

Siyasal İletişimin Yeni Nesil Seçmenlerle Yeniden Sorgulanması: İYİ Parti Örneği

Özge Erdem

<https://orcid.org/0000-0001-7132-1520> | erdemozgenur@gmail.com

Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara, Türkiye

Hatem Ete

<https://orcid.org/0000-0001-6013-6530> | hete@ybu.edu.tr

Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara, Türkiye

Öz

Siyasal iletişim, siyasi aktör ve kurumların kamuoyunun nabzını ölçmesi, kamuoyunu şekillendirmesi ve mevcut siyasi manzaraya yön vermesi açısından oldukça önemli bir meseledir; halk ve siyasi aktör/kurumlar arasında bir köprü görevi görür. Siyaset, icra edildiği ilk günden günümüze kadar, hitap ettiği kitleye ve değişen dünyaya göre sürekli biçim değiştirmiştir. Özellikle Türkiye’de; beklentileri, hedefleri, siyasi bakış açıları kendilerinden önceki kuşaklarla benzemeyen, yeni nesil seçmenler olarak nitelendirilebileceğimiz Z kuşağı için siyasi iletişim dinamikleri, farklı sosyal gruplardan seçmenlerle kıyaslandığında köklü bir değişimle, farklı bir boyut kazanmıştır. Siyasal aktör ve kurumlar, yeni nesil seçmenlere ulaşabilmek, onların ilgi alanına girebilmek için bu bireylerin konfor alanlarına dahil olmaya çabalamakta ve etkili bir iletişim geliştirerek, ülkenin geleceği olarak nitelendirilen bu seçmen grubunun desteğini kazanmaya çalışmaktadırlar. Bu tebliğde, siyasi iletişime farklı bir perspektifle yaklaşan, şeffaflığa ve fırsat eşitliğine önem veren, dijital ve interaktif etkileşimi her meseleye entegre eden yeni nesil seçmenlerle kurulan siyasi iletişimin, İYİ Parti tarafından dijital mecralarda nasıl bir stratejiyle yürütüldüğü anlamaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma Ocak-Haziran 2023 arasında gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla yapılan son seçimler ve seçim kampanyaları çalışma için önemli bir kaynak teşkil etmiştir. Çalışma, siyasi iletişim stratejilerini anlamak, bu dinamiklerin çeşitli teknolojik yeniliklerle ve hitap edilen kitleyle büründüğü şekli gözlemlemek ve bu iletişim şeklinin siyasete aktif katılıma etkisinin olup olmadığını görmek açısından oldukça önemlidir. Ayrıca, katıldığı ilk seçimlerden %9.96 oranında oy alan İYİ Parti üzerinden ele alınması, İYİ Partinin siyasi iletişim stratejisinin diğer siyasi partilerden farklı olduğunu göstermekte, bu yönüyle de çalışmayı önemli kılmaktadır. Çalışmanın amacı; yeni nesil seçmenlerle kurulan siyasi iletişimin sosyal medya ve dijitalleşmeyle birlikte değişimini İYİ Parti üzerinden ortaya koymaktır. Çalışmada kullanılan yöntem nitel araştırma yöntemi olup iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama olan literatür araştırmasında, siyasi iletişimin seçmenlere yönelik etkisi üzerine veri toplanmıştır. İkinci aşamada ise, İYİ Parti’nin sosyal medya hesapları incelenmiş ve yaptıkları paylaşımlar üzerinden hangi konular üzerine eğildikleri ve nasıl bir strateji yürüttükleri analiz edilmiştir. Bununla birlikte seçmenlerin tepkisi de yine aynı paylaşımlar

üzerinden gözlem yoluyla incelenmiştir. Böylece sosyal medya üzerinden yeni nesil seçmenlerle iletişim kurmak amacıyla gerçekleştirilen “akımlarla” ve yapılan paylaşımlarla siyasal iletişimin nasıl evrildiği irdelenmiştir. Sonuç olarak, İYİ Parti’nin siyasal iletişim stratejisinde yeni nesil seçmenler için önemli olan fırsat eşitliği, çeşitlilik, eğitim ve teknoloji erişilebilirliği, refah politikaları, demokrasi, sosyal adalet ve haklar gibi konulara daha fazla eğildiği ve bu konuları dijital etkileşim merkezli bir yaklaşımla ele alındığı ve bunun da siyasal etkileşimi daha interaktif bir hale getirdiği ortaya koyulmuştur.

* Bu çalışma Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı’nda yürütülen Türkiye’de Siyasal Partiler ve Seçmen Davranışı Dinamikleri: İYİ Parti Örneği isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Sosyoloji, Siyaset Sosyolojisi, Seçmen Davranışları, Siyasal İletişim, Z Kuşağı, İYİ Parti.

Etik Beyan	Bu çalışma, Türkiye Sosyal Bilimler Sempozyumu’nda sunulan “Siyasal İletişimin Yeni Nesil Seçmenlerle Yeniden Sorgulanması: İYİ Parti Örneği” adlı tebliğin özetidir.
Türü	Bildiri Özeti
Geliş Tarihi	20.07.2023
Kabul Tarihi	09.08.2023
Yayın Tarihi	11.08.2023
Kategori	Sosyal ve Davranış Bilimleri, Sosyoloji ve Sosyal Bilimler, Sosyal ve Davranış Bilimleri, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
Araştırma Alanı	Sosyoloji
Sempozyum	:
Adı	3. Türkiye Sosyal Bilimler Sempozyumu
Web	https://sempozyum.okuokut.org/tsbs/article/view/431
Yer ve Tarih	Çevrim İçi - 26-31 Ağustos 2023
Sponsor	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi; Oku Okut Derneği
Bildiri Oturum Bilgisi	5. Oturum - 27 Ağustos 2023 Pazar 11:00 - 12:10
Telif Hakkı	© 2023 Özge Erdem - Hatem Ete. Yazarlar telif hakkını elinde tutarak yayıncıya uygun lisans ile yayım izni vermiştir.
Lisans	
Yayıncı	Oku Okut Yayınları
Kaynak Gösterimi	Erdem, Özge - Ete, Hatem. “Siyasal İletişimin Yeni Nesil Seçmenlerle Yeniden Sorgulanması: İYİ Parti Örneği”. <i>TSBS Bildiriler Dergisi</i> 3 (2023), 25-28. https://doi.org/10.55709/TSBSBildirilerDergisi.431

Reexamining Political Communication with the New Generation of Voters: The Case of İYİ Party

Özge Erdem

<https://orcid.org/0000-0001-7132-1520> | erdemozgenur@gmail.com

Master's Student, Ankara Yıldırım Beyazıt University, Ankara, Türkiye

Hatem Ete

<https://orcid.org/0000-0001-6013-6530> | hete@ybu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt University, Ankara, Türkiye

Abstract


Political communication is a crucial matter for political actors and institutions to gauge public sentiment, shape public opinion, and influence the current political landscape; it acts as a bridge between the public and political actors/institutions. Throughout history, politics has continuously evolved based on its target audience and the changing world. Particularly in Turkey, the dynamics of political communication for Generation Z, characterized as a new generation of voters with distinct expectations, goals, and political perspectives, have taken on a different dimension compared to various social groups. Political actors and institutions strive to reach the new generation of voters, engage with their interests, and develop effective communication strategies to gain the support of this voter group that is considered the future of the country. This paper explores a different perspective on political communication, emphasizing transparency and equal opportunities, integrating digital and interactive communication into every issue, and examines how such communication strategies were employed by the İYİ Party in digital platforms. The research was conducted between January and June 2023, incorporating recent elections and campaign data. This study is significant in understanding political communication strategies, observing how these dynamics take shape through technological innovations and the targeted audience, and assessing the impact of this communication style on active political participation. The focus on the İYİ Party, which received 9.96% of the votes in its initial elections, demonstrates its distinct political communication strategy compared to other parties, further highlighting the study's importance. The objective of this research is to showcase the transformation of political communication with new-generation voters in the era of social media and digitalization, using the İYİ Party as a case study. The research employs a qualitative approach in two phases. In the first phase, a literature review collected data on the impact of political communication on voters. In the second phase, the social media accounts of the İYİ Party were analyzed to determine their focal topics and strategies through their posts. Additionally, voter reactions were observed based on the identical posts. This process examined how political communication evolved through trends and posts to connect with new-generation voters on social media. In conclusion, İYİ Party's political communication

strategy focuses more on topics relevant to new-generation voters, such as equal opportunities, diversity, education and technology accessibility, welfare policies, democracy, social justice, and rights. These topics are approached with a digital interaction-centric perspective, making political interaction more interactive.

* This study is based on the master's thesis titled "Political Parties and Voter Behavior Dynamics in Turkey: The Case of the İYİ Party," conducted at the Department of Sociology at Ankara Yıldırım Beyazıt University.

Keywords

Sociology, Political Sociology, Voter Behavior, Political Communication, Generation Z, İYİ Party.

Ethical Statement	This paper is a summary of the study titled “Reexamining Political Communication with the New Generation of Voters: The Case of İYİ Party” presented at the Turkish Symposium of Social Science.
Type	Conference Proceeding
Received	2023-07-20
Accepted	2023-08-09
Published	2023-08-11
Category	Social and Behaviour Sciences, Sociology & Social Sciences, Social and Behaviour Sciences, Psychiatry
Research Area	Sociology
Conference	:
Title	3rd Turkish Symposium of Social Sciences
Web	https://sempozyum.okuokut.org/tsbs/article/view/431
Location & Date	Online - 26-31 August 2023
Sponsor	Ankara Yıldırım Beyazıt University; Oku Okut Association
Proceeding Session	Session 5 - August 27, 2023, Sunday 11:00 - 12:10
Copyright	© 2023 Özge Erdem - Hatem Ete. The authors retains the copyright and provides the publisher with a proper license to publish.
License	
Publisher	Oku Okut Press
Citation	Erdem, Özge – Ete, Hatem. “Reexamining Political Communication with the New Generation of Voters: The Case of İYİ Party”. <i>TSBS Proceedings Journal</i> 3 (2023), 25-28. https://doi.org/10.55709/TSBSBildirilerDergisi.431