

BİR İLETİŞİM ARACI OLARAK SİYASAL PARTİLERİN WEB SİTELERİ: 2018 GENEL SEÇİMLERİ KAPSAMINDA GÜNDEM UYUMUNA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

SİNEM ÇAMBAY¹

Özet

Enformasyonun yaşantımızın her alanına nüfuz ettiği içinde bulunduğumuz yeni dünya düzeni, mesafeleri tümüyle ortadan kaldırarak erişim olanağı sağlayacak internet teknolojisini temel aktör olarak konumlandırmaktadır. İnternetin söz konusu ayrıcalıklı konumu bu aracın siyasi partiler açısından siyasal iletişimde önemli ve kritik bir araç olarak dikkate alınmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada amaç, siyasal partilerin internetten rasyonel bir biçimde yararlanıp yararlanmadıklarını ortaya koymak ve bir siyasal iletişim aracı olarak parti web sitelerinin medya gündemiyle uyumlu bir biçimde kamunun gündemini belirleme ve etkilemeye yönelik nasıl bir paradigma izlediklerini belirlemek oluşturmaktadır. Çalışmada bu amaçtan hareketle Türkiye’de mecliste oy çoğunluğu bulunan AKP, CHP ve MHP’nin siyasal iletişimde interneti, kendi medyaları olarak etkin birer araç biçiminde kullanıp kullanmadıkları ve ülke gündemini takip edip etmediklerini belirlemek amacıyla içerik analizi yöntemi uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Partiler, Siyasal İletişim, Gündem Belirleme, İnternet, Yazılı Basın.

WEB SITES IN THE POLITICAL PARTY AS A MEANS OF COMMUNICATION: A RESEARCH ON THE AGENDA OF THE 2018 GENERAL ELECTIONS

Abstract

The information that we penetrate into every field of our life, the new world landscape, is positioning the internet technology as the main actor, which will enable access by removing the distances altogether. The privileged position of the internet causes this vehicle to be regarded as an important and critical tool in political communication in terms of political parties. The purpose of this study is to demonstrate that political parties have benefited from the Internet in a rational way and to determine what kind of paradigm the party web sites use as a means of political communication to identify and influence the agenda of the media in line with the media agenda. Working in the parliament in Turkey departing from this goal a majority vote with the AKP, CHP and MHP political communication on the Internet, content analysis method to determine whether they follow an effective and agenda of the country they are using tools format as its media have been implemented.

Key Words: Political Parties, Political Communication, Agenda Setting, Internet, Newspaper.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü,
e-posta: sinem.cambay@ege.edu.tr

GİRİŞ

Enformasyonun yaşantımızın her alanına nüfuz ettiği içinde bulunduğumuz çağ, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki olağanüstü gelişme ile birlikte *belirleyici olmaktadır*. Dünyanın adeta küresel bir köye dönüştüğü, zaman ve mekân kavramlarıyla sınırların tümüyle ortadan kalktığı günümüz yeni dünya düzeni hem dinamiklerini hem de aktörlerini değiştirmiş bulunmaktadır. Mesafenin tümüyle ortadan kalkması erişimi sağlayacak bir aracı da gündeme getirmekte bu noktada diğer medya araçlarına oranla çok daha geniş kitlelere ulaşım olanağı sağlayan internet teknolojisi öne çıkmaktadır. İnternetin yeni dünya düzeni içerisindeki ayrıcalıklı konumu bu aracın siyaset biliminin de gözdesi haline dönüşmesine ve siyasal aktörler açısından da yaşamsal bir araç olarak konumlanmasına neden olmaktadır.

Bu çalışmada amaç, siyasal partilerin internetten rasyonel bir biçimde yararlanıp yararlanmadıklarını ortaya koymak ve bir siyasal iletişim aracı olarak siyasi parti web sitelerinin medya gündemiyle uyumlu bir biçimde kamunun gündemini belirleme ve etkilemeye yönelik nasıl bir paradigma izlediklerini belirlemek oluşturmaktadır. Bu bağlamda gündem belirleme yaklaşımı ışığında siyasi parti web sitelerinin siyasal iletişim aracı olarak aktivitesini belirlemek amacıyla Türkiye’de yayın yapan yaygın gazetelerden Hürriyet Gazetesi’ndeki genel gündem maddeleriyle TBMM’de temsil edilen AKP, CHP ve MHP’nin web sitelerindeki gündem maddelerinin uyumu araştırılmıştır. Böylesi bir çalışmayla, Türkiye’de üç büyük partinin siyasal iletişimde interneti, kendi medyaları olarak etkin birer araç biçiminde kullanıp kullanmadıkları ve ülke gündemini takip edip etmedikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu hedeflerle çalışmanın ilk bölümünde siyasal iletişim kavramına ve gündem belirlemenin anlam ve önemine değinilecektir. Ayrıca bilgi çağının gereklerine uymanın siyasi partiler açısından yeni teknoloji kullanımlarını gündeme getirdiği gerekçesiyle bir siyasal iletişim aracı olarak parti web sitelerinin işlevi, önemi ve medya gündemiyle uyumları çalışmanın diğer konularını oluşturmaktadır.

SIYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim ve medya çağında bulunduğumuz günümüz dünyasında siyasetin de giderek yeni bir döneme girdiği görülmektedir. Yeni iletişim teknoloji ve araçlarının gelişimiyle birlikte siyasal iletişim de giderek belirleyici bir etken haline gelmiştir. Her şeyin sürekli yön değiştirdiği ve değişimin yaşantının adeta kaçınılmaz bir parçası olduğu yenedünya düzeni, siyasetçilerin bu sürekli dönüşüm sürecinde karmaşık konularda hızlı hareket etmek, karar vermek ve bunu kamuoyuna anlatmak ve desteğini almak gibi önemli konularda stratejik davranmasını gerektirmekte bu noktada da siyasal iletişim olgusu önem kazanmaktadır.

İkna etmeye odaklanmış bir iletişim biçimi olarak tanımlanabilecek siyasal iletişim, siyasal düzende meşruluğu sağlayacak en temel araçtır (Yavaşgel, 2004:147-148).

Siyaset bilimi ile iletişim biliminin kesiştiği noktada ortaya çıkan bir kavram olarak siyasal iletişim, “belli ideolojik amaçlarını, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da

bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim olarak tanımlanabilir” (Aziz, 2003:3).

Temel hedefi siyasi iktidarı ele geçirmek olan bir siyasal aktifin bu konuda kamuoyundan güven kazanmak ve ilgili toplulukları kendi amacına ulaştırma doğrultusunda manipüle edebilmek için çeşitli iletişim teknikleri yardımıyla kullandığı iletişim çabasını ifade eden bir kavram olarak siyasal iletişim, siyasetçilerin kendilerini kamuoyuna tanıtım aracıdır (Uslu, 1996:790).

Medya araçlarında çıkan haber, yorum, fotoğraf ve karikatürlerin kamuoyunun siyasal aktörlerle ilgili tutum ve davranışlarını tümüyle etkileyeceğini vurgulayan bir kavram olarak siyasal iletişim, politik sistemin gücünü domine etme aracı olarak öne çıkmaktadır (Öker, 2005:258). Öyle ki siyasal iletişim teknikleri, kamuoyunu istenilen yönde etkileme ve ikna etmeye yönelik yapılan her türlü stratejiyi kapsamakta olup uygun siyasal davranışı gerçekleştirmeyi hedeflemekte böylece de siyasal aktörün gücünü maksimize etmektedir.

İletişimin siyasal yaşamdaki işlevini bütüncül bir biçimde ele alan bir süreç olarak siyasal iletişim, kamuoyu yoklamaları, siyasal pazarlama ve reklamcılığı bütüncül bir biçimde değerlendirerek siyasal aktörlerin söylemini buna uygun bir biçimde kurgulamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda siyasal iletişimin günümüzde oldukça kompleks bir özellik gösteren siyasal sistem içinde yer alan siyasi aktörlerin başarısını belirleyen önemli bir dinamik olduğunu söylemek doğru olacaktır (Yılmaz, 2005:114-115).

Siyasal hayatta aktörlerin birbirlerini anlamlandırma biçimi olarak siyasal iletişim, hem siyasal problemlerin tanımlanarak fark edilmesine hem de gerektiğinde gündemden çıkmasına olanak sağlayan bir araç olarak konumlanmaktadır. Söz konusu araç, siyasal aktörlerin sosyolojik, psikolojik ve ekonomik birçok özelliğini göz önünde bulundurarak istenilen siyasal davranışın gerçekleşmesini teşvik edecek bir strateji oluşturmaktadır.

Konusu siyaset olan her türlü iletişime işaret eden bir kavram olarak siyasal iletişim, çağımızın modern siyaset anlayışının temel dinamiklerini içermektedir. Öyle ki siyasal iletişim kavramı siyaset alanına giren her türlü sorunun ve aktörlerin karşılıklı etkileşim içinde kitle demokrasisinin işleyişine katkıda bulunmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda siyasal iletişim, siyasal süreci yapılandıran siyasetçi, kamuoyu ve gazetecinin karşılıklı bir biçimde etkin oldukları bir uzlaşma ya da çatışma alanı olarak öne çıkmaktadır.

Siyasal marka, siyasal reklam, siyasal imaj ve siyasal pazarlama gibi siyasetçilerin kamuoyunu etkilemek ve istenilen yöne kanalize etmek için kullandıkları iletişim yöntemlerini içeren bir süreç olarak siyasal iletişim, felsefeden siyasete, sosyolojiden iletişim ve pazarlamaya ve göstergebilime kadar birçok disiplinler sahanın kesiştiği noktada bulunmaktadır (Köker, 1998:28-29). Söz konusu disiplinler sahalı, siyasal aktörlere hem bilgi sağlamakta hem de istenilen davranışın gerçekleşme olasılığını artırmaktadır.

Demokrasi olgusuyla etkin bir ilişki içinde bulunan bir kavram olarak siyasal iletişim, iletişim becerilerinden halkla ilişkiler ve reklamcılığa, siyaset biliminden sosyal bilimlere kadar

çok boyutlu bir yapı içinde bulunmakta ve başarı ya da başarısızlığında her bir sürecin nasıl denetlendiği önem taşımaktadır.

Siyasal beklenti ve hedeflerin gerçekleştirilmesinde büyük önem taşıyan bir süreç olarak siyasal iletişimin temel özellikleri şu şekilde sıralanabilecektir (Özkan, 2004:41-43).

a) Siyasal Mesajların İletilmesi: Siyasi partiler; siyasal semboller, etik değerler, normlar, ideolojik argümanlar, toplumsal sorunlara çözüm önerileri, siyasi hedefler üreterek bunları bir mesaj haline getirip topluma iletmek zorundadırlar.

b) Mesajların Etkinliğinin ve Kalıcılığının Arttırılması: Siyasal süreç içerisinde başarılı olabilmek ve hedeflenen konulara ulaşabilmek için mesajların etkinliğinin ve kalıcılığının sağlanması gerekmektedir. Bunu sağlamak için de siyasal iletişim yöntemleri kullanılmalıdır.

c) Kamuoyu Beklentilerinin Ölçümlenebilmesi: Siyasal olarak aktif olan bir siyasal parti, siyasa üretirken ideolojik ve politik tercihleriyle birlikte kamuoyunun hem siyasal sistemden hem de siyasi organ olarak kendisinden neler beklediğini dikkate almalı, üretilen siyasalar toplumun beklentilerine cevap vermelidir.

d) Geri Besleme Kanallarının Tesisi: Siyasal partiler tarafından üretilen siyasaların ve iletilen mesajların topluma ulaştırılması sürecinde siyasal iletişim yöntemleri kullanıldığında çift yönlü bir iletişim gerçekleştirilmelidir. Siyasal iletişim yöntemleri ile toplumun talepleri dikkate alınarak “Toplumsal talep / siyasal arz dengesi” daha sağlıklı kurulmalıdır.

e) Kanaat Önderlerinin Etkilenmesi: Toplum etkileme gücüne sahip kişileri, toplumu farklı konularda düşünme ve yorumlamaya teşvik eden gazetecileri, yazar ve entelektüelleri kapsayan kanaat önderleri siyasal iletişimin başarısındaki en önemli dinamiklerden birisidir.

f) Gündem Oluşturabilme Yeteneğinin Arttırılması: Siyasal partiler mesajlarını etkin bir şekilde topluma sunabilmek için sürekli olarak gündem oluşturabilmelidirler. Bunun için de siyasal iletişim yöntemleri gerekli olmakta ayrıca bir parti sürekli olarak gündem oluşturabildiğinde toplumun algısındaki imajı olumlu olarak güçlenmektedir.

g) Siyasal Rakiplere Karşı Avantaj Sağlanması: Günümüzde siyasal rakiplerine üstünlük sağlamayı ve iktidarı hedefleyen bir parti mutlaka demokratik yöntemleri benimsemek durumundadır. Demokratik yöntemler içerisinde kullanılabilecek en önemli siyasal araç ise siyasal iletişimdir.

Görüldüğü üzere, siyasal iletişim, siyasetin ve siyasilerin temel arzularına ulaşmasına imkân sağlayacak önemli donanımlara sahip bulunmakta ve çağdaş siyasal alanın vazgeçilmez bir süreci olarak belirginleşmektedir. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus, bir süreç olarak siyasal iletişimin başarıya ulaşabilmesi için ülkenin siyasal kültürü ile uygun bir biçimde yapılandırılmış bir iletişim sürecinin inşa edilmesi gerektiğidir. Bu süreci yönlendirecek en önemli unsurlar da hedef kitlenin çok iyi analiz edilmesi yaş, cinsiyet, eğitim, gelir durumu, medya tercihi şeklinde öne çıkmakta olup süreci esas olarak bu unsurların yapılandırması gerekmektedir.

Günümüz demokratik toplumlarında siyasal hayatta en önemli seçim kazanma stratejilerinden biri olarak siyasal iletişim, mesajların bireysel ve toplumsal tüm özelliklerin dikkate alınarak yapılandırıldığı bir siyasal ikna sürecini ifade eden yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan; Göker, 2013:4-5).

Diğer bir ifadeyle siyasal iletişimin başarıya ulaşmasında nasıl bir dille ifade edildiği büyük önem taşımakta olup bu ifadeyi belirleyecek en temel etken olarak toplumun tepkisi belirginleşmektedir. Toplumsal tepkinin istenilen yönde kanalize olmasını ise etkin bir siyasal iletişim kültürünün oluşturulması sağlamaktadır. Bu bağlamda siyasal iletişim mecralarında işlevsel kılınan sloganlar, görseller, kelime ve kavramlar, müzikler ile beden dili kullanımları da siyasal değerlendirme ve tepkileri yönlendireceğinden uygun bir biçimde yapılandırılmalıdır. Ayrıca siyasal iletişimin etkin bir biçimde toplumsallaştırılmasında yeni medya ortamlarının özellikle de internetin büyük önem taşıdığı altı çizilmesi gerekli diğer bir hususu oluşturmaktadır.

GÜNDEM BELİRLEME YAKLAŞIMI

“Toplantılarda görüşülecek konuların bütünü” (<http://www.tdk.gov.tr/> 04.04.2018) olarak tanımlanabilecek gündem, gerçekleşen konular ve olaylar arasında bir sıralama olarak açıklanmaktadır.

Dinamik bir etkileşim içindeki konular olarak da ifade edilebilen gündem, haberlerin ne olduğu ve nasıl bildirildiğini içeren bir kavram olarak dinamik bir yapı sergilemektedir (Nas, 2013:37).

Mc Combs ve Shaw tarafından 1972 yılında ortaya atılan gündem kurma kuramı ise, medya araçlarının dünyada gerçekleşen olaylar arasından bazı konulara ağırlık verip bazı konuları göz ardı ederek kamunun gündemini oluşturduğu görüşüne dayanmaktadır.

Liberal-çoğulcu yaklaşım içinde medyanın sahip olduğu gücü ortaya koyup kanıtlamaya yönelik çabaların ürünü olarak ortaya çıkan gündem kurma, medyanın ilk aşamada kendi gündemini belirlediğini ikinci aşamada ise bu çerçevede kamunun gündemini belirlediğini ifade etmektedir.

Medyanın dikkatini, kamuoyu ve siyasal çevreye çekmeyi amaçlayan bir süreç olarak gündem belirleme; tüm konuların değil yalnızca belli konuların ele alındığını açıklamaktadır (Dearin ve Rogers'ten Aktaran, Terkan, 2005: 57). Bu bağlamda gündem belirleme yoluyla insanların medya araçlarında öne çıkan konuları öğrendikleri ve medyanın önceliğinin toplumun önceliği olduğu görülmektedir.

Medya araçlarının, gerçekleşen olaylara ilişkin haber ve bilgilerin önem sıralamasını belirlediğine dikkat çeken gündem belirleme kuramı, araçların toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine onlar adına karar verdiğini vurgulamaktadır (İrvan,2001: 69).

Kurama göre medya araçlarının gündemine alarak dikkat çektiği haberler toplum tarafından önemli olarak algılanmakta diğer konular ise önemsiz kabul edilmektedir. Medya araçlarında en fazla yer alan konu, kamuoyu tarafından da en önemli konu olarak algılanmakta

ve gündem bu şekilde oluşturulmaktadır. Medya araçları içerikleri ile insanların yalnızca ne düşüneceğine değil aynı zamanda ne hakkında ve nasıl düşüneceklerine de etki etmektedir (Yumlu, 1994: 93).

Günümüz sürekli bir enformasyon akışının olduğu bilgi toplumunda insanların dünyada gerçekleşen tüm olaylara tanıklık etmesi mümkün olmadığını savunan bu kuram, medya araçlarının bu noktada katalizör görevi üstlendiğine dikkat çekmektedir. Söz konusu araçların bu konudaki hayati işlevi araçların ortaya koyduğu konuları neye ve kime göre belirleyeceği sorununu da gündeme getirmektedir. Öyle ki gündemin ilk sıralarında yer alıp hangi konuların önemsiz algılandığı medya araçlarının o konulara nerede, ne kadar ve nasıl yer verdiği ile belirlenmekte olup bu süreci yönlendiren unsurlar ciddi önem taşımaktadır.

Medya araçlarında yer alan haberler çevredeki çeşitli olaylar arasından seçilip belirli gazetecilik kuralları çerçevesinde tanımlanarak yayınlanmaktadır. Söz konusu sürecin aracın yayın politikası, toplumdaki egemen güç odakları, ilan ve reklam verenler, toplumdaki egemen ideoloji, diğer kurumlarla ikili ilişkiler, siyasal kültür gibi son derece önemli etkilerle yönlendirildiği vurgulanması gerekli en önemli hususu oluşturmaktadır.

Bu bağlamda gündem belirleme kuramı, medya, kamu ve siyasal gündem arasındaki ilişkileri açıklamaya ve bu gündemlerin birbirlerini ne şekilde etkilediğini ortaya koymaya çalışmaktadır (Atabek; Dağtaş, 1998:356-359). Çünkü, medya araçlarının toplumsal ve siyasal gündemin belirlenmesi sürecindeki rolü söz konusu sosyal ve politik aktörlerin etkisine açık bulunmaktadır.

Gündem belirleme yaklaşımı da medya, kamu ve siyasal gündem arasındaki ilişkileri açıklamaya ve bu gündemlerin birbirlerini ne şekilde etkilediğini ortaya koymaya çalışan bir yaklaşım olarak dikkat çekmektedir (Terkan, 2007: 562-563). Medya araçları hem toplumsal hem de siyasal gündemin belirlenmesi sürecinde çok çeşitli roller üstlenmiş olmakla birlikte eş zamanlı bir biçimde olaylar üretip haberleştirerek siyasal sürecin eylemlerini de etkileyip süreçte aktif bir rol üstlenmektedir.

Medya araçlarının ülke ve dünya sorunlarına ilişkin kamunun gündemine aktaracağı bilgi ve konulardan hangisinin öncelikli olacağını yine yayın politikası ve aracın belirlediği gündemden neler beklediği etkilemektedir. Söz konusu etki medyanın konuyu öne çıkarma sıklığına, haberin sayfadaki yerine ve genişliğine bağlı bulunmakla birlikte haberlerin sunuluş biçiminin kamuoyunun konuştuğu konuları büyük ölçüde etkilediği göze çarpmaktadır. Bireylerin medya araçlarından etkilenme düzeylerini ise; eğitim, gelir, toplumsal ve ekonomik olaylara duyarlılık düzeyi ile yaş, okuma, izleme alışkanlıkları gibi birçok faktör bir arada belirlemektedir.

Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus medya araçlarının yalnızca kamu gündemini belirlemeyip aynı zamanda bu gündemi öne çıkararak siyasi gündemin de bu gündemi dikkate almasını sağladığıdır.

Medya gündemi belirlerken etki artırıcı tekniklerden yararlanmakta olup “çerçeveleme” ve “öne çıkarma” ya da “önemleştirme” gibi gündem belirleme sürecini birebir etkileyen stratejiler geliştirmektedir.

Goffman'a göre iletişimin tüm alanlarında kullanılan hem teorik hem de ampirik bir yöntem olarak çerçeveleme, toplumun anlamları yeniden inşa etme süreci olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal ve siyasal olayların kitlelere anlam ve yorumları şekillendirecek çerçeveler içerisinde aktarılmasını hedefleyen bu süreç hem toplumsal hem de kültürel yapı tarafından üretilmektedir (Durur,2011:29). Konuların niteliklerine yönelik araştırma yaklaşımlarının kullanıldığı çerçevelemede (framing), yalnızca "ne hakkında düşünüleceği" değil bu sorunun ötesinde, "ne düşünüleceği" ve bunun "nasıl düşününeceğine" yönelik bir etkide bulunulmakta olup kamunun dikkatini istenilen yönde çekebilmek üzere belli noktaların sunulmasıyla, o meselenin nasıl tartışılacağı konusu üzerinde odaklanılmaktadır.

Diğer bir ifadeyle medyanın meselelere, nasıl bakılacağını yani konunun nasıl görülüp, algılanıp değerlendirilerek düşünüleceğini ele alma biçimi olarak çerçeveleme, bu algıya ilişkin mesaj ve bakış açılarını içeren çerçevelere yer verilmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda çerçevelemenin bireylerin olayları ve bilgileri istenilen yönde algılama, teşhis etme ve adlandırmasına olanak sağlayan bir araç olarak belirginleştiğini söylemek doğru olacaktır. Oluşturulan çerçeveler, insanları "nasıl düşünenecekleri konusunda yönlendirecek önemli tanımlamalar içermektedir.

Öne çıkarma da ise; medya olayların bazı yanlarını görmezden gelip diğer bazı yanlarını ön plana çıkarmaktadır. Böylece konuların istenilen şekilde düşünülmesini sağlamaktadır.

Medya araçları kullandıkları bu stratejilerle yalnızca kamu gündemini değil aynı zamanda siyasal gündemi de etkilemektedir.

SİYASAL İLETİŞİMİN TEMEL AKTÖRÜ OLARAK İNTERNET

Sürekli bir değişim ve dönüşüme maruz kaldığımız her an her şeyin yön değiştirdiği içinde bulunduğumuz dönem, yeni iletişim teknolojilerini insan yaşamının kaçınılmaz ve belirleyici bir parçası haline getirmiş bulunmaktadır. Bu teknolojiler arasında zaman ve mekân unsurlarını tümüyle ortadan kaldırdığı için ayrıcalıklı olarak konumlanan internetin, tüm dünyada hızlı bir şekilde yaygınlaşması bu aracın yeni bir medya ortamı olarak siyasal amaçlar doğrultusunda kullanımını da beraberinde getirmiştir.

Kullanıcılarını zaman ve mekân kavramlarından bağımsız bir biçimde karşılıklı etkileşim halinde bir araya getiren bir araç olarak internet, yeni dünya düzeninin yeni ve ayrıcalıklı bir aktörü olarak öne çıkmaktadır.

Ağların ağı olarak ifade edilebilecek internet, dünya çapında milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan sanal bir dünya olarak tanımlanabilecektir (Toruk, 2008:267). Söz konusu sanal alem, etkileşim ve ulaşım anlamında önemli bir özgürlük sağlamaktadır.

Bilgi paylaşım ağı olarak internet, her türlü verinin herkesin kullanımına açık olduğu önemli bir platformdur (Aslan,2008:212). Bu platform, toplumsal, ekonomik ve siyasal hayatta önemli değişiklikleri de beraberinde getirmiştir.

Her türlü veriyi birbirinden farklı formatlarda yayınlama olanağı sağlayan bir araç olarak internet, global dünyayı ağlarla birbirine bağlayan önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yengin, 2012: 76).

Dünya üzerindeki birçok bilgisayarı iletişimsel olarak birbirine bağlayan bir araç olarak internet, bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan önemli bir devrimdir (Akyol,2014:93). Bu bağlamda özellikle bilgisayar teknolojisinin hızla gelişmesi internetin yeni bir medya sıfatıyla hayatımızın her alanını kuşatmasına çoklu medya ortamlarıyla da bu aracın adeta yeni dünyanın temel iletişim aktörü olarak konumlanmasına neden olmuş bulunmaktadır.

Yalnızca bilgisayarların birbiriyle iletişim kurabildikleri dosya ve data transferine olanak tanıyan bir araç olmayan internet, bunun daha da ötesinde kişi ve kurumları zaman ve uzaklık tanımaksızın karşılıklı bir biçimde sesli, görüntülü ve eş zamanlı bir biçimde birbiriyle bütünselleştiren çift yönlü bir araç olarak tanımlanmaktadır (Aktaş,2004:292).

Mesajların daha büyük ve geniş hedef kitlelere ulaşımını kolayca sağlayacak bir araç olarak internet hem finansal anlamda rahatlık yaratmakta hem de zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırdığı için daha geniş kitlelere daha hızlı ve daha kolay erişim imkânı sağlamaktadır. Sahip olduğu bu donanımlar da söz konusu aracın önemli bir yeni medya aktörü olarak konumlanmasına ve siyasal odaklar tarafından rasyonel bir araç olarak öne çıkmasına neden olmaktadır.

İletişim çağının yaşandığı günümüzde bir siyasal odağın istenilen yönde başarılı olması iletişim araç ve tekniklerini kullanmadaki yoğunluk ve başarısına özellikle de yeniçağın yeni aktörü olan internet teknolojisini kullanma becerisine bağlı bulunmaktadır. Bu noktada vurgulanması gerekli en önemli husus siyasal aktörlerin kendilerini ifade edecekleri ve istenilen etkiyi yaratabilecekleri en ayrıcalıklı ortamlardan birinin de parti web siteleri olarak öne çıktığıdır. Bu bağlamda siyasal aktörlere bilgileri sunma, enformasyon akışını çift yönlü gerçekleştirme ve geniş kitlelere daha düşük maliyetli ulaşabilme imkânı tanıyan internetin aktörlere kendi amaçlarını gerçekleştirebilecekleri en uygun atmosferi sağladığı dikkat çekmektedir.

Siyasi aktörler, adeta enformasyon tipisi altında olduğumuz bilgi çağının gereklerini yerine getirebilmek ve kamuoyuna daha kolay ulaşabilmek için yeni iletişim teknolojilerinden faydalanmak bu bağlamda da özellikle internet teknolojisini rasyonel bir biçimde kullanmak zorunluluğu ile karşı karşıya bulunmaktadır.

İnternet teknolojisinin sahip olduğu, interaktiflik, hipermetinsellik ve anında erişim kolaylığı gibi donanımlar bu aracı siyasal aktörlerin gücüne güç katma anlamında baskın hale getirmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de faaliyet gösteren siyasi partilerin kamuoyuna hızlı, kolay ve ucuz bir biçimde ulaşmak yolunda atacakları en önemli adımın internet teknolojisini rasyonel bir biçimde kullanıp kendi web sitelerini aktive etmek olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu noktada vurgulanması gerekli bir diğer husus, internetin geleneksel medyanın gündem belirleme konusundaki tekeli ortadan kaldırıp gündem belirleyici başlıca araç olarak konumlandığıdır. İnternet, siyasal aktör ve kurumlarına yurttaş ve diğer siyasal aktörlerle

etkileşim kurma, amaçları aktarma, bütünleşme, etkileme, ikna etme gibi konularda önemli bir avantaj sağlamakta böylece karşılıklı etkileşim halinde her bireye içerik üretme imkânı sağlamaktadır.

Dijital dünyanın tüm donanımlarını barındıran bir araç olarak internet, günümüzde siyasetin de dijitalleşmesine bu bağlamda da siyasal katılım yöntemlerinin de değişime uğramasına neden olmaktadır (Ünür, 2013: 15).

İnternetin zamansal ve mekânsal sınırsızlığı, her ortamda ve her şekilde iletişimi olanaklı hale getirerek siyasal aktörlere kendi web sitelerinde kamuoyu ile aralarındaki mesafeyi kaldırıp demokratik olarak katılımcı bir kültürün inşasına da katkıda bulunacakları bir alan inşa etmektedir. Bu alana ilişkin dikkat çeken en önemli özellik internetin kendi gündemini geleneksel medya gündemine paralel ya da farklı bir biçimde oluşturabildiğidir.

Bir siyasal partinin internet sayesinde kamusal düzeyde oldukça etkili olduğu ancak etkinin internete ulaşım sayesinde mümkün olabileceği de vurgulanması gerekli önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de internete erişim olanakları açısından bir eşitsizlik bulunmakta söz konusu eşitsizlik de partilerin seslerini duyurabilmesi anlamında önemli sorunlar yaratmaktadır. Dolayısıyla internet teknolojisinin siyasal aktörler açısından demokratik bir iletişime hizmet edebilmesi ve katılımcı demokrasiyi güçlendirebilmesi her şeyden önce bu aracın etkin bir biçimde kullanılmasına ve erişilebilmesine bağlı bulunmaktadır.

BİR SİYASAL İLETİŞİM ARACI OLARAK PARTİ WEB SİTELERİNİN GÜNDEM BELİRLEME YAKLAŞIMI İŞİĞİNDA İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

ARAŞTIRMANIN AMACI

Günümüzün en yaygın ve en hızlı iletişim teknolojilerinden olan internetin siyasal partiler açısından da oldukça rasyonel işlevleri bulunmakta, her gün yeni mesajlarla seçmenin karşısına çıkan siyasi partiler kendilerini internet ortamında iyi bir şekilde ifade edebilme ve bu sayede web siteleriyle seçmenlerine doğrudan ulaşabilme olanağı kazanmaktadır. Söz konusu olanak özellikle seçim dönemlerinde daha önemli bir biçimde öne çıkmaktadır.

Bu araştırmanın amacını, siyasal partilerin seçim dönemlerinde internetten rasyonel bir biçimde yararlanıp yararlanmadıklarını ortaya koymak ve bir siyasal iletişim aracı olarak parti web sitelerinin kamu gündemini belirleme ve etkilemeye yönelik nasıl bir yöntem izlediğini belirlemek oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmada Türkiye'nin temel gündemi ile siyasi partilerin web sitelerinin gündeminin uyumunu ortaya koymak ve siyasal partilerin kendi medyaları olan web sitelerini bir siyasal iletişim aracı olarak kullanıp kullanmadıklarını belirlemek amacıyla içerik çözümlemesi yöntemine başvurulmuştur.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın görgül kısmını oluşturan bu bölümde hem basının gündeminde hem de siyasal gündemde öne çıkan konular incelenecek her iki gündemde de hangi tür konu ve

olaylarda paralellik bulunduğu tespit edilmeye çalışılacaktır. Çalışmada yazılı basın gündemini ortaya koymak için ülke genelinde yayın yapan günlük yaygın gazete olan Hürriyet Gazetesi incelenmiş ve basının gündemini belirleyebilmek için bu gazetenin en önemli konularını işlediği vitrin sayfası olarak kabul edilen birinci sayfasındaki haberler ele alınmıştır.

Siyasal gündemi belirlemek ve siyasi gündemde öne çıkan konuları tespit edebilmek için ise mecliste oy çoğunluğu bulunan 3 siyasi parti olan AKP, CHP ve MHP'nin web siteleri incelenmiştir.

Bu bağlamda çalışmada 23 Nisan 2018 tarihinden başlayarak 29 Nisan 2018 tarihine kadar devam eden bir haftalık zaman periyodu içerisinde Türkiye'de ulusal yayın yapan ve ekonomi ve siyaset çevrelerince dikkatle takip edilen ana akım medyanın temsilcilerinden Hürriyet gazetesinin birinci sayfasındaki haberleri genel gündem maddesi olarak dikkate alınmış ve bu haberlere içerik analizi yöntemi uygulanarak bu yöntemin kategorisel analiz tekniğinden yararlanılmıştır.

İletişimin görünen içeriğini objektif, sistematik ve nitel olarak belirleyen bir yöntem olarak içerik analizi, bir söylemi anlamak ve yorumlamak için öznel etkilerden uzak durmayı ifade eden bir araştırma yöntemidir (Bilgin,2006:1). İçerik analizi yönteminin en önemli tekniklerinden biri olan kategorisel analiz ise mesajların birimlere bölünmesini ve bu birimlerin kategorisel olarak gruplandırılmasını ifade etmektedir (Bilgin,2006:18-19). Bu bağlamda çalışma kapsamında 23 -29 Nisan 2018 tarihleri arasında Hürriyet gazetesinde toplam 76 genel gündem maddesi tespit edilmiş ve kategoriler bu maddelere göre belirlenmiştir.

Diğer bir ifadeyle çalışmada kullanılan kategoriler Hürriyet Gazetesi'nin vitrin sayfasındaki haber başlıklarından çıkarılmış haber başlıklarına yönelik kategorilendirme yapılmıştır. Söz konusu kategoriler incelemeye konu olan her bir gün için ayrı ayrı belirlenerek siyasi partilerin siyasi iletişimi etkinleştirmede kullanacakları bir araç olarak kendi web sitelerinde bu kategorileri ne ölçüde işledikleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu inceleme kapsamında AKP, CHP ve MHP'nin kendi yayın organlarında Türkiye gündemini takip edip etmedikleri, diğerleriyle gündem farklılıklarının ideoloji kapsamında nasıl olduğu, bir farklılık taşıyıp taşımadığı ve web sitelerinin ne kadar dinamik olduğu irdelenmiştir.

HİPOTEZLER VE ARAŞTIRMA SORUSU

İçinde bulunduğumuz dönemde siyasi partilerin diğerlerinden sıyrılabilmesi ve bir fark yaratabilmesi için siyasi iletişim teknik ve araçlarını etkin bir biçimde kullanmaları gerekmektedir. Çalışmada gündem belirleme yaklaşımının temel tezine uygun olarak ne söylendiği ile değil ne hakkında söylendiği üzerinde durulmuş gündemde öne çıkan konular ve bu konulara ne kadar değinildiğine dair sayısal verilere yer verilmiştir. Bu kapsamda çalışmada iki hipotez test edilmiş ve bir araştırma sorusuna yanıt aranmıştır.

Hipotez:1 Siyasi Partiler, ülke gündemini yakından takip etmekte ve Türkiye gündeminde yer alan konulara kendi web sitelerinde yer vermekte ancak bunu kendi ideolojilerine göre

farklılaştırmaktadır. Böylece kendi yayın organlarını bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmaktadır.

Hipotez: 2 Siyasal partiler, ülke gündemini takip etmemekte ve Türkiye gündeminde yer alan konulara kendi web sitelerinde yer vermemekte böylece, kendi yayın organlarını bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmamaktadır.

Araştırma Sorusu: Siyasal partiler web sitelerini, gündem belirlemeye yönelik bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmakta mıdır?

BULGULAR

Çalışmaya konu olan dönem içerisinde Hürriyet gazetesinde ele alınan temel gündem maddelerine yönelik oluşturulan kategoriler ile parti web sitelerinin gündemi şu şekilde belirlenmiştir.

Tablo 1. 23 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uymu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
23 Nisan Tarihin Değiştiği Gün	23 Nisan	23 Nisan	23 Nisan
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	-
CHP'den İyi Partiye Çifte Garanti	-	-	-
İyi Parti'nin Seçime Girebilir Kararı	-	-	-
Meral Akşener'in Cumhurbaşkanı Adaylığı	-	-	-
CHP'li 15 Milletvekilinin İyi Parti'ye Geçmesi (Siyasi Onursuzluk)	Kılıçdaroğlu' nun Siyasi Onursuzluğu	Kılıçdaroğlu'ndan İyi Partiye Destek	-
Beşiktaş- Malatya			

Spor Maçı	-	-	-
Başbakan Yıldırım'ın İzmir'de Annesinin Adını Taşıyan İlkokul Kayınvalidesinin Adını Taşıyan Orta Okul Açılışı	Havva Yıldırım Anaokulu Açılış Töreni İzmir Karabağlar Bahar Yıldırım İlkokulu Açılış Töreni	-	-
Fenerbahçe-Beşiktaş Derbisindeki Saldırı	-	-	-
İstanbul'da Zehirli Atıkların Suya Boşaltılması	-	-	-

Hürriyet Gazetesi'nin 23 Nisan'da ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 10 haberin 8'inin iç politika ile sosyal konu ve sorunlar ile ilgili 2 haberin de spora yönelik olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle AKP ve CHP'nin web sitelerinin gündemlerinin uyumlu olduğu dikkat çekmekle birlikte partilerin web sitelerinde daha çok seçim ve 23 Nisan'la ilgili konulara ağırlık verdiği spor ve sağlık gündemine ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır. Ayrıca MHP'nin web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı görülmektedir.

AKP'nin web sitesinde, diğerlerinden farklı bir biçimde FETÖ üyelerine kucak açılmasının kabul edilebilir olmadığına ilişkin ayrı bir gündem maddesi de yer almakta olup AKP'nin genel olarak Hürriyet Gazetesi'ndeki gündem maddeleriyle uyumlu bir gündem belirlediği görülmektedir. Bu noktada AKP'nin 23 Nisan tarihinde web sitesini etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullanarak gündeme ilişkin açıklama ve yorumlarını seçmen kitlesine bu yolla iletmediği dikkat çekmektedir.

CHP'nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi'ndeki gündeme uygun bir biçimde 23 Nisan ve seçim konularına yer verdiği görülmekle birlikte konuları parti ideolojisine uygun bir biçimde işlediği öne çıkmaktadır. Ayrıca CHP'nin web sitesinde, diğer partilerden farklı olarak CHP Millet Vekili Enis Berberoğlu'nun Cezaevi'nde Bulunmasına yönelik Haksızlığı dile getirdiği, İşsizlik ve Faizlerdeki Artış ile Kanser Vakalarındaki artışa yönelik ayrı bir gündem belirlediği de görülmektedir. Emekli seyahat kartına yönelik haberler de farklı bir gündem olarak öne çıkmıştır. Bu bağlamda CHP'nin de web sitesini etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullandığı dikkat çekmektedir.

MHP'nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi'ndeki gündeme ilişkin yalnızca 23 Nisan'a yer verdiği ve gündeme ilişkin herhangi bir konuda web sitesinde açıklama yapmadığı ve bu aracı bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmadığı dikkat çekmektedir.

Tablo 2. 24 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uyumu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
23 Nisan	23 Nisan	23 Nisan	-
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	-
CHP’li 15 Milletvekilinin İyi Parti’ye Geçmesi	-	-	-
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Beştepe’de Çocukları Kabulü	Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın 23 Nisan Dolayısıyla Beştepe’de Çocuklarla Buluşması	-	-
Cumhurbaşkanlığı Aday Tartışmaları CHP’ de 3 İsim	-	-	-
Ermenistan Başbakanı’nın İstifa Etmesi	-	-	-
Fenerbahçe- Antalya Spor Maçı	-	-	-
TÜBİTAK Boşanma Nedenleri İncelemesi	-	-	-
Kordon Kanı Dolandırıcılığı	-	-	-
İstanbul’da Zehirli Atıkların Suya Boşaltılması	-	-	-

Hürriyet Gazetesi'nin ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde 10 haberin 6 tanesinin iç politika ile sosyal konular olduğu, 2 haberin sağlık, 1 haberin spor, 1 haberin de dış politika konusu olduğu dikkat çekmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle AKP ve CHP'nin web sitelerinin gündeminin yalnızca seçime yönelik bir biçimde uyumlu olduğu MHP'nin ise web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı görülmektedir.

24 Nisan'da AKP'nin web sitesini, diğer parti web sitelerine oranla daha etkin kullandığı ve seçmenine önemli siyasal konulara yönelik mesajlarını web sitesi yoluyla ilettiği görülmektedir. 24 Nisan günü Hürriyet Gazetesi'nin gündeminden farklı olarak AKP'nin web sitesinde yalnızca siyasal konuların gündemi meşgul ettiği sağlık ve dış politika haberlerine yer verilmediği dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Hürriyet Gazetesi olarak ele aldığımız medya gündemiyle, AKP'nin siyasal gündemi seçim kapsamında örtüşmekte fakat dış politika ve diğer konulara yönelik gündem örtüşmemektedir.

Aynı tarihte CHP'nin web sitesini incelediğimizde, Hürriyet Gazetesi'nin siyasal gündemiyle benzerlikler olduğu ancak dış politika ve diğer konulara yönelik gündemin örtüşmediği dikkat çekmektedir. CHP'nin bu tarihte, CHP Genel Başkanı ile SP Genel Başkanı'nın bir araya gelmesine ve CHP İstanbul Milletvekili Enis Berberoğlu'nun Cezaevinde ziyaretine yönelik farklı bir siyasal gündem oluşturduğu dikkat çekmektedir.

MHP'nin ise 24 Nisan'da web sitesini kullanma faaliyetinde bulunmadığı dikkat çekmektedir.

Tablo 3. 25 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uyumu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
Cumhurbaşkanlığı Adayları	-	-	-
İyi Parti'nin Seçime Girebilmesi	-	-	-
Başbakan Yıldırım'ın İspanya Ziyareti	Başbakan Yıldırım'ın İspanya Ziyareti	-	-
8 Temmuz 2018 2. Tur	-	-	-

Cumhurbaşkanlığı Seçimi Senaryosu			
Meral Akşener'in Cumhurbaşkanı Adaylığı	-	-	-
Çanakkale Kara Savaşları'nın 103. Yılı	-	-	-
İstanbul Üniversitesi'nin Bölünmesine Tepki	-	-	-
Fenerbahçe- Beşiktaş Derbisi	-	-	-
Adıyaman'da Deprem	-	-	-
Artvin'de Akıntıya Meydan Okuyamadılar	-	-	-

Hürriyet Gazetesi'nin 25 Nisan'da ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 10 haberin 8'inin iç politika ile sosyal konu ve sorunlarla ilgili, 1 haberin spora yönelik ve 1 haberin de dış politika konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle parti web sitelerinin gündemlerinin örtüşmediği dikkat çekmekle birlikte partilerin web sitelerinde daha çok seçime ağırlık verdiği spor ve sosyal gündeme ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır.

25 Nisan'da AKP'nin web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı yalnızca Başbakan Yıldırım'ın İspanya Ziyaretiyle ilgili gündeme yer verdiği görülmektedir. CHP'nin, web sitesini daha çok Kemal Kılıçdaroğlu'nun, Twitter akışı yoluyla yönlendirdiği, gündeme ilişkin açıklamaların haberlerden ziyade mesajlar aracılığıyla sağlandığı dikkat çekmektedir. MHP'nin ise web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı görülmektedir.

Tablo 4. 26 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uymu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Cumhurbaşkanlığı Adayları	Cumhurbaşkanlığı Adayları	Cumhurbaşkanlığı Adayları	-
15 Vekilin İyi Parti'ye Geçmesi	15 Vekilin İyi Parti'ye Geçmesi	15 Vekilin İyi Parti'ye Geçmesi	-
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri
CHP'nin 7 partili Sıfır Baraj İttifak Önerisi	-	CHP'nin 7 Partili Sıfır Baraj İttifak Önerisi	-
Azerbaycan Devlet Başkanı Aliyev'in Beştepe Ziyareti	Azerbaycan Devlet Başkanı Aliyev'in Beştepe Ziyareti	-	-
Cumhuriyet Gazetesi Çalışanlarına Hapis Cezası	Cumhuriyet Gazetesi Çalışanlarına Hapis Cezası	-	-
AYM'nin 56. Yıl Dönümü	AYM'nin 56. Yıl Dönümü	-	-
Fenerbahçe- Beşiktaş Derbisi	-	-	-
Adıyaman Depremi	-	-	-
Merkez Bankası Faiz Artırım Kararı	-	Merkez Bankası Faiz Artırım Kararı	-
Trump'ın Nükleer Anlaşma Baskısı	-	-	-

26 Nisan 2018 tarihinde, Hürriyet Gazetesi'nin ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 11 haberin 9'unun iç politika ile sosyal

konu ve sorunlarla ilgili, 1 haberin spora yönelik ve 1 haberin de dış politika konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle parti web sitelerinin gündemlerinin örtüştüğü dikkat çekmekle birlikte partilerin web sitelerinde daha çok seçime ağırlık verdiği spor ve sosyal gündeme ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır. CHP ve AKP'nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi'nin ele aldığı temel gündem maddelerinin çoğunun yer aldığı gözlemlenmekte bu bağlamda medya gündemi ile siyasal gündem arasında bir benzerlik göze çarpmaktadır.

AKP'nin web sitesini Hürriyet Gazetesi'nin gündemiyle bağdaşır bir biçimde etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullandığı, ek olarak da seçmenine ulaşmak anlamında farklı gündem de belirlediği dikkat çekmektedir. 26 Nisan günü AKP web sitesinde yer alan "Cumhurbaşkanı Erdoğan, Fener Rum Patriği Bartholomeos'u Kabul Etti", "MKYK Cumhurbaşkanı Erdoğan Başkanlığında Toplandı", "Çocuk İstismarına Karşı Çalıştay Raporu" başlıklı haberler, partinin dikkat çekmek istediği farklı önemli gündem maddeleri olarak öne çıkmaktadır.

26 Nisan 2018 tarihinde CHP'nin web sitesini siyasal iletişim açısından hem etkin bir biçimde kullandığı hem de kendi medyasını kendi sesini duyurmak açısından bir cevap ve muhalefet aracı olarak konumlandığı görülmektedir. Ayrıca CHP'nin web sitesinde, Hürriyet'in yarattığı gündem maddelerinin dışında farklı gündem konuları da dikkat çekmektedir. Bu tarihte sitede yer alan "İstanbul Üniversitesi'nin Bölünmesi Uygun Değildir", "Çocukları Cinsel Obje Olarak Gören Zihniyete Karşı Çıkacak mıyız", "TSK'da Çalışan Sivil Memurlara Taşeron İşçi Muamelesi", "TRT'nin Tarafçı Yayıcılık ve Torpilli İşe Alımı Karşısında Araştırma Önergesi", "Aşı Keyfi Bir Durum Değildir" başlıklı haberler, CHP'nin farklı bir gündem yaratmak ve belirli konulara dikkat çekmek amacıyla kullandığı siyasal iletişim araçları olarak öne çıkmaktadır.

26 Nisan 2018 tarihinde MHP'nin ise web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı bu tarihte yalnızca 24 Haziran seçimleriyle ilgili bir habere yer verildiği görülmektedir.

Tablo 5. 27 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uymu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
Seçim Nedeniyle Kamudan İstifa	-	-	-
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	-	-
Cumhurbaşkanlığı	Cumhurbaşkanlığı	Cumhurbaşkanlığı	

Adaylığı	Adaylığı	Adaylığı	-
İlk Başvuru Bahçeli'den	-	-	-
İttifak İçin Son Tarih 6 Mayıs	-	-	-
Üniversitelerin Bölünmesini Protesto Cerrah Paşa Tıp Fakültesi	-	-	-
Japonya'ya Canlı Cerrah Paşa Eğitimi	-	-	-
2014 Avrupa Futbol Şampiyonası'na Destek	-	-	-
Fenerbahçe- Beşiktaş Derbisindeki Saldırı	-	-	-
İdil Biret'ten 75. Yaş CD'si	-	-	-

27 Nisan 2018 tarihinde, Hürriyet Gazetesi'nin ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 10 haberin 7'sinin iç politika ile sosyal konu ve sorunlarla ilgili, 2 haberin spora yönelik ve 1 haberin de dış politika konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle parti web sitelerinin gündemlerinin yalnızca seçimlerle ilgili bir biçimde örtüştüğü, partilerin web sitelerinde daha çok seçime ağırlık verdiği spor ve sosyal gündeme ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır.

27 Nisan'da AKP'nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi'nin ele aldığı temel gündem maddelerinin yalnızca seçimle ilgili bir biçimde yer aldığı gözlemlenmekte bu bağlamda medya gündemi ile siyasal gündem arasında görece bir benzerlik göze çarpmaktadır. AKP'nin web sitesinde Hürriyet Gazetesi'nin gündeminden farklı bir biçimde seçmenine ulaşmak anlamında farklı gündem de belirlediği dikkat çekmektedir. 27 Nisan günü, AKP web sitesinde yer alan "Cumhurbaşkanı Erdoğan, Seçim Stratejisi Toplantısı'na Katıldı", "Cumhurbaşkanı Erdoğan, Rusya Devlet Başkanı Putin'le Buluştu" başlıklı haberler, partinin dikkat çekmek istediği önemli gündem maddeleri olarak öne çıkmaktadır.

27 Nisan 2018 tarihinde CHP'nin web sitesini, Hürriyet Gazetesi'nin saptadığı gündem maddelerine uygun olarak siyasal iletişim açısından etkin bir biçimde kullanmadığı daha çok kendi medyasını kendi sesini duyurmak açısından bir cevap ve muhalefet aracı olarak konumlandığı görülmektedir. CHP web sitesinde, Hürriyet'in yarattığı gündem maddelerinin dışında farklı gündem konuları dikkat çekmekte olup bu tarihte sitede yer alan "Enis Berberoğlu'nun Size Mesajı Var", başlıklı haber, CHP'nin farklı bir gündem yaratmak ve belirli konulara dikkat çekmek amacıyla kullandığı siyasal iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır.

27 Nisan 2018 tarihinde MHP'nin ise, web sitesini etkin bir biçimde kullanmadığı bu tarihte yalnızca 24 Haziran seçimleriyle ilgili bir habere yer verildiği görülmektedir.

Tablo 6. 28 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uyumu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
Recep Tayyip Erdoğan Muhalefetin Soros'u Çok	-	-	-
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	-
Başbakan Yıldırım Bedelli Askerlik Dikkate Alınmalı	-	-	-
Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu'nun Menbiç Çıkışı	-	-	-
Cumhurbaşkanı Adaylığı	-	-	-
Yargıtay Kiracıları Sevindirdi			-
Mahkeme Kaan Bebeği Yok Saydı	-	-	-

MHP Genel Başkanı Bahçeli Beşiktaş Kararını Değiştirmeli	-	-	-
Kore’de 65 Yıl Sonra Küs Kardeşler Barıştı	-	-	-
Justin Bieber ve Daddy Yankee Las Vegas’a Damga Vurdu	-	-	-
İspanya’da Tecavüz Olayı	-	-	-

28 Nisan 2018 tarihinde, Hürriyet Gazetesi’nin ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 11 haberin 7’sinin iç politika ile sosyal konu ve sorunlarla ilgili, 1 haberin spora yönelik ve 3 haberin de dış politika konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle parti web sitelerinin gündemlerinin yalnızca seçimlerle ilgili bir biçimde örtüştüğü dikkat çekmekte olup partilerin web sitelerinde daha çok seçime ağırlık verdiği spor ve sosyal gündeme ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır.

28 Nisan 2018’de AKP’nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi’ndeki gündem maddeleriyle uyumlu bir gündem belirlemediği görülmektedir. AKP’nin diğer partilerden farklı bir biçimde, hükümetin 10 gün içinde imar barışını çıkaracağına ilişkin ayrı bir gündem maddesine yer verdiği ayrıca, “Ülkeyi Yönetmek İstiyorsan Başka Kapılarda Aday Aramayacaksın”, “Kurmaya Çalıştıkları Çatı Çatırdadı”, “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi”, “Yıldırım’ın Halit Akçatepe’ye Başsağlığı Mesajı” konulu gündem maddeleri AKP’nin web sitesini etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullandığını gösteren önemli göstergeler şeklinde belirginleşmektedir.

28 Nisan 2018’de CHP’nin web sitesinde, Hürriyet Gazetesi’ndeki gündeme ilişkin haberlere yer verilmemekle birlikte parti ideolojisine uygun bir biçimde gündem oluşturulduğu dikkat çekmektedir. CHP’nin web sitesinde, diğer partilerden farklı olarak “CHP Millet Vekili Enis Berberoğlu’nun Size Mesajı Var”, “İzmir’de Deprem”, “Ülkesine Sahip Çıkmak İsteyenleri 1 Mayıs’ta Alanlara Çağırıyoruz” haberleri ile ayrı bir gündem belirlediği de görülmektedir. Bu bağlamda CHP’nin kendi yayın organını seçmenine ulaşma imkânı sağlayacak etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullandığı dikkat çekmektedir.

28 Nisan 2018 tarihinde MHP’nin ise hem Hürriyet gazetesinin belirlediği temel gündem maddelerine yönelik olarak hem de kendi aracı olan web sitesinde gündem belirlemeye

yönelik olarak bir faaliyette bulunmadığı bu bağlamda web sitesini etkin bir siyasal iletişim mekanizması olarak kullanmadığı dikkat çekmektedir.

Tablo 7. 29 Nisan 2018 Hürriyet Gazetesindeki Temel Gündem Maddeleri İle 3 Partinin Web Sitelerindeki Gündem Maddelerinin Uyumu

Hürriyet Gazetesi Gündem	AKP Web Sitesi Gündem	CHP Web Sitesi Gündem	MHP Web Sitesi Gündem
Recep Tayyip Erdoğan Kampanyaya İzmir'den Başladı	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın İzmir Ziyareti	-	-
24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	24 Haziran Genel Seçimleri	-
Recep Tayyip Erdoğan Demokrasinin Şartı Laiklik	-	-	-
Dışişleri Bakanları Moskova'da	-	-	-
Yıldırım CHP'ye Adayınız Uzaydan Mı Gelecek	Yıldırım: CHP Cumhurbaşkanı Adayı Gökten İnsin Diye Bekliyor		
AKP Sözcüsü Mahir Ünal: AKP'nin Gündeminde Bedelli Yok			
Cumhurbaşkanı Adaylığı Gül Aday Değilim	-	-	-
15 Vekil Seçimde CHP'den Aday Olacak	-	Seçimde 15 vekil Bizden Aday Olacak	-

Kato Dağı'nda Uçurtma Şenliği			
Beyoğlu Körfezi	-	-	-
Tirajı Komik Kurtuluş	-	-	-
Beşiktaş-Galatasaray Maçı	-	-	-
Fenerbahçe-Kasımpaşa Maçı	-	-	-
Türkan Şoray Melike'yi Seçti	-	-	-

29 Nisan 2018 tarihinde, Hürriyet Gazetesi'nin ilk sayfasında yer alan gündem maddeleri konuya göre değerlendirildiğinde toplam 14 haberin 11'inin iç politika ile sosyal konu ve sorunlarla ilgili, 2 haberin spora yönelik ve 1 haberin de dış politika konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde tespit edilmiş gündem maddeleriyle parti web sitelerinin gündemlerinin yine yalnızca seçimlerle ilgili olarak örtüştüğü partilerin web sitelerinde daha çok seçime ağırlık verdiği spor ve sosyal gündeme ilişkin konulara yer vermedikleri göze çarpmaktadır.

29 Nisan'da AKP'nin web sitesini, diğer parti web sitelerine oranla yine daha etkin bir biçimde kullandığı ve seçmenine önemli siyasal konulara yönelik mesajlarını da yine web sitesi yoluyla iletildiği görülmektedir. 29 Nisan günü Hürriyet gündeminden farklı olarak AKP'nin web sitesinde yalnızca siyasal konuların gündemi meşgul ettiği Hürriyet gazetesi olarak ele aldığımız medya gündemiyle, AKP'nin siyasal gündeminin belirgin bir biçimde örtüştüğü dikkat çekmektedir. Web sitesinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın İzmir ziyareti ve Özbekistan ziyareti önemli birer gündem maddesi olarak öne çıkmış bulunmaktadır.

Aynı tarihte CHP'nin web sitesini incelediğimizde, Hürriyet Gazetesi'nin siyasal gündemiyle yalnızca seçime ilişkin benzerlikler olduğu görülmektedir. CHP'nin bu tarihte, Genel Başkan Yardımcısı Veli Ağbaba'nın "25 Yıl Öncesine Bakacağına Aynaya Bak", Toprak'ın "Milli-Yerli Para Projesi, Ekonomik İflasın İlanı Türkiye'yi Soyma Planıdır", Kılıçdaroğlu'nun "Anadolu Medyası Buluşuyor" başlıklı gündem maddeleriyle farklı bir siyasal gündem oluşturduğu ve seçmenine farklı mesajlar ulaştırmaya çalıştığı dikkat çekmektedir.

MHP'nin ise 29 Nisan'da da web sitesini bir siyasal iletişim aracı olarak kullanma faaliyetinde bulunmadığı dikkat çekmektedir.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz yoğun bilgi akışının olduğu ve seçmenin kafasının sürekli karıştığı seçim döneminde siyasal partilerin kendi medyalarını kullanarak seçmenlerine ulaşmak ve onların kanaatlerini etkilemek anlamında önemli bir araç olarak parti web siteleri öne çıkmaktadır.

Siyasal partilerin web sitelerinin özellikle seçim dönemlerinde siyasal iletişimin belirgin bir unsuru olarak belirlendiği bu çalışma, medya gündemiyle siyasal gündem arasındaki ilişkiyi gündem koyma yaklaşımı ışığında tespit etmeye çalışmış, çalışmada hangi tür konuların medyanın gündeminde ve siyasal gündemde ilk sırada yer aldığı, hangi durumlarda medya gündemiyle siyasal gündemde öne çıkan konular arasında bir benzerlik olduğu, araştırma kapsamına alınan üç partinin gündeme getirdikleri konular arasında bir ilişki olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada, herhangi bir konunun medya gündemiyle siyasal gündemdeki önemlilik derecesinin konuların niteliğine bağlı olarak değişim gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca, ülkemizde faaliyet gösteren siyasal partilerin kendi medyaları olan web sitelerini ve çağımızın temel aracı olan interneti etkin bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmadıkları, yalnızca bazı partilerin belli konularda kullandıkları gözlemlenmiş böylece araştırma sorusu cevaplanmıştır.

Ancak AKP ve CHP açısından bakıldığında araştırmanın 1. Hipotezi olan “Siyasal Partiler, ülke gündemini yakından takip etmekte ve Türkiye gündeminde yer alan konulara kendi web sitelerinde yer vermekte ancak bunu kendi ideolojilerine göre farklılaştırmakta böylece kendi yayın organlarını bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmaktadır” hipotezi doğrulanmıştır.

Araştırma sonuçlarına MHP için bakıldığında araştırmanın 2. Hipotezi olan “Siyasal partiler, ülke gündemini takip etmemekte ve Türkiye gündeminde yer alan konulara kendi web sitelerinde yer vermemekte böylece kendi yayın organlarını bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmamaktadır” varsayımı geçerli kılınmıştır.

Araştırma kapsamına alınan siyasal partilerin web sitelerine, Hürriyet gazetesinin saptamış olduğu genel gündem maddesi kategorileri açısından bakıldığında seçim ve cumhurbaşkanlığı adaylığı kategorilerinin öne çıktığı görülmekle birlikte sağlık ve spora yönelik oluşturulan kategorilerin web sitelerinde yer almadığı dikkat çekmektedir.

Ayrıca incelemeye konu olan siyasi partilerden AKP'nin web sitesini diğer partilere oranla daha etkin bir biçimde kullandığı bu bağlamda da bu partinin günümüzde ayrıcalıklı bir aktör olan internetin donanımlarından daha çok yararlandığı görülmektedir. Hükümet karşısında ana muhalefet olan CHP'nin ise kendi medyasını kullanarak seçmenine ulaşmak anlamında interneti kullanma konusunda çok da aktif olmadığı göze çarpmakla birlikte web sitesini daha çok Twitter akışı ile yönlendirdiği dikkat çekmektedir. MHP açısından baktığımızda MHP'nin web sitesini ne gündeme ilişkin ne de bir muhalefet aracı olarak kullanmadığı sitenin aktif olmadığı öne çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, H., (2004). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet, Partilerin Seçim Kampanyalarında İnternetin Yeri, Tablet Yayınları, Konya.
- Akyol, O., (2014). İnternet ve Değişen Televizyon Yayıncılığı Teknolojileri, Yeni(lenen) Medya, Ed: Mesut Aytekin, Kocav Yayınları, İstanbul.
- Aslan, K., (2008). Değişen Teknolojiler ve Habercilikte İstihbarat, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Atabek, N.; Dağtaş, E., (1998). Kamuoyu ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayınları: 139, Eskişehir.
- Aziz, A., (2003). Siyasal İletişim, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Doğan, A.; Göker, G., (2013). Siyasal İletişim Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara.
- Durur, K. Elif, (2011). “İnşacı Yaklaşım İçinde Çerçeveleme Kuramı Ve Haberin Çerçevesi”, Atatürk İletişim Dergisi, 2:21-31.
- İrvan, S., (2001). Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim 9, Ankara.
- Köker, E. (1998). Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Vadi Yayınları, Ankara.
- Lilleker, Darren G., (2013). Siyasal İletişim: Temel Kavramlar, Editörler: Yusuf Devran, Alparslan Nas, Betül Ekşi ve Yenal Göksun, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Öker, Z., (2005). Kurgusal Dünyanın Gölgesinde Bir Unutkan JEAN BAUDRILLARD, Kadife Karanlık, 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar, Su Yayınevi, İstanbul.
- Özkan, Abdullah. (2004). Siyasal İletişim, Nesil Yayıncılık, İstanbul.
- Terkan, B., (2005). Gündem Belirleme, Tablet Kitapevi, Konya.
- Terkan, B., (2007). “Basın Ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Sayı:17.
- Toruk, İ., (2008). Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik, Türkiye’de Haber Siteleri, Literatürk Yayınları, İstanbul.
- Uslu, Z. K., (1996). Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri, Yeni Türkiye Dergisi Sayı:11, Ankara.
- Ünüvar, N., (2013). Dijital Siyaset, Pozitif Yayınları, İstanbul.
- Yavaşgel, E., (2004). Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler, Babil Yayıncılık, Ankara.
- Yengin, D., (2012). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum, Derin Yayınları, İstanbul.
- Yılmaz, S. H., (2005). Yerel Basının İşlevlerinin, Siyasal Katılım ve Denetim Olguları Açısından Değerlendirilmesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:21.