

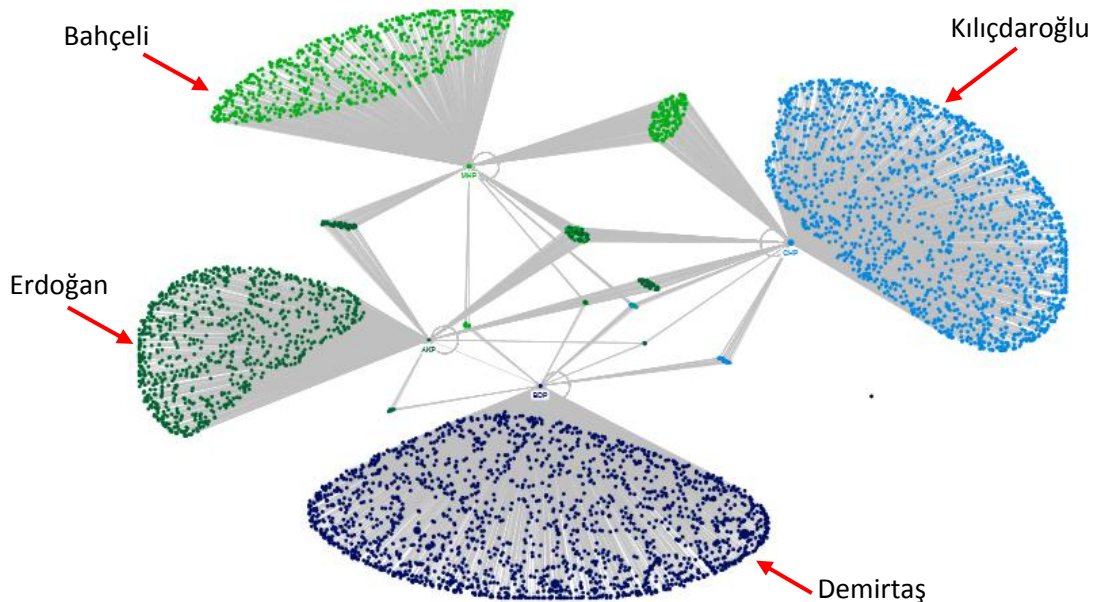
“Orta Sahayı Kalabalık Tutacaksın”: TWITTER KULLANICILARININ FARKLI İDEOLOJİLERE MARUZ KALMA DURUMLARINI İNCELEYEN BİR ANALİZ

Doç. Dr. Emre Toros,
Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi

Malumunuz Türkiye’de siyaset, neredeyse içerisinde “sosyal medya” lafı geçmeden konuşulmaz oldu. Kimileri sosyal medyanın gücüne, kimileri ise “yalan dolu dünyasına” gönderme yapıyor. Ben ise, -kelimeyi Oğuz Haksever’in kullandığı manada kullanmadan- başka bir şey merak ediyorum. Acaba internette maruz kalınan içerik, ideolojik dünyalarımızın üzerinde düşünmek, hatta değiştirmek için bir fırsat mı yaratıyor, yoksa bu içeriği kendi ideolojik dünyalarımızı pekiştirmek, parlatmak ve daha da sabitlemek için mi kullanıyoruz? Öyle ya, internet derya deniz, her telden çalan var. Fakat internette dolaşırken ve siyasi konular ile haşır neşir olduğumuzda, farklı siyasi argümanlara maruz kalmayı tercih ediyor muyuz? Veya böyle bir olanağın var olduğunu bilmemize rağmen bu “olanağı” kullanıyor muyuz?

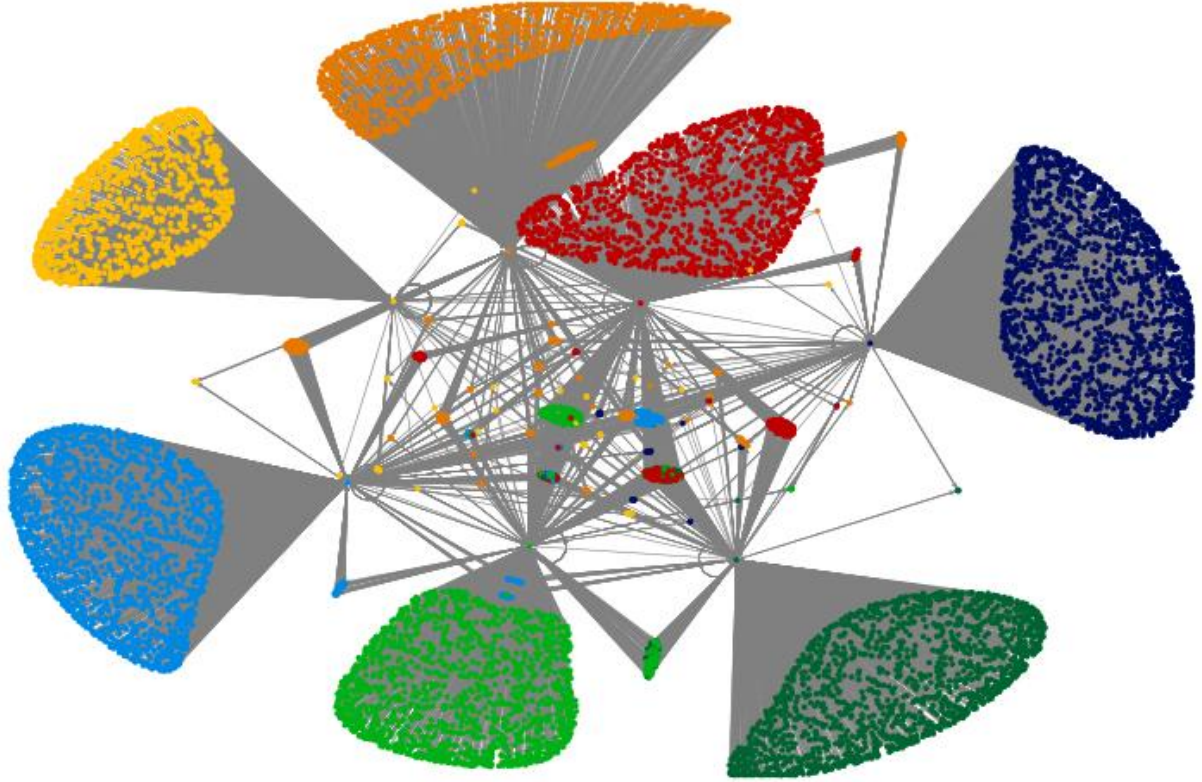
Neden böyle bir soruyu soruyorum? Çünkü iddia odur ki, farklı fikirlere maruz kalmak insanların çıkarınadır. John Stuart Mill’den başlayıp, Arendt ve Habermas’a kadar götürebileceğimiz bir teorik argüman zincirine göre farklı fikirleri çarpıştırmak sadece bireylerin siyasi kapasitesini arttırarak anlamlı fikirlerin oluşmasına yol açmaz, aynı zamanda konular üzerinde görüşme, kafa yorma ve uzun uzun düşünme pratiklerini geliştirir. Bir grup yazarⁱ tam da bu noktada internetin önemli bir potansiyel taşıdığını düşünüyor: bloglar, tartışma grupları, Facebook ve Twitter gibi araçlar ile siyasi tartışmayı sanal aleme taşır ve üzerinde düşünülme üzere erişime açar –kapatmaya çalışan olmazsa tabi. Öte yandan diğer yandan bir grup yazarⁱⁱ göre, her ne kadar internet böyle bir potansiyel taşısa da, “aynı telden çalanları” bir araya getirme gibi bir fonksiyonu da olabilir. Bu yazarlara göre kullanıcılar internette kendi özel ilgi alanlarına daha fazla önem verip, diğer konuları dışarıda bırakma eğilimine girerler ve bu da çok parçalı ancak kendi içlerinde homojen grupların oluşmasına yol açar.

Türkiye bağlamında durumu resmetmek için Twitter kullanıcılarını analiz etmeye karar verdim. Twitter’ın ne benim bir sosyal medya aracı olduğu üzerine uzun uzadıya konuşmaya gerek yok, zaten cumhurbaşkanımızdan anneme kadar herkesin gündeminde, bilmeyen annesine sorsun. Soruma cevabı şöyle vermeyi planladım: eğer durum, yukarıda bahsettiğim ilk grup yazarın dediği gibiyse Twitter kullanıcıları farklı fikirleri öğrenmek için farklı fikirlere ait hesapları takip edeceklerdir. Yok eğer ikinci grup yazarın dediği gibi ise sadece kendi fikirlerini temsil eden Twitter hesaplarından besleneceklerdir. NodeXL isimli Excel eklentisini kullanarak Türkiye’deki dört büyük siyasi parti liderinin Twitter hesaplarını hangi kullanıcıların takip ettiğini (her bir lider için son 1000 takipçi ile sınırlı kalarak) inceledim. Yazılım gerekli işlemleri yaptıktan sonra kullanıcıları gruplayarak aşağıdaki resmi çıkardım.



Her bir rengin bir lideri takip edenleri sembolize ettiği düşünülürken analize takılan kullanıcıların renk öbekleri halinde görünmeleri doğal. Ancak cevabını aradığımız soru için aslında resmin ortasına bakmalıyız: bu öbeklerin ortasında kalan alan ne kadar karmaşık ise, o kadar kullanıcı birden fazla partinin Twitter hesabını takip ediyor anlamına geliyor. Resimden orta sahanın “kısmen boş” olduğu gibi bir izlenime kapılmak mümkün. Bu fikri bazı ölçümler ile de destekleyebiliriz. Örneğin tüm bu kullanıcılar arasında birden fazla partiyi takip eden kullanıcı sayısı yüzde 7 civarında. Erdoğan ve Bahçeli’nin kimseyi takip etmediği de analizde ortaya çıkan başka “ilginç” bir olgu.

Peki, bu resim başka ülkeler için nasıl görünüyor? Sağlam bir yorum için sadece Türkiye resmini ortaya koymak sorumuzu cevaplamak için yeterli olmaz, “ver kaçlı” başka bir orta saha kurgusu var mı yok mu bakmak gerekir. Bu doğrultuda aynı analizi Hollanda için de yaptım. (Neden Hollanda diye düşünenler olabilir, bilgisayara bana Avrupa’dan rastlantısal bir ülke seç dedim, Hollanda çıktı). İşi basitleştirmek için Hollanda meclisinde 5’ten fazla sandalye ile temsil edilen yedi adet siyasi partiyi (VVD, PvdA, PVV, SP, CDA, D66, CU) saptadıktan sonra, bu partilerin liderlerine ait Twitter hesaplarını inceledim. Ancak kimi liderlerin resmi ve resmi olmayan iki hesabı olduğunu fark edince, liderlerin değil siyasi partilerin resmi Twitter hesaplarını yukarıda anlattığım yöntem ile analiz ettim. Resim aşağıda.



Görüldüğü üzere “orta saha” Türkiye ile karşılaştırıldığında daha kalabalık görünüyor. Türkiye için yaptığımız gibi yüzde hesabına vurursak, birden fazla Twitter hesabı takip edenlerin yüzdesi Hollanda’da yüzde 12 civarında. Bu durumda Hollanda’daki kullanıcıların Türkiye’ye kıyasla daha fazla oranda farklı düşüncelere maruz kaldıklarını söyleyebiliriz. Hemen çekincelerimizi de ekleyelim: Maruz kalmalarına kalıyorlar ama acaba algı tutum ve davranışlarında bu durum acaba bir fark yaratıyor mu? Analize takılan Twitter hesaplarının sahipleri kimler? Zira gerçek kişi bile olmayabilirler. Bu ve benzeri soruları sosyal ağ analizi uzmanlarına bırakıp devam edelim.

Aslında her iki resme de baktığımda şunu görüyorum. İnternet her ne kadar farklı fikirlerin ifade edilmesi için uygun bir ortam yaratsa da, kullanıcılar birincil olarak kendi anlam dünyalarında yer etmiş olan fikirlerden haberdar olmak istiyorlar. Diğer fikirler ile ilgilenenler de yok değil. Ancak bağlam içi karşılaştırma yaparsak (bu analizde incelenen ülkeler olan Türkiye ve Hollanda için), bu kişiler azınlıkta kalıyorlar. Bağlamlar arası karşılaştırma yaptığımızda ise Hollanda'daki durumun Türkiye'den bir parça daha farklı olduğunu görmekle beraber gene de kuvvetli bir "çoklu beslenme" yapısından bahsetmek mümkün olmuyor. İncelemeyi basit tutmak adına yukarıda raporlamadığım, grup içi üyelerin birbirlerine yakınlığı gibi başka ölçümleri de düşündüğümde, analizin bağlamları çeşitlense de resmin değişeceğini pek zannetmiyorum.

Kaynakça:

ⁱ Corrado, A., & Firestone, C. M. (eds.). (1996). *Elections in cyberspace: toward a new era in American politics*. Washington, DC: Aspen Institute; Shapiro, A. L. (1999). *The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: Public Affairs; Blader, S. L., & Tyler, T. R. (2003). A four-component model of procedural justice: Defining the meaning of a "fair" process. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 747–758.

ⁱⁱ McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J.M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415–445; Van Alstyne, M., & Brynjolfsson, E. (1996). Electronic communities: Global village or cyberbalkans? In J. DeGross, S. Jarvenpaa, & A. Srinivasan (Eds.), *ICIS 1996* (pp. 80–98); Yardi, S., & Boyd, D. (2010). Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 30(5), 316–327