

20.10.2013

## "9 dakika sonra tweet atın"

**Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy / Havadis Gazetesi-Poli**

**Siyasi partiler sosyal medyanın önemini, hızını ve gücünü kavramış durumda. Şimdi geriye kalan bu gücü kimin kontrol edeceği.**

Mayıs 2013'te İstanbul Gezi Parkı'nda yaşananlardan sonra geleneksel ve sosyal medyada taşların yerinden oynadığı söylenebilir. Zira medyada artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. O güne kadar bireyleri "tarafsız yayıncılık" adı altında ikna edenler, şimdi kaybettikleri güven ve itibarlarını geri kazanma çabasına giriştiler. İşte bu çabalar sırasında medya girmiş olduğu çıkmaz sokaktan kurtulabilmek adına sağa sola dönmeye çalışırken, politik çevrelerden daha fazla baskı ve sansür ile karşılaştığı belirtilmeli. Siyasetin medya üzerinde kurmaya çalıştığı baskı, bugünlerde karşımıza çıkmış bir olgu değildir. Bilgiye sahip olanın güce de sahip olduğunu bilen herkesin, sadece medyada değil günlük yaşamın her evresinde söz konusu baskıyı kurduğunu biliyoruz. Dolayısıyla bu bilgiyi kontrol etme girişimlerini, bireylerin beyinlerini de yönlendirme olarak kabul edebiliriz.

### **Gezi Parkı raporu**

Üzerinden uzunca bir süre geçmesine rağmen Temmuz 2013'te AK Parti Araştırma-Geliştirme (AR-GE) Başkanlığı tarafından hazırlanan bir rapordan bahsetmek istiyorum. Rapor Gezi Parkı gösterileri, protestoları, işgalleri, eylemleri ve direnişi hakkında hazırlandı. Söz konusu raporu özellikle olaylar ve gündem sıcakken değerlendirmek istemedim. Bu bilinçli tercihi konuya daha sağlıklı yaklaşabilmek ve eğer bulabilirsem raporun tümüne ulaşabilmek için yapmıştım. Ancak aradan geçen uzunca süreye rağmen raporun tümünü bulamadım, dolayısıyla basına yansıyan kısmıyla değerlendirme yapmayı uygun gördüm.

### **Twitter kuralları**

Medyaya yansıdığı kadarıyla, rapor Gezi Parkı olaylarıyla ilgili siyasi iradeye bilgi vermek için hazırlanmıştı. Burada ilginç olan durum ise; Türkiye Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'a ve AK Parti teşkilatına sunulan raporda sosyal medyayı ve özellikle Twitter'ı kullanırken dikkat edilmesi gereken kuralları da içermesiydi. Söz konusu tavsiye nitelikli "kurallar" her ne kadar da partinin üst yöneticileri için bireysel bir düzeyde yazılmış olsalar da, kurallardan bazılarının medya için de geçerli olabileceğini iddia edebiliriz.

### **Sosyal medya eğitimi**

Kurallardan medyaya uyarlayabileceklerimizle başlarsak birincisi şöyle: "Siyasetçiler sosyal medya kullanımı eğitimi almalı." Benzer bir talebi gazeteciler için de isteyebiliriz. Sektörde hizmet içi eğitim adı altında çok az eğitim yapıldığı veya gazetecilerin yoğun iş tempolarından

dolayı bu eğitimlere katılmadığını biliyoruz. Ayrıca birçok gazetecinin eğitim aldığı yıllarda sosyal medyanın olmadığını düşünürsek, bu tür bir eğitimin gazeteciler haber toplarken, yazarken ve yayımlarken yardımcı olacağını belirtmeliyiz.

### **Kısa ve özgün**

"Twitlerde görselliği iyi kullanın, kişisel paylaşımlarda inandırıcı ve samimi olun. Kısa ve özgün mesajlar ile inandırıcı olun." Bu kural aslında internet gazeteciliğinin temel felsefesi olarak gösterilebilir. Online gazeteler ve sosyal paylaşım siteleri tam da bu özelliklerde yayım yapıyor. Büyük ve çok sayıda fotoğraf, kısa ve öz haber formatları. Tabii online haberciliğinin ne kadar inandırıcı ve samimi olduğu şüpheli? Zira abartılı manşetler, haber içeriği ile manşetin alakasızlığı vatandaşa bir güvensizlik yaratıyor.

### **Haberlerler eğlence ile harmanlanıyor**

"Sosyal medyayı çoğunlukla ergenler kullanıyor. Bu mecrayı rahatlama alanı olarak görüyor. Bu kitleyle etkileşim halindeyken resmi bir dil veya ebeveyn tarzı buyurgan bir dil etkili olmuyor." Benzer durum medyada habercilik dilinin değişmesiyle karşımıza çıkıyor. Haberlerin diline bakıldığında daha sansasyonel, ilgi çeken ve mizahi unsurlar içeriyor. Bunu haberlerin magazinleşmesi olarak da niteleyebiliriz. Bir başka ifadeyle, haberlerler eğlence ile harmanlanarak sunuluyor bu da haber diline yansıyor. Sosyal medyada kullanılan habercilik dili daha magazinleşen bir dil olarak gösterilebilir. Böylece daha önemli bir kitleye ulaşıyor ve sosyal medyayı rahatlama alanı olarak görenlerin tercih ettiği haber diline dönüşüyor.

### **Kendinizde deneyebilirsiniz**

Bireysel kurallara baktığımızda öne çıkanlar şöyle: "Sinirliyken ve kompleks bir soru karşısında hızlı cevap vermeyin. 9 dakika sonra tweet atın." Bunu kendinizde deneyebilirsiniz. Sosyal medyada canınızı sıkan, sizi sinirlendiren bir yorum veya paylaşım karşısında hızlı cevap vermek, her zaman doğru olmayabiliyor. Sakinleşmek, düşünmek ve yapılacak yorumu bir süzgeçten geçirmek sizi potansiyel hayal kırıklıklarından ve pişmanlıklardan koruyabilir.

### **Milyonların gözü önünde**

AK Parti AR-GE Başkanlığı'nın parti üst yönetimine yaptığı öneriler arasında dikkat çekenleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Sosyal medyada bir var bir yok olamazsınız. Sürekli var olmak ve tutarlı mesajlarla pozisyonunuzu güçlendirmelisiniz.
- Doğal süreçlerle atılan mesajlar daha etkili.
- Hoşgörülü olun. Her eleştiriye kızan, her yoruma tepki veren siyasetçilerin sosyal medyadan uzak durması daha iyi olur. Eleştirilere bile pozitif mizahi cevaplar veren siyasiler daha başarılı.
- Artık siyaset toplumsal denetim altında. Siyasetçinin bir söz veya davranışı bir kaç saniye içinde milyonların gözü önünde.

### **Bu gücü kimin kontrol edecek?**

Açıkça görülüyor ki siyasi partiler sosyal medyanın önemini, hızını ve gücünü kavramış durumda. Şimdi geriye kalan bu gücü kimin kontrol edeceği. Söz konusu kurallar politik imajı güçlendirmek ve desteklemek için yapılmış olsa da bu tür tavsiyelerin sıradan bireyler için de geçerli olduğunu söylemeliyiz. Zira bireyler sosyal kimliklerini gerçek kimliklerinden ayrı tutma eğilimi gösteriyor. Dolayısıyla orada yaptıkları her şeyin gerçek hayat ile ilgisi olmadığı zannediliyor. O bakımdan bu kurallardan bireysel ve medya anlamında öğrenebileceğimiz bilgiler var. Geleneksel medya ile sosyal medyayı birbirinden ayrı tutamayız. Öyle görünüyor ki geleneksel medyada yaşanan köşe kapma yarışı sosyal medyada da yaşanıyor. Ayrıca, klasik anlamda gazetecilerin yaşadığı baskılar, sansür ve yayımlanmayan haberler sosyal medyada da bulunuyor.