

Sosyal Medya,Siyaset ve Milliyetçilik

İçeriği Yazan: [omeralperdalak](#) [1] Zaman: Cts, 30/04/2011 - 22:20

Yazar: Ömer Alper DALAK

Birbirinden bağımsız üç kavramın bugünlerde biri birinin içine girdiğini görmekteyiz.Bu kavramların iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle daha da net görülmektedir.İlk önce bu kavramların tanımları üzerinden gitmek gerekirse.Sosyal medya, katılım, açıklık, iki yönlü konuşma, topluluklar ve bağlanmak gibi beş temel kavram ile açıklanabilmektedir. Geleneksel medya kullanıcılarının ürettiği içerikler, geleneksel medya ve halkla ilişkileri, çoğu profesyonelleri ve gazetecileri şaşkınlığa uğratmıştır. Ama bu değişikliklere, yeni isim vermek ve onların aniden gerçekleştiğini varsaymak doğru değildir, aslında bu süreç son on yıl boyunca gelişmiştir. Milliyetçilik, Ulusçuluk ya da Nasyonalizm, kendilerini birleştiren dil, tarih veya kültür bağlarından bir üstyapı oluşturabilmiş sosyal birikimlerin adı olan millet veya ulus olarak tanımlanan bir topluluğun yaşama ve ilerleme ülküsünün toplumların ve insanlığın gelişmesini sağladığına inanan görüştür. Milliyetçilik, ulus idealine bağlılığın, evrensel ilkelere bağlılık gibi ya da bireyin hak ve özgürlükleri gibi evrensel zenginliğin artmasına katkıda bulunan sosyal soyut yapılardandı. Siyaset, belli bir toplumda çatışma halinde olan çıkarların uzlaştırılması faaliyetidir. Bu uzlaştırma faaliyeti ise yönetim erkinin elde bulunması ile gerçekleşir. Kavramların açılmasıyla öncelik verilmesi gereken konu sosyal medyadır.

Gün geçtikçe sayısı artan sosyal medya kullanıcısı gününün büyük bir bölümünü bu alanda geçirmektedir. Sosyal medyanın kullanıcısı olan 16-29 yaş arası aktif genç grubu. Bu grup sosyal medyaya bağımlı olan ve hisseleri, siyasi düşünceleri aslında söylemediklerini söyleyemedikleri kendilerini dinletebildikleri bir ortam olarak kullanılmaktadırlar. Bu söylemlerin büyük bir çoğunluğu siyasetle ilgili olmaktadır. Söylerim arttığı en çok dönem ise en son 12 Eylül 2010 Referandum seçimlerinde görüldü.İki grup halinde **evetçiler** ve **hayırcılar** olarak ayrılan sosyal medya kullanıcıları sürekli paylaşımlar yapıyor,bu paylaşımlar üzerinden ise gündemi tartışıyorlardı.Bir bakıma bu yaş grubu gencin aktif siyaset yerine pasif siyaset içerisinden bulunup tartışmalarda bulunması siyasi geleneklerin aslında hala aynı olduğunu göstermektedir.Meydanlarda,ekranlarda ve mecliste gördüğümüz siyasetçiler son 30 yılda sadece siyasi partileri değişerek hep o vitrinde kalmışlardır.Düşüncelerini sosyal medya aracılığıyla paylaşan gençlerin bu durumu aslında ülkedeki yaşanan darbeler ve ailelerin gösterdiği reaksiyonla birlikte apolitize edilmiş gençlik artık sesini sosyal medya aracılığıyla duyurmakta.

FACEBOOK ve TWITTER SİYASETİ

Dünyada en çok kullanılan sosyal medyada araçlarından Facebook-Twitter aracılığıyla Türkiye'deki gençlerin büyük bir çoğunluğu siyaset yapmaktadır.Bu gençlerin büyük bir çoğunluğu hatta hepsi bir siyasi parti üyesi değilken savundukları siyasi partilerin propagandalarını yapmaktadırlar.Tabii ki de bir siyasi görüşü öne sürmek için bir siyasi partiye bağlı olmak gerekmez ama asıl çelişki bu siyasi performansı reel hayatta gösterememelidir.Tüm sarf edilen sözlerin hepsi sanal dünyanın içerisinde kaybolmaktadır.Sözlerin büyük bir çoğunluğu hakaret içermekle birlikte sözleri söyleyen kişilerin tek doğrularının kendilerinininki olduğunu iddia ederler.Bu da aslında reel politikanın sanal politikaya nasıl etkilediğini çok net bir örneğidir.Politikacıların sert üslupları sanal medya politikacılarında üsluplarına da yansımaktadır.Vitrinde siyasetçilere hep var olan olacak sosyal medyadaki siyasetçilerde eklenmektedir.

SOSYAL MEDYA MİLLİYETÇİLİĞİ

Sosyal medyada kullanılan siyasi kavramların en çok kullanılan üslup milliyetçi üsluptur. Bu üslubun kullanılmasında etken olan terör olayları, özelleştirme vb. durumlardır. Bu durumlarda söylemler biraz daha sertleşmektedir. Bununla ilgili en son yaşanan olay ise 21 Mart Nevruz Bayramı ile ilgiliydi. Bayramın kime ait olduğu ve hangi adla söylenmesi gerektiğine dair tartışmalar sosyal medya üzerinden tartışıldı. Hatta bu tartışma etnik bir tartışmaya doğru yol aldı. Kimileri Nevruz kimileri ise Newroz diyordu fakat söylemlere işleyen milliyetçilik duygusunu çok net

görmüş bulunmaktayız.Bayramın asıl vurgusunu unutup sadece milliyetçi duygularla siyaset yapmış oldular.

Sonuç olarak önümüzdeki seçim döneminde aday olacak milletvekillerin yüzde kaç 25-35 yaş arası olacak? Aday olacak vekillerin seçildiklerinde hep o vitrindeki vekiller gibi davranıp kafa olarak yaşlanacaklar mı? Bununla birlikte acaba sosyal medya siyasetçilerimiz sahaya inip siyasetle uğraşacaklar mı ? Bu soruların cevabı birazda şu an aktif olarak siyaset yapan politikacılarda onlar istedikleri sürece değişim olacaktır.

Ömer Alper DALAK

iletisim@politikadergisi.com

Yorumlar

- [Diğer](#) [2]

Kaynak URL (03/05/2024 - 16:30 tarihinde yazdırıldı):

<https://www.politikadergisi.com/okur-makale/sosyal-medyasiyaset-ve-milliyetcilik>

Bağlantılar:

[1] <https://www.politikadergisi.com/pd-uye/omeralperdalak>

[2] <https://www.politikadergisi.com/category/icerik-kategorileri/diger>