklıkla kullandığı kişiselleştirme kategorileri incelenmiştir. Bu tabloya göre iktidarın kullandığı kişisel içeriklerde en çok yer alan kategori “Terörist/Bölücü” iken, muhalefetin kullandığı kişisel içeriklerde en çok yer alan kategori “Sahtekâr/Hilekâr” olmuştur. Ek olarak iktidar bloğunda yer verilen kişisel içerikler, “Sahtekâr/Hilekâr”, “Aşağılayıcı”, “Dışa bağımlı/güdümlü” gibi kategorileri içermektedir. Öte yandan muhalefetin açıklamalarında yer alan kişisel içerik kategorileri “Terörist/Bölücü”, “Aşağılayıcı”, “Yolsuz/Kirli/Suçlu” gibi kategoriler etrafında şekillenmektedir.

İktidar bloğunun siyasi beyanatlarında kullandığı kişisel içerik ile ilgili mesajlar çoğunlukla terörist vurgusu üzerinden verilirken, muhalefet bloğunun ise sahtekarlık veya hilekarlık üzerinden gerçekleşti.



Şekil 27. İttifak Bazında Kişisel İçerik

Şekil 27, siyasetçi/siyasi aktör açıklaması içeren gönderilerin değindiği kişisel konular ve oranları ittifak bazında incelenmiştir. Cumhuriyet İttifakı'na bağlı siyasetçi/siyasi aktör açıklamalarında en sık değinilen kişisel içeriğin yüzde 29 oranında "Terörist/Bölücü" olduğu gözlemlenmiştir. Ek olarak bu ittifaka ait açıklamalarda siyasetçi/siyasi aktörler muhataplarını yüzde 9,5 ile "Sahtekar/Hilekar" olarak işaretlemiştir. Emek ve Özgürlük İttifakı'na bağlı siyasetçi/siyasi aktörlerin de yüzde 12,4 oranında en sık kullandığı kişisel içerik "Sahtekar/Hilekar" olmuştur. Ayrıca bu ittifaka ait siyasetçi/siyasi aktörlerin muhataplarını yüzde 10,1 oranıyla "Aşağılayıcı" olarak nitelendirdiği görülmektedir. Millet İttifakı için de diğer ittifaklarla benzer şekilde en sık başvurulan kişisel içeriğin yüzde 12,2 oranında "Sahtekar/Hilekar" olduğu görülmektedir. Millet İttifakı'na mensup siyasetçi/siyasi aktörlerin muhataplarını yüzde 7,5 oranında "Yolsuz/Kirli/Suçlu" olarak nitelendirdiği görülmektedir.



Şekil 28. Parti Bazında Kişisel İçerik

Bu şekilde, AKP, CHP, MHP ve YSP/HDP'ye mensup siyasetçilerin yaptığı açıklamalarda rakiplerine karşı kullandıkları kişisel içerikler yer almaktadır. Buna göre AKP'ye mensup siyasetçilerin yaptıkları açıklamalarda en çok "Terörist/Bölücü" içeriği yer almıştır. CHP'ye baktığımızda ise yüzde 14,4 ile en çok kullanılan kişisel içeriğin "Sahtekâr/Hilekâr" olduğunu görmekteyiz. MHP'de ise yine AKP'de olduğu gibi "Terörist/Bölücü" kategorisi ilk sıradadır. Öte yandan bu kategori MHP için yüzde 65,5 olarak gözükmemektedir ki oldukça yüksek bir orandır. YSP/HDP için ise en çok başvurulan kişisel içeriği "Sahtekâr/Hilekâr" olarak gözlemlenmiştir.

EK 1: KOD KİTABI

KATEGORİLER	AÇIKLAMA	KODLAR
Gönderi Türü	Gönderinin içeriğinin hangi türde olduğunu belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Siyasetçi/Siyasi Aktör Açıklaması (Alıntı) ● Siyasetçi/Siyasi Aktör Açıklaması (Özet) ● Siyasi Haber ● Seçim haberi ● Miting Haberi ● Köşe/Düşünce Yazısı ● Yayın Haberi (Canlı) ● Halk röportaj ● Ünlü yorumu ● Diğer
Söyleyen Parti/Kurum	Siyasi alıntının hangi parti ya da kurum tarafından dile getirildiğini belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● AKP ● CHP ● MHP ● İyi Parti ● Deva Partisi ● Türkiye İşçi Partisi ● Memleket Partisi ● Zafer Partisi ● Gelecek Partisi ● Hüda-Par ● YSP/HDP ● TKP ● Saadet Partisi ● Demokrat Parti ● Yeniden Refah Partisi ● BBP ● PKK ● Herhangi Bir Siyasi Partiyeye Bağlı Değil ● Diğer
Söyleyen İttifak	Siyasi alıntının hangi ittifak tarafından dile getirildiğini belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Millet İttifakı ● Cumhuriyet İttifakı ● Emek ve Özgürlük İttifakı ● Ata İttifakı ● Herhangi Bir İttifaka Bağlı Değil ● Diğer

Söyleyen Blok	Siyasi alıntının hangi blok tarafından dile getirildiğini belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Muhalefet ● İktidar ● Herhangi bir blokta değil ● Diğer
Söyleyen Kişi	Siyasi alıntının hangi siyasetçi/siyasi aktör tarafından dile getirildiğini belirtir.	<i>Manuel olarak kodlanmıştır.</i>
Söylenenin Parti/Kurum Olarak Muhatabı	Siyasi alıntının hedef aldığı kişinin hangi parti/kuruma mensup olduğunu belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● AKP ● CHP ● MHP ● İyi Parti ● Deva Partisi ● Türkiye İşçi Partisi ● Memleket Partisi ● Zafer Partisi ● Gelecek Partisi ● Hüda-Par ● YSP/HDP ● TKP ● Saadet Partisi ● Demokrat Parti ● Yeniden Refah Partisi ● BBP ● PKK ● Herhangi Bir Siyasi Partiye Bağlı Değil ● Diğer
Söylenenin Kişi Olarak Muhatabı	Siyasi alıntının hedef aldığı kişinin kim olduğunu belirtir.	<i>Manuel olarak kodlanmıştır.</i>
Muhatabın İttifakı	Siyasi alıntının hedef aldığı kişinin mensup olduğu ittifakı belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Millet İttifakı ● Cumhuriyet İttifakı ● Emek ve Özgürlük İttifakı ● Ata İttifakı ● Herhangi Bir İttifaka Bağlı Değil ● Diğer
Muhatabın Bloku	Siyasi alıntının hedef aldığı kişinin mensup olduğu bloğu belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Muhalefet ● İktidar ● Herhangi bir blokta değil ● Diğer

Söylenenin Zamansal Odağı	Siyasi alıntının geçmişten /gelecekte söz etme durumunu belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> • İleriye dönük • Geriye dönük • Diğer
Söylenilenin Tonu	Siyasi alıntının negatif/pozitif içeriğe sahip olma durumunu belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> • Pozitif • Negatif • Nötr • Diğer
Kişiselleştirme	Siyasi alıntı içinde kişiselleştirme olup olmadığını belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> • Var • Yok • Diğer
Siyasal Konular	Siyasi alıntıda sözü geçen siyasi içeriği belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> • Siyasal İçerik Yok • 1. Avrupa Birliği • 2. Tarımsal Konular • 3. Şehirler & Belediyeler • 4. Anayasa/Genel • 5. Suç (örn; silah kontrolü) • 6. Toplum/Ahlakın Gerilemesi • 7. Bütçe açığı/Hükümet harcaması/mali sorumluluklar (örn; bütçe, üretim fazlası, borç) • 8. Demokratik Reform/Katılım (örn; seçilmiş senato) • 9. Ekonomi (Genel) • 10. Eğitim • 11. Enerji/Su/Gaz fiyatları • 12. Çevresel Konular • 13. Hükümet/Liderlik (örn; hesap verme yolsuzluğu, etik, patronaj, kurallar) • 14. Sağlık hizmeti (örn; bekleme süreleri, özelleştirme, 2-tier sistemi, kullanıcı harçları) • 15. Konut • 16. Göç/Göçmenler • 17. Enflasyon/Geçim gideri • 18. Hükümet içi ilişkiler • 19. Uluslararası ilişkiler • 20. Azınlık hükümeti/Koalisyon • 21. Milli birlik/Bölücülük

		<ul style="list-style-type: none"> ● 22. Nüfus (örn; büyüme, nüfus yoğunluğu) ● 23. Toplu Taşıma ● 24. Irkçılık/Ayrımcılık ● 25. Terör (FETÖ, PKK, Hizbullah vs.) ● 26. Ergenekon Davası ● 27. Emekli vatandaş konuları ● 28. Vergiler ● 29. Ticaret ve endüstri ● 30. İşsizlik/işler ● 31. Türk parasının değeri ● 32. Refah/Yoksulluk/Evsizlik ● 33. Sosyal Konular/Programlar (örn; günlük bakım, kürtaj) ● 34. Kürt Meselesi ● 35. Milli savunma ● 36. Gelir güvenleri ● 37. Kadın ve toplumsal cinsiyet konuları ● 38. LGBTİQ+ ● 39. Başörtüsü/Türban ● 40. Deprem ● 41. Hukuk/Adalet ● 42. Seçim Güvenliği ● 43. Seçimler ● 44. Aile ● 45. Özgürlük ● 46. Bilim, sanat ve teknoloji ● 45. Diğer
Kişisel İçerik	Siyasi alıntıda sözü geçen kişisel içeriği belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Kişisel İçerik Yok ● 1. Hırsız ● 2. Deneyimsiz ● 3. Yalancı ● 4. Zeki ● 5. Çalışkan ● 6. Güçlü lider ● 7. Deneyimli ● 8. Halktan ● 9. Elit ● 10. Tutarlı

		<ul style="list-style-type: none"> ● 11. Tutarsız ● 12. Dürüst ● 13. Asker ● 14. Savaşçı ● 15. Uzlaşmaz ● 16. Uzlaşmacı ● 17. Uzlaştırıcı ● 18. Ayrımcı ● 19. Aşağılayıcı ● 20. Sorumsuz ● 21. Dışa bağımlı/Güdümlü ● 22. Terörist/Bölücü ● 23. Yolsuz/Kirli/Suçlu ● 24. Ahlaksız/Sapkın ● 25. Sahtekâr/Hilekâr ● 26. Ehliyetsiz/Beceriksiz/Başarısız ● 27. Provakatör ● 28. Yüzsüz ● 29. Darbeci ● 30. Korkak ● 31. Cesur ● 32. Diktatör/Otoriteryen ● 33. Güçsüz/Aciz ● 34. Diğer
Özel Hayat İçeriği	Siyasetçi/Siyasi aktörlerin özel yaşamını ilgilendiren konuları belirtir.	<ul style="list-style-type: none"> ● Özel Hayat İçeriği Yok ● 1. Aile Hayatı ● 2. Kişisel geçmiş, çocukluk vb. ● 3. Boş zaman (Hobiler vb.) ● 4. Aşk hayatı (Cinsel ilişkiler, evlilik, boşanma) ● 5. Diğer

REFERANSLAR

- Toros, E. (2015). Negative Campaigning in Turkish Elections. Turkish Studies, 16(4), 487-509.
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. Journalism, 13(2), 203-220.

- Çarkoğlu, A., Baruh, L., & Yıldırım, K. (2014). Press-Party Parallelism and Polarization of News Media during an Election Campaign: The Case of the 2011 Turkish Elections. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 295-317. <https://doi.org/10.1177/1940161214528994>

Yazarlar:

Umut Yener Kara, Gökçe Zeybek Kabakçı, Gökçe Baydar Çavdar, Ayşe Hindioğlu, Mutlu Can Yıldırım, Didem Mina Kara, Ozan Atıkaslan, Eda Nur Yastı, Emre Toros

Proje web sayfası:

<http://tgaproject.online/>

Twitter / X

@trtrustresearch

Künye:

Umut Yener Kara, Gökçe Zeybek Kabakçı, Gökçe Baydar Çavdar, Ayşe Hindioğlu, Mutlu Can Yıldırım, Didem Mina Kara, Ozan Atıkaslan, Eda Nur Yastı, and Emre Toros. “Türkiye Güven Araştırması 2023 Seçimleri Kampanya Analizi: Twitter/X İçeriği Raporu.” <http://Tgaproject.Online>. Türkiye, March 24, 2024.

E-ISBN: 978-625-00-7976-8



The electronic version of this publication is available under a Creative Commons Attribution-NonCommercial ShareAlike 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0) licence. You are free to copy, distribute and transmit the publication as well as to remix and adapt it, provided it is only for non-commercial purposes, that you appropriately attribute the publication, and that you distribute it under an identical licence. For more information visit the Creative Commons website: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>.