

## SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA POPÜLİZM: GENEL BİR DEĞERLENDİRME

Doç. Dr. Salih TİRYAKI<sup>1</sup>

### ÖZET

Popülizm, özellikle politik tartışmalarda sıkça üzerinde durulan konuların başında gelmektedir. Zamanın ruhu olarak tanımlanabilecek popülizm, sosyal medya ağlarının gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmesiyle daha da tartışılır hale gelmiştir. Bu tartışmalar içerisinde popülizmi ideoloji olarak tanımlayan araştırmacılar olduğu gibi popülizmi bir iletişim tarzı olarak da değerlendiren araştırmacılar bulunmaktadır. Popülizmin tanımlanmasında ve yorumlanmasında yaşanan bu farklılıklar, araştırmaların belirli bir odak noktasına yerleştirilememesine yol açmaktadır. Genel olarak popülizmin sosyal medya ağlarıyla birlikte yükselişe geçtiğini ifade eden görüşler olduğu gibi bu görüşe karşı çıkan araştırmacılar da bulunmaktadır. Bu araştırmacılara göre sosyal medya ağları popülizmi yükselişe geçirmemekte ve popülizmin var olan gücünü yansıtmaktadır. Popülizm özellikle siyasi liderlerin sosyal medya söylemlerinde sıkça kullandığı stratejilerin arasında bulunmaktadır. Popülizmin tanımında da olduğu gibi zamanın ruhunu yansıtan söylemlere politikacılar sıkça başvurmaktadır. Siyasi liderlerin popülist söylem konu başlıkları arasında ise sığınmacılar veya azınlıklar gibi toplumun üzerinde durduğu konular yer almaktadır. Bunun dışında sosyal medyanın aynı zamanda gündem belirleyici ve gündemin tartışıldığı bir kamusal alan yarattığı noktada da siyasi liderler gündeme ilişkin popülist söylemlere başvurabilmektedir. Bu da sosyal medya ağlarının popülizmi beslediği gibi popülizmin de sosyal medya ağlarını beslediği ve aralarında simbiyotik bir ilişki bulunmasına yol açmaktadır. Bu çalışmada, popülizm kavramı ve sosyal medya ağlarında popülizmin yükselişine dair genel bir değerlendirme sunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Politika, Popülizm, Popülist İletişim, Sosyal Medya Ağları, Popülist Liderler

---

<sup>1</sup> Selçuk Ün., İletişim Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-0966-3359, salih.tiryaki@selcuk.edu.tr  
Araştırma Makalesi/Research Article, Geliş Tarihi/Received: 23/06/2023–Kabul Tarihi/Accepted: 29/07/2023

## POPULISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA: AN OVERVIEW

Assoc. Prof. Salih TIRYAKI

### ABSTRACT

Populism is one of the most emphasized issues in political discussions. Populism, which can be defined as the spirit of the time, has become even more controversial as social media networks have become an important part of their lives. In these discussions, there are researchers who evaluate populism as a communication style as well as researchers as the idea of populism. These cells experienced in the comfort and interpretation of populism lead research to place it in a particular focus. In general, there are opinions expressing that populism is on the rise with social media networks, and there are also researchers who oppose this view. According to these researchers, social media networks populism is on the rise and reflects the existing power of populism. Populism is among the strategies frequently used by political leaders in social media discourses. As in the definition of populism, politicians frequently refer to discourses that reflect the spirit of the time. Among the topics of populist discourse of political leaders, there are issues that society emphasizes, such as refugees or minorities. Apart from this, at the point where social media creates a public space where the agenda is set and the agenda is discussed, political leaders can resort to populist discourses on the agenda. This leads to a symbiotic relationship between them, as social media networks feed populism, and populism feeds social media networks. This idea is to make a general assessment of the concept of populism and the rise of populism in social media networks.

**Keywords:** Politics, Populism, Populist Communication, Social Media Networks, Populist Leaders

### GİRİŞ

Politik iletişim sürecinde, özellikle sosyal medya ağlarının yükselişiyle birlikte popülizm ana akım bir ideoloji ve bir iletişim tarzı olarak öne çıkmaya başlamıştır. Sosyal medya ağlarının yaygınlaşması, politik iletişim sürecini kolaylaştırırken, sosyal ağlar populistlerin mesajlarını yaymak için tercih ettikleri iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Bu yapı içerisinde popülizmin halka odaklanma, teknolojik anlayış ve zamanın ruhunu yansıtması gibi temel özellikleri, dijital ağların koyduğu engellerin çoğunun üstesinden gelmesine izin vermektedir. Özellikle popülizm, sosyal medyadaki bağlam çöküşü olgusuyla başa çıkmak için ideal bir durumda değerlendirilirken, sosyal medya ağlarıyla birlikte kişiselleştirilmiş politika çağında populistlerin imajda populist benliği inşa etmek için kitlesel izleyicilere hitap eden başarılı iletişim stratejileri geliştirmek için gerçek zamanlı veriye dayalı stratejileri kullanmaları için fırsat da yaratılmıştır (Guerrero-Solé, vd., 2020). Sosyal medya ağlarında oluşturulan populist iletişim stratejileri farklı siyasi partiler ve liderleri tarafından kullanılabilirdiği gibi aynı zamanda farklı aktörler (siyasi kurumlar, medya vb.) tarafından da kullanılabilir. Ancak popülizm belirli bir plan dahilinde işlememektedir. Populist liderler, genel bir plan halinde değil “zamanın ruhunu” yansıtacak şekilde hareket etmektedir. Bir etiket olarak “populist”, bireyler veya kuruluşlar tarafından nadiren kendi kendine atfedilir veya iddia edilmektedir (Gil de Zúñiga, vd., 2020).

Sosyal medya ve politik popülizm arasında “seçmeli bir yakınlık” bulunmaktadır. Sosyal medyanın kitlesel ağ kurma yetenekleri, kitle siyaseti için uygun bir kanal oluşturmakta ve popülizmin karakteristik özelliği gibi insanlara hitap etmektedir. Bu kanal, yalnızca siyasi demagogların yukarıdan aşağıya iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda vatandaşların birleşip kendilerini ifade etmeleri ve böylece siyaset kurumuna meydan okumaları için bir araç görevi de görmektedir. Bu nedenle, Gerbaudo'ya (2018: 746) göre, “sosyal medya ile popülizm arasında geçici olarak “seçmeli bir yakınlık” olarak tanımlanabilecek bir şeye tanık oluyoruz. Sosyal medya, düzen hareketlerine karşı popülist hareketleri desteklemektedir.” (Gerbaudo, 2018: 746)

Sosyal medya ağlarıyla birlikte popülizmin yükselişi, genellikle dünya çapında demokrasinin durumundaki en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir. Başta gazeteciler olmak üzere birçok gözlemci, popülist hareketlerin yayılmasına ve etkinliğine sosyal medyanın yardımcı olduğunu öne sürmektedir. Sosyal medya ile her türden popülizm arasında, sosyal medyanın seferberlik araçları olarak rolü gibi bir dizi makul bağlantı bulunmaktadır. Bu araçlar, genellikle görev için popülist kampanyalarda olduğu gibi, yerleşik, ana akım kuruluşların işe alım ve mesajlaşmaya hakim olmadığı yerlerde özellikle etkili olabilmektedir. İlgili bir başka bağlantı, politik iletişimin içeriğini kapsamaktadır. Sosyal medya, kutuplaşmayı körükleyen ve aşırı durumlarda terörizmi destekleyen grup içi iletişimi ve grup dışı şeytanlaştırmayı kolaylaştırabilmektedir. Sosyal medya, aşırılık yanlısı adaylara ve partilere, ana akım elitleri ve haber medyasını atlayarak doğrudan vatandaşlarla iletişim kurma veya başka yollarla yerleşik politik liderlere ve haber sistemlerine meydan okuyan politik mesajların belirginliğini artırma aracı sağlayabilmektedir (Bartlett vd., 2011; Boulianne, vd., 2020). Bu da sosyal medyayı bir güç ve hedeflerine ulaşmak için bir araç olarak kullanan grupların, bu ağlarda etkin bir şekilde popülist söylemler üretmesine yol açmaktadır.

Popülizmin dinamikleri içerisinde tarihi oldukça eskilere dayanan iç mantığı ve günümüz teknoloji dünyasında gelişmeye yönelik ideolojik bir gelişmeye sahip olması, popülizmin ideolojik ve politik çerçevesinin analizini zorunlu kılmaktadır (Toprak, 1992). Bu çalışma son yıllarda üzerinde sıkça tartışılan popülizme ilişkin genel bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de de son yıllarda özellikle popülizm ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar bulunmasına rağmen konu yeterince incelenmemektedir. Bu çalışmada popülizm kavramına ilişkin tanımlamalara bakıldıktan sonra popülizm ve sosyal medya arasındaki ilişki incelenecektir.

## 1. POPÜLİZM KAVRAMI

Popülizm tartışmaları politika ve medya araştırmaları içerisinde sıkça tartışılan kavramların başında gelmektedir. Popülizm üzerine yapılan tartışmalarda “*popülizmin ele geçmezliği ve kavramın kolay tanımlanamaz oluşu etralıca ele alınmış ve kısmi-zayıf tanımlardan kapsamlı tanımlara kadar pek çok tanımlama girişiminde bulunulmuştur.*” (Yılmaz, 2017, s.36).

Popülizm, içerisinde çeşitli anlamlandırmalar barındırmasına rağmen politika içerisinde karizmatik bir lider tarafından yönetilen, “halkın” rolünü öven ve politik arena ile toplumu “biz, halk” ve “onlar, seçkinler” şeklinde ikiye ayırmayı amaçlayan düzen karşıtı bir arayış olarak gelişmiştir (Gil de Zúñiga, vd. 2020). Bu tanım içerisinde popülizmin normalin dışında seyreden ve anormali içeren bir gelişim seyri olmasına rağmen Muddle (2004, s.542) popülizmin anormal olmadığını ve Batı demokrasilerinin politikalarında ana akım bir yaklaşım haline geldiğini belirtmiştir. Muddle (2004) bu noktadan yola çıkarak “popülist bir zeitgeist<sup>2</sup>” kavramını öne sürmüştür. Muddle (2004, s.543) bu değerlendirmelerden yola çıkarak popülizmi, “*erdemli ve homojen bir halkı, egemen halkı haklarından, değerlerinden, refahından, kimliğinden ve sesinden mahrum bırakan (veya mahrum etmeye çalışan) olarak tasvir edilen bir dizi elit ve tehlikeli "ötekiler" ile karşı karşıya getiren ideoloji*” olarak tanımlamaktadır.

Muddle'nin (2004) yaptığı değerlendirmeler ve tanımlamadan da anlaşılacağı üzere popülizm, politik tartışmalar içerisinde “politik tarz” olarak gelişmektedir. Popülizmin politik bir tarz olarak öne çıkması, popülizmin içerisinde barındırdığı ideoloji, politik mantık, söylem ve strateji gibi kavramlardan ayrılmasına yol açmaktadır (Moffitt ve Tormey, 2014). Politik bir tarz olarak ulusal popülizmin özellikle son yıllarda yükselişi çeşitli etkenlere bağlıdır. Popülizm, politik elitlere güvensizlik, yolsuzluğa öfke ve liberal demokrasi kurumlarından dışlanma algısı; artan ekonomik eşitsizlik, durgun gerçek ücretler, iş güvencesizliği ve azalan sosyal hizmet karşısında yoksunluk; ulusal kültürlerin ve geleneklerin, değer sistemlerinin ve otorite yapılarının ve tarihsel olarak yerleşik yaşam biçimlerinin yok edilmesi; vatandaşların, büyük politik partilerden ve bu partilerle ilişkili sınıfsal ve diğer toplumsal bölünmelerden seçmen olarak dağıtılması gibi faktörler çerçevesinde son yıllarda yükselişe geçmiştir (Eatwell ve Goodwi, 2018). Popülist söylemlerin ve popülizmin son yıllarda yükselişe geçmesi, özellikle popülistlerin söylem biçimleriyle olmuştur. Popülistler, otoriter düzenle farklı şekillerde konuşmalarına rağmen halk adına konuştuklarını belirtmektedir. Bu da demokratik bir zeminde söylemlerin yürütülmesi anlamına gelmektedir. Ancak demokrasi kavramının özünde bulunan ikilem, popülizmin demokrasi üzerinden tanımlanmasına da yansıtılmaktadır. Demokrasi kavramında bulunan belirsizlik, popülizm kavramında da kendini göstermekte ve popülizm genel olarak muğlak bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2017).

Günümüzde çağdaş popülizmin tanımlayıcı özellikleri arasında küreselcilik ideolojisinin karşısına yerleştirilen milliyetçilik ile ilişkisi olmuştur. Politik iletişim sürecinde özellikle popülist liderler seçkinlere karşı halkın meşru otoritesini vurgulayan söylemleri ön plana çıkarmayı tercih etmektedir (Deiwiks, 2009; Mudde ve Kaltwasser, 2017). Öncelikle popülizm, “biz”in genellikle etnik veya etnik köken olarak tanımlanan “halk” karşısında liberal seçkinler, düzen ve azınlıklar ve/veya göçmenler olarak tanımlanan “onlar” ile kıyaslanan ve bize karşı onlar dünya görüşünü vurgulayan politik bir hareket veya politik tarz olarak biçimlenmektedir. Bu sistem içerisinde popülistler demokratik olduklarını iddia etmektedir.

<sup>2</sup> Zeitgeist kavramı, bir çağın düşünce ve duygu biçimi olarak ifade edilmektedir. Kavram belirli bir dönemin özelliklerini göstermektedir. Kavramı genel olarak “zamanın ruhu” olarak tanımlamak mümkündür.

Ancak retoriklerinin çoğu, mevcut siyasi sistemin halkın çıkarlarını görmezden geldiği, ihmal ettiği veya düpedüz aleyhine çalıştığı fikrine dayanmaktadır. Bu paradoks popülistlerin bir başka önemli niteliğini ortaya koymaktadır. Popülistler, genel ve özel olarak yürütme üzerindeki sınırlamalar, ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü, muhalefetin meşruiyetinin tanınması ve güçler ayrılığının kabulü gibi liberal demokrasinin temel normlarının ve kurumlarının birçoğunu küçümsemektedir (Berman, 2021). Popülizmin ve popülist liderlerin ürettiği bu iletişim tarzı “savunmasız” halka karşı gündelik deneyimlerden ve endişelerden yola çıkarak popülizmi desteklemeye çağıran bir tavır içerisinde işlemektedir (Spruyt, vd., 2016).

## 2. SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA POPÜLİZM

Web 2.0'nin çevrimiçi forumları veya sosyal alanları (ilgili topluluklarda çevrimiçi sosyal katılım için bir platform sağladığı için daha etkileşimli ve işbirlikçi bir web'e doğru yeni oluşan bir hareket), bir dizi açıdan kamu hizmeti yayını gibi geleneksel medyadan önemli ölçüde ayrılmaktadır. Birincisi, sosyal medya ağları geleneksel medyadan çok daha fazla insanı kendisine çekmektedir. İkincisi, sosyal medya ağları geleneksel medyada olduğu gibi birden çoğa değil, küresel ölçekte daha fazla etkileşime ve çoktan çoğa iletişime izin vermektedir. Üçüncüsü, küresel dağıtım platformlarının hızlı bir şekilde benimsenmesi, uluslararası izleyicilere ulaşmanın maliyetlerini önemli ölçüde azaltmış ve çevrimiçi kullanıcı toplulukları tarafından yeniden yayınlama ve yeniden paylaşma yoluyla tüm içeriği potansiyel olarak dünya çapında erişilebilir hale getirmiştir (Flew ve Iosifidis, 2020). Sosyal medya ağlarının geleneksel kitle iletişim araçlarının yanında birçok önemli özelliği beraberinde getirmesi, politik süreçlerin de bu ağlar üzerinden yürütülmesine yol açmıştır. Bu ağlarda yaşanan gelişmeler, popülizmin de yükselişine neden olmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçları profesyonel normlara ve haber değerlerine bağlı kalırken, sosyal medya insanlarla doğrudan bağlantı kurmasına izin vermekte ve popülistlerin gazetecilikte eşik bekçilerini atlatmasına izin vermektedir. Bu şekilde sosyal medya, popülistlere ideolojilerini tartışmasız bir şekilde ifade etme ve mesajlarını yayma özgürlüğü sağlamaktadır (Engesser, vd., 2017).

Modern toplumların politik bilgi için çoğunlukla kitle iletişim araçlarına bağlı olması, gazeteciliğin belirli ideolojiler ve politik hareketler açısından nasıl görüldüğü ilgili bir araştırma konusu ve toplum için önemli bir endişe kaynağı yaratmaktadır. Belirli bir politik bakış açısıyla, olayların ve aktörlerin kitle iletişim araçları tarafından somut temsiline ve değerlendirilmesine yalnızca katılmak veya katılmamak mümkün değildir. Aynı zamanda gazeteciliğin daha temel yapılarını ve işlevlerini, toplumdaki rolünü eleştirel bir şekilde yargılayabilmek gerekmektedir. Bu da popülizmin “halkın” (görünüşte) en aracısız temsiline ve halk iradesinin en doğrudan uygulanmasına dayanıyorsa, en önemli araçlar olarak bireyler ve politik aktörler arasındaki sosyal medya ağlarını ön plana çıkarmaktadır (Krämer, 2018).

Sosyal medyanın popülist bir eğilim geliştirdiğini söylemek, mevcut düzen adaylarının sosyal medyayı kullanamayacakları veya kullanmadıkları anlamına gelmemektedir. Başka bir deyişle bu durum, sosyal medyanın altında yatan anlatının ve baskın değer yöneliminin, kurumsalcılık, ılımlılık, formalite ve liberal rasyonalite iddiası dahil olmak üzere düzen siyasetinin temel özelliklerine ters düştüğünü ve hiçbir gizem oluşturmayan popülist hareketleri destekleme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu da mevcut düzene karşı düşmanlıkları ve dijital kültürün doğasında var olan otoriteye ve seçkinlere yönelik şüpheyi daha fazla istismar edilebilir hale getirmektedir (Gerbaudo, 2018). Popülizm sürecinde sosyal medya “halkın egemenliğini vurgulamak” gibi tipik popülist temaları kanalize etmek için uygun bir alan sağlamaktadır. Sosyal medya ağlarında popülist söylemler kendisine, insanları savunmak, seçkinlere saldırmak, diğerlerini dışlamak ve duygusal bağ kurmak için uygun alanlar yaratmaktadır (Engesser vd., 2017).

Aslında sosyal medya ve popülizm arasındaki ilişkinin altında yatan derinlik, bu iki kavram arasındaki ilişkiyi incelerken dikkat edilmesi gereken noktaların da ortaya çıkmasına yol açmıştır. Sosyal medya ve popülizm arasındaki ilişki incelenirken popülizmin, ideolojinin ve popülizmin kökleri, teokratik popülizmin yükselişi, sosyal medya ve popülist olmayan politikacılar ve sosyal medyanın daha büyük iletişim sistemlerine yerleştirilmesi gibi noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir (Postill, 2018). Bu değişkenlere ilişkin açıklamalar ise şu şekilde sıralanmıştır.

1. Popülizmin kökleri genellikle birbirine bağlıdır ve neoliberal sisteme veya tek başına ekonomik nedenlere indirgenememektedir. Bu durumda kimliksel, varoluşsal ve diğer nedenler de dikkate alınmalıdır.

2. Solcu ve sağcı popülizm arasında yarı yolda, gözden kaçırılmaması gereken merkezci, genellikle teknokratik popülizm biçimleri bulunmaktadır.

3. Teknokratik/merkezci popülizme ek olarak, teokratik popülizmi de tipolojilere eklenmelidir.

4. Sosyal medya neopopülistlerin tekelinde değildir ve düzen politikacıları sosyal medya kullanımında popülist rakipleri kadar becerikli olarak kabul edilmelidir.

5. Sosyal medya, hibrit medya sisteminin geri kalanından yalıtılmış değildir. Tam aksine sosyal medya ve ana akım medya birbirini tekrarlayan ‘viral gerçeklik’ döngülerinde beslenmektedir (Postill, 2018).

Popülist hareketler, sosyal medyayı mevcut durumdan memnun olmayan bireyleri duygularını etkileme ve kendi tarafına çekme aracı olarak kullanmaktadır (Barlett vd. 2011). Sosyal medya, çok çeşitli çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim uygulamalarından oluşan yoğun bir ağdan ayrılmamaktadır. Diğer birçok siyasi iletişim biçimi gibi, popülizm de iki kez melez olarak kabul edilmektedir. Çünkü eski ve yeni medya ile çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim siteleri arasındaki kesintisiz etkileşimi gerektirmektedir. Popülistler bir boşlukta ya da aslında bir filtre balonunda hareket etmemekte ve diğer popülistlerle ve popülist olmayanlarla hibrit olarak dolayımlanmış alanları ve arenaları paylaşmaktadır. Bu da çeşitli politik aktörlerin, birbirlerinin varlığından tamamen haberdar olarak medya stratejilerini ve taktiklerini birlikte geliştirmesine yol açmaktadır (Postill, 2018). Kamusal, kitlesel iletişim, toplumsal farklılaşmayla kurulmaktadır.

Bu durum kendi yapıları ve aktörleri toplumsal statülerine göre politik iletişime katılan aktörleri olan toplumsal bir alan yaratmaktadır. Bu alanda toplumun popülist ve diğer temsilcilerini iletebilir hale gelmektedir. Bu da sosyal medyada yer almayı popülist aktörler için bir kaynak veya savaş alanı haline getirmekte ve sosyal medyada temsilcilerin nesnesi haline gelmesine yol açabilmektedir (Krämer, 2018).

Sosyal medya ağlarında popülizmin artışı, popülizmin işleyiş ve aktarıma biçimlerinin ayrılmasına yol açmıştır. Öncelikle sosyal medya ağlarında popülizm, insan merkezliyeti veya boş medya popülizmi olarak işlemektedir. Bu en “minimal” sosyal medya popülizmi türü, sıradan insanların iradesinin merkeziliğini vurgulamaktadır. Bu tanımda, sıradan vatandaşların görüş ve deneyimleri medyanın odak noktasında yer almaktadır. İkinci sosyal medya popülizm türü ise seçkinlik karşıtı sosyal medya popülizmidir. Bu tür sosyal medya popülizmi, sıradan insanlardan daha az inandırıcı ve güvenilir bir kaynak olarak algılanan politikacılar veya uzmanlar gibi seçkinlerin küçümsenmesini içermektedir. Seçkin karşıtı medya popülizmi için, bilim insanları, politika yapıcılar veya politikacılar gibi seçkin uzmanların yukarıdan aşağıya analizleri sonuç olarak sıradan vatandaşların gerçekçi deneyimlerinden daha az anlamlı ve daha az güvenilir olarak algılanmaktadır. Son popülizm türü ise tek kültürlü sosyal medya popülizmidir. Sosyal medya popülizminin bu alt türü, göçmenlerin, etnik azınlıkların, mültecilerin ve popülist merkeze ait olmayan diğer tüm toplumsal dış grupların özellikle medyada yer almaması gerektiğini iddia etmektedir. Özellikle medya popülizminin bu biçimini kullanan gazeteciler veya sıradan insanlar, ortak “ulusal” yurttaş için merkezi bir sahne sağlamaktadır. Tek kültürlü medya popülizmini üreten söylemler, toplumdaki yatay olarak inşa edilmiş dış grupların fikirlerine daha az ilgi gösterdiğinden, bu tür medya popülizmi, en belirgin biçimde dışlayıcı popülist iletişimle bağlantılı olarak işlemektedir (Hameleers, vd., 2017).

Sosyal medya ağlarının popülizmi yükselttiği konusunda birçok tartışma yapılmıştır. Ancak sosyal medya ağları ve popülizm arasındaki “olumlu” ilişkiyi sorunsallaştıran araştırmacılar da bulunmaktadır. Moffitt (2018) sosyal medya ağları ve popülizm arasındaki ilişkiye dair “doğal” olarak kabul edilen varsayımların sorunlu olduğunu iddia etmektedir. Moffitt’e (2018) göre, sosyal medyanın sözde ‘doğrudan’ ve ‘dolaylımsız’ doğası, temsili ve sosyal medyanın popülist kullanımının tekdüzeliği hakkındaki varsayımlar etrafında dönmektedir. Bu da şu sorunlara yol açmaktadır: (1) Doğrudan iletişimi insanlarla “temas halinde” olmakla karıştırmak; (2) popülizmin “dolaylımsız” doğasını fetişleştirmek, böylece tüm politik temsili iddiaların dolaylımsız olduğu gerçeğini göz ardı etmek; (3) popülist çevrimiçi iletişimin çok yönlü olduğunu varsaymak ve (4) sosyal medyanın popülist kullanımının nispeten tekdüze olduğunu varsaymak.

Popülizm uzun süredir politika ve medya araştırmalarında tartışılan bir konu olsa da bu tartışmalar sosyal medya ağlarının yükselişiyle birlikte daha da artmıştır. Bir taraftan sosyal medya ağlarının popülizmi arttırdığını ifade eden görüşler bulunsada diğer taraftan da sosyal medya ağlarının popülizmi arttırmadığı ve bunun sadece bir yanılgı olduğunu ifade eden görüşler de bulunmaktadır.

## SONUÇ

Politik liderler ile halk arasındaki doğrudan ve dolaylı iletişim, popülizmi tanımlamaktaki temel unsurlar olarak kabul edilmektedir. Sosyal medya ağları, politik süreçlerde özellikle politik liderlerin farklı sosyal gruplara erişmek ve onları kazanan bir koalisyona dahil etmek için farklı platformların kullanımıyla popülizm artmaya başlamıştır. Popülizmin kesin ve kurucu unsuru, politik liderler tarafından uygulanan antidemokratik otorite için halk rızasını yaratan, politik lider ile halk arasındaki doğrudan ve dolaylı iletişimdir. Yukarıdan ve aşağıdan politika arasındaki çizgiyi bir dereceye kadar ortadan kaldıran popülizm, bugün seçime dayalı demokratik siyasete hem güven vermekte hem de onu aşmaktadır (Sinha, 2017). Sosyal medya ağlarında popülizm ile hikâye anlatısı ve düstur inşa edilmektedir (Saf, 2023, s.284).

Sosyal medya ağlarında politikacılar veya sıradan kullanıcılar tarafından üretilen popülist söylemler ve popülist iletişim süreci, popülist ideolojinin iletişimsel temsili (ne söylendiği) ve popülizmle ilgili üslup unsurlarının (bir şeyin nasıl söylendiği) her türden politik aktör tarafından kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Ernst, vd., 2019). Popülist bir iletişim mantığı kavramsallaştırmaları, üç ana yaklaşım arasında ayrım yapmaktadır. Birincisi, popülist ideoloji, popülizmi bir dizi fikir olarak kavrar ve popülist iletişimin içeriğine -neye- odaklanmaktadır. İkincisi, bir tarz olarak popülizm, bir sunum tarzı olarak popülizmi vurgular ve biçime ve içeriğin nasıl sunulduğunu incelemektedir. Üçüncüsü, politik bir strateji olarak popülizm, popülizmi bir amaca ulaşmak için bir araç olarak tasavvur eder ve popülist iletişimin stratejik güdeleri ve amaçlarıyla ilgilenmektedir (Engesser, vd., 2017).

Politik bir süreç ve kavram olarak popülizm, politik söylemde her zaman belirli bir mitsel statü üstlenmiştir. Popülizm, ülkelerin siyasi tahayyülünde, mali sınıf, büyük hükümet ya da şehirli yoksullar biçimini alabilen üretken ve üretmeyen arasındaki bir mücadeleyi betimlemektedir. Popülistler ekonomiden söz etseler bile bu, üretim sürecinde nesnel konular işgal eden sermaye ve emek arasındaki çatışma olarak değil, “gerçek” serbest piyasa kapitalizminin üretmeyen bir ajan tarafından yozlaşması olarak görülmektedir (Jutel, 2013). Bu yapı içerisinde sosyal medya ağlarının popülist söylemi yükselttiği tartışmaları, beraberinde birçok olguyu da getirmiştir. Bu noktada özellikle sosyal medya ağlarında üretilen söylemlerde sıklıkla “biz” ve “öteki” vurgusunun yapılması, popülizmin bazı olguları meşru hale getirmesine yol açtığı gibi üretilen söylemlerin de yaygınlaşmasına ve doğallaşmasına yol açmaktadır.

Sosyal medya ağlarında popülizm dalgası içerisinde yükselen biz ve öteki ayrıştırması aynı zamanda toplum içerisinde farklı grupların dışlanmasına yol açmaktadır. Popülist liderler, sosyal medya ağlarında politik bir iletişim tarzı olarak popülizmi kullanmayı tercih ettiğinde özellikle azınlıklara yönelik söylemler üretmekte ve halkın ilgisini bu yöne çekmeye çalışmaktadır. Politik liderlerin popülist söylemde ürettiği diğer bir strateji olarak da halkın söylemlerinden veya rahatsız olduğu konulardan yola çıkarak gündemin içerisinde yer alma çabasıdır. Politik liderler halkın şikayetleri doğrultusunda söylem üretmekte ve popülizmi bu şekilde yönetmektedir.

Bu çalışma sosyal medya ağlarıyla birlikte yükselişe geçen popülizm tartışmalarına yönelik genel bir değerlendirmeyi içermektedir. Çalışmada oldukça karmaşık bir kavram olarak kabul edilen popülizm kavramına ilişkin tanımlamalara yer verilmiş ve sosyal medya ağları ile popülizm arasındaki ilişki açıklanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Bartlett, J., Birdwell, J., & Littler, M. (2011). The new face of digital populism. *Demos*.
- Berman, S. (2021). The causes of populism in the west. *Annual Review of Political Science*, 24, 71-88.
- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., and Bimber, B. (2020). Right-wing populism, social media and echo chambers in Western democracies. *New Media & Society*, 22(4), 683-699.
- Deiwiks, C. (2009). Populism. *Living Reviews in Democracy* 1(1), 1-9.
- Eatwell, R. and Goodwin, M. (2018). *National Populism: The revolt against liberal democracy*. Penguin.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126.
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20, 1279-1292.
- Ernst, N., Blassnig, S., Engesser, S., Büchel, F., & Esser, F. (2019). Populists prefer social media over talk shows: An analysis of populist messages and stylistic elements across six countries. *Social Media+ Society*, 5(1), 2056305118823358.
- Flew, T., and Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7-25.
- Gerbaudo, P. (2014). Populism 2.0. In *Social media, politics and the state: Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube* (pp. 67-87), Routledge.
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity?. *Media, Culture & Society*, 40(5), 745-753.
- Gil de Zúñiga, H., Koc Michalska, K., and Römmele, A. (2020). Populism in the era of Twitter: How social media contextualized new insights into an old phenomenon. *New Media & Society*, 22(4), 585-594.
- Guerrero-Solé, F., Suárez-Gonzalo, S., Rovira, C., and Codina, L. (2020). Social media, context collapse and the future of data-driven populism. *Profesional De La información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.06>
- Hameleers, M., Bos, L., and de Vreese, C. H. (2017). The appeal of media populism: The media preferences of citizens with populist attitudes. *Mass Communication and Society*, 20(4), 481-504.
- Jutel, O. (2013). American populism and the new political economy of the media field. *The Political Economy of Communication*, 1(1), 26-42.
- Krämer, B. (2018). Populism, media, and the form of society. *Communication Theory*, 28(4), 444-465.
- Moffitt, B. (2018). Populism 2.0: Social media and the false allure of 'unmediated' representation. In *Populism and the Crisis of Democracy* (pp. 30-46). Routledge.
- Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 542-563.

- Mudde, C. and Kaltwasser, C. (2017). Populism: A very short introduction. Oxford University Press.
- Postill, J. (2018). Populism and social media: a global perspective. *Media, Culture & Society*, 40(5),754-765.
- Saf, H. H. (2023). Popülizm ve sosyal medyayla ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(1), 283-304.
- Sinha, S. (2017). Fragile hegemony: Modi, social media and competitive electoral populism in India. *International Journal of Communication*, 11, 4158-4180.
- Spruyt, B., Keppens, G., and Van Droogenbroeck, F. (2016). Who supports populism and what attracts people to it?. *Political Research Quarterly*, 69(2), 335-346.
- Toprak, Z. (1992). Popülizm ve Türkiye'deki boyutları, içinde, *Tarih ve demokrasi – Tarık Zafer Tunaya'ya armağan* (ss.41-65). İstanbul: Cem Yayınları.
- Yıldırım, Y. (2017). Liberal demokrasinin krizi bağlamında Avrupa'da sağ popülizm ve yükselen aşırı-sağ. *Amme İdaresi Dergisi*, 50(2), 51-72.
- Yılmaz, Z. (2017). Popülizm, halk ve demokrasi: Temsili demokrasinin açmazları ve radikal demokratik bir popülizmin imkânları. *Mülkiye Dergisi*, 41(1), 33-65.