

SOSYAL MEDYADA DEMOKRASİYE LİDER MÜDAHALESİNİ GÖZLEMLEMELİK: 2020 ABD BAŞKANLIK SEÇİMLERİ'NDE DONALD TRUMP VE JOE BIDEN'İN TWEETLERİNİN İÇERİK VE DUYGU ANALİZİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Sarp BAĞCAN

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye
bagcansarp@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-8075-378X

Esra TUNÇAY

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye
etuncay@gelisim.edu.tr,
https://orcid.org/0000-0003-3588-6086

Sezgin SAVAŞ

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye
ssavas@gelisim.edu.tr
https://orcid.org/0000-0003-2141-1055

<i>Atf</i>	Bağcan, S., Tunçay, E., Savaş S. (2021). SOSYAL MEDYADA DEMOKRASİYE LİDER MÜDAHALESİNİ GÖZLEMLEMELİK: 2020 ABD BAŞKANLIK SEÇİMLERİ'NDE DONALD TRUMP VE JOE BIDEN'İN TWEETLERİNİN İÇERİK VE DUYGU ANALİZİ AÇISINDAN İNCELENMESİ. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 11 (3), 1073-1097.
------------	--

ÖZ

Bireyin toplumsal sisteme katılımını merkezine alan demokraside birey, vatandaş kimliğiyle, iktidar mücadelesi içinde olan siyasetçilerin iletişim açısından doğrudan hedef kitlesini oluşturmaktadır. Liderin, doğrudan, anlık ve filtersiz şekilde kitlesiyle olabildiği/etkileşime girebildiği, kendine ait bir topluluk sistemi kurabildiği sosyal medya da mevcut en güncel iletişim ortamı olarak görülmektedir. Araştırmada, “Sosyal medyada siyasi liderlerin demokrasiye açık ve doğrudan bir müdahalesi var mıdır?”, “Liderlerin kritik ve duygu yoğunluklu bir seçim anında kitlelerle iletişimi nasıldır?” sorularına cevap aranmaktadır. Bunun için sonuçları dünya siyasetini etkileyebilecek olan 2020 ABD Başkanlık Seçimleri ele alınmıştır. Süreç öncesi-sırası ve sonrasıyla ilgili gündem ile birlikte bir zaman dilimine oturtulmuştur. ABD tarihinde 120 yıl sonra gerçekleşen en yüksek katılımlı seçim olması ise diğer önemli bir husustur; dolayısıyla ona ilişkin beklentilerin ve yüklenen duyguların düzeyinin yüksek olduğunu işaret etmektedir. Bu zemin ve çerçevede liderlerin tweetlerinden örnekler alınmıştır; bu liderler gündem ve duygusal yoğunluğu şahıslarında en yüksek düzeyde temsil etme ve kitleleri etkileyebilme noktasında bulunmaktadır. Toplam 9.121 tweet RStudio programlama dili kullanılarak elde edilmiş ve analiz edilmiştir. Ele alınan tweetler, metin madenciliği yöntemleri kullanılarak içerik ve duygu analizine tabi tutulmuştur. Sonuçta Joe Biden’ın oldukça düz, soğukkanlı, seçim ve Donald Trump odaklı şekilde süreci yürüttüğü, Trump’ın ise eylem ve söylemleriyle gerçek hayatta ve sosyal medyada kitlesiyle birlikte hareket eden duygusal bir lider olduğu, liderliğine ve amaçlarına uygun olarak demokrasiye açık ve doğrudan müdahale ettiği, iletişimi (söylem ve duyguları) kitleleri aktive

etmek için kullandığı görülmüştür. Sosyal medyanın bu şekilde kullanımı, siyasette iktidarların ve seçimlerin meşruluğunun sürekli tartışılabileceği bir dönemin göstergesidir.

Anahtar kelimeler: 2020 ABD Başkanlık Seçimi, Trump, Biden, demokrasi, siyasal iletişim, içerik analizi, duygu analizi

OBSERVING THE LEADER'S INTERVENTION TO DEMOCRACY ON SOCIAL MEDIA: AN ANALYSIS OF THE TWEETS OF TRUMP AND BIDEN ON TWITTER IN THE 2020 US PRESIDENTIAL ELECTIONS IN TERMS OF CONTENT AND SENTIMENT ANALYSIS

ABSTRACT

In democracy that focuses on the individual's participation in the social system, the individual constitutes the direct target audience of politicians who are struggling for power with their citizen identity. Social media is also seen as the most up-to-date communication environment where the leader can directly, instantly and directly be able to / interact with her audience and establish a community system of her own. In the research, an answer to the questions of "Do political leaders have an open and direct intervention to democracy on social media?" and "How are leaders communicating with the masses in a critical and emotional election?" have been sought. For this, the 2020 US Presidential Election, the consequences of which will affect world politics, has been discussed. The process is set in a time frame with the agenda regarding before-sequence and after. Another important issue is that it is the highest turnout election in US history in the last 120 years; therefore, it points out that the level of expectations and feelings attributed to it is high. In this background and framework, examples were taken from leaders' tweets; these leaders are at the point of representing the agenda and emotional intensity at the highest level in influencing the masses. As a result, it has been observed that Joe Biden was running the process in a rather flat, cool-blooded, election and Donald Trump-oriented manner, while Trump was an emotional leader acting with his audience in real life and social media with his actions and discourses and that he intervenes directly and openly to democracy in accordance with his leadership and aims, using communication (discourse and emotions) to activate the masses. 9.121 tweets have been obtained and analysed in total using RStudio) programming language. The tweets discussed were subjected to content and sentiment analysis using text mining methods. It is a sign of an era in which the legitimacy of governments and elections in politics can be debated constantly.

Keywords: 2020 US Presidential Election, Trump, Biden, democracy, political communication, discourse analysis, sentiment analysis

GİRİŞ

Bireylerin içinde bulunduğu toplumsal hayatı oylarıyla siyaseten şekillendirmesi imkânı sunan demokrasi; modern dönemde birbirleriyle rakip görüşlerin, parti ve liderlerin yarıştığı bir alan ve bunlara dair bir beklenti ortamı da oluşturmuştur. Ülkelerin siyasal ve toplumsal yapısının belirlediği bu alanda gerçekleşen iktidar mücadelesi daha çok kitlelerin kazanılmasına ve/veya yönlendirilmesine dayanmakta, bu noktada bireye/seçmene etkin ulaşma biçimleri de önem kazanmaktadır. Simgeler, kültürel kodlar, iletişim araç ve ortamları gibi unsurlar bu süreçte önem kazanırken; esasında lider ve kitleler/kitleleri arasındaki ilişki sürecin odak noktasını oluşturmaktadır; zira mesajın kaynağı ve hedef kitleleri onlardır; bahsedilen unsurları onlar kullanmaktadır. Sürecin iletişim ortamını kontrollü veya sistemli kullanmaya çalışan tarafında ise daha çok kaynak kısmında yer alan lider ve örgütler yer almaktadır. Seçimler ise bütün bu unsur ve ilişkilerin kristalize halde gözlemlenebileceği, kendi süreçleri bağlamında preslenmiş zaman dilimleri ve önemine göre tarihsel anlar veya dönüm noktaları

olabilmektedir. Dolayısıyla bir seçimde sadece iletişim çalışmalarını, ilişkileri vb. şeyleri değil, tarihsel bir anın ya da dönüm noktasının işaretlerini görmek de mümkündür.

Çalışma 2020 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanlık Seçimleri’ni merkezine almaktadır. Seçimlerin güncel olmasının yanı sıra ABD’nin özellikle 19. Yüzyıldan gelen demokrasi deneyimi zemininde yapılması ve daha çok iki partinin yarıştığı başkanlık sistemi içinde son 120 yılın en yüksek katılımı seçimleri olması da oldukça önemli olup çalışmaya değer katmaktadır. Tartışmalı ve tartışmacı bir lider olan Trump’ın varlığı, dünyanın çok kutuplaşması süreci, ABD partilerinin ve devletin süreç içindeki politik tercihleri, son 120 yılın en yüksek katılımı seçiminin işaret ettiği kamuoyundaki yoğun duygusallık ve kamplaşma işaretleri bu seçimin izlenmesini önemli kılmaktadır. Bunlar, 2020 Seçimleri’nin tarihsel bir an veya dönüm noktası olarak nitelenmesine de sebep olan önemli gelişmelerdir. Sosyal medya ise modern ve güncel, etkileşimli bir ortamdır. Facebook üzerinden Cambridge Analytica şirketi aracılığıyla Letonya, Nijerya, Trinidad Tobago gibi ülkelerin siyaset ve seçimlerinin manipüle edildiği (BBC, 2018), Trump’ın da yine başkan seçilmesi sürecinde benzer destek aldığı iddiaları bulunmaktadır (Confessore, 2018). Bunlar siyasette sosyal medyanın örtülü ve planlı kullanımına ilişkin verilerdir. Fakat sosyal medyanın bir lider tarafından açık ve doğrudan kullanımına dair çeşitli örnekler de ihtiyaç vardır. Çalışma bu ihtiyaca da karşılık verme amacı taşımaktadır.

Çalışmada sırasıyla önce demokrasi ve seçim, ABD seçimleri üzerinden seçimlerde sosyal medya kullanımı bölümü olarak ele alınacak, bu da çalışmaya bir çerçeve ve zemin kazandıracaktır. Sonrasında amaç ve yöntem bölümleriyle birlikte yukarıdaki fikir, durum, süreç, politika ve beklentilerin somutlaştığı aktörler olan iki ana lidere, Trump ve Biden’a söylemleri açısından twitterdaki paylaşımları bağlamında odaklanılacaktır. Paylaşımların takip edilen seçim öncesi-sırası ve sonrasındaki sıcak gündem ile ilişkisi kurulacak, söylemler içerik ve taşıdığı duygular açısından analiz edilecektir. Bu yolla “Sosyal medyada siyasi liderlerin demokrasiye açık ve doğrudan bir müdahalesi var mıdır?” ve –varsa- bu müdahaleyi de netleştirebilecek olan “Liderlerin kritik ve duygu yoğunluklu bir seçim anında kitlelerle iletişimi nasıldır?” araştırma soruları cevaplanmaya çalışılacaktır. Çalışma odaklandığı seçimin dünyaya etkisi, liderlerin bu seçimdeki iletişimi, sosyal medyanın liderce açık ve doğrudan kullanımını göstermesi, farklı bir liderin (Trump) kitleleriyle kurduğu ilişkiyi açıklamaya çalışması, sosyal medya demokrasi seçimler ilişkisine dair güncel bir resim vermesi, duygu analizi gibi (şimdilik) nadir kullanılan yöntemler taşıması açısından önem ve değer taşımaktadır.

Bir Çerçeve Olarak Demokrasi ve Seçimler

Vatandaşların siyasi karar alma süreçlerine katılmalarına veya hükümet organlarına temsilciler seçmelerine izin veren bir siyasi sistem olarak demokrasi (Oxford, t.y) ile yönetilen ülkelerde iktidarın sistem açısından meşruiyeti halk iradesine ve onun en somut ifadesi olan seçimlere dayanmaktadır (Candan vd., 2020). Bir pozisyon ve siyasi bir makam için adaylar arasından bir kişi veya bir grup insanın oylama sonucu belirlenmesi anlamında gelen seçim (Collins, t.y) aynı zamanda seçilen kavramını ve içinde gerçekleştiği süreç açısından da bir zaman dilimini ifade etmektedir (Cambridge, t.y). Siyasal açıdan seçme ve seçilme hakkı seçim ortamını; aday başvurularından seçmenin oy kullanmasına sonuçların ilanına kadarki bütün işlemleri, sürecin özneleri olan birey ve siyasal partiler gibi kuruluşları, süreci yönetmek ve denetlemekle ilgili kurum ve kuralları kapsayan çerçeve ise seçim sistemini oluşturmaktadır (Türk, 2006: 76).

Halkın egemenliği anlamına gelen “Demos Kratos” sözcüklerinden türemiş olan demokrasi kavramı tek kişinin yönetimi anlamına gelen monarşi ve bir soylular zümresinin yönetimi olan aristokrasiye karşı milattan önce sekizinci yüzyılda Atina’da ortaya çıkmıştır (Hançerlioğlu, 1986: 87). Genelde Eski Yunan şehir devletlerinde kadınların, köle ve yabancıların oy veremediği fakat yönetimin belirli bir kesim tarafından seçimle belirlendiği yönetim şekli olan demokrasi; zamanla şehir devletlerinin yerine aristokrasi, imparatorluk, oligarşinin gelişimiyle birlikte uzun süre sekteye uğramıştır. Halk kitlelerin yönetime katılımı ve bugünkü modern demokrasinin kökleri ise 1776 yılında İngiliz kolonilerinin birleşerek şekillendirdiği “Haklar Bildirisi”, “Bağımsızlık Beyannamesi ve Anayasası” ile Amerika

Birleşik Devletleri'nde, ardından 1789 Fransız İhtilali ve 1791 Fransız Anayasası ile ortaya çıkmıştır. Yirminci yüzyılla birlikte ise dünyada pek çok ülke kendine özgü uygulamalarla demokrasiye geçmiştir (Kuzu, 1992: 336-337). Günümüzde devlet yönetimlerinde halk, belirli dönemler için ülke yönetiminde karar alacak belirli sayıda temsilci seçmektedir ve bu işleyiş "temsili demokrasi" olarak adlandırılmaktadır (Soysal, 1969: 79).

Modern demokrasilerde halkın seçim vasıtasıyla kendini yönetmesinin dışında hukuka bağlılık da yönetimde önem arz etmektedir. Siyasi iktidarlar hem kanuni hem meşru olmak durumundadır; kanuni olmak hukuki boyutu, meşruluk ise iktidarın yönetilenlerin çoğunca uygun bulunmasını ifade etmektedir. Meşruiyet, modern demokrasilerde siyasal yaptırım gücünün dayanağı olup iktidara kurallar dâhilinde güç kullanma yetkisi ve serbestisi tanımaktadır. Siyasal iktidarın, meşruiyet ve halk iradesinin kaynağı ise doğrudan ve temsili demokrasilerde seçimlerle belirlenmektedir (Özgül, 2002).

Nüfusun aynı anda tek yerde toplanmasının mümkün olmadığı dolayısıyla herkesin doğrudan seçime katılmadığı günümüz koşullarında ülke yönetimlerinde halk, belli bir süre için belli sayıda temsilci seçmekte, bu temsilciler de ülke yönetimiyle ilgili kararları almaktadır. Bu da temsili demokrasiyi oluşturmaktadır (Soysal, 1969: 79).

Fakat demokrasiler mutlak olarak iyi veya ideal şekilde işlemeye de bilmektedir. İktidar, çoğunluğun oylarına göre belirlense de diğer kesimlerin haklarını koruyan bir sistemin varlığı önemlidir. Bu sistem içinde temsilciler rekabet ve iş birliği aracılığıyla, dolaylı şekilde hareket etmektedir; bu bağlamda sistem, Schumpeter'e göre (akt. Kuzu, 1992: 336) "Politik kararlara varmak için, bireylerin karar almak gücünü, oy almak amacıyla, rekabete dayalı bir mücadele yoluyla elde ettikleri, kurumsal düzenlemedir" şeklinde ifade edilmiştir. Siyasi anlamda demokrasi; millete ilişkin faaliyetleri yürütmek üzere gerekli siyasi yapıları belirleme ve ilgili kurumların işlemlerini sağlayan kanunları yapma yetkisinin halkın elinde bulunduğu bir rejim olarak nitelenmektedir (Kuzu, 1992: 336). Demokrasinin merkezinde yer alan seçim olgusu bu özelliklerinin yanı sıra taşıdığı işlevler açısından da özel önem taşımaktadır.

Demokrasilerde seçimlerin dört temel işlevi bulunmaktadır. Bunlar a) temsil işlevi, b) siyasal meşruiyet kazandırma işlevi, c) demokratik katılım işlevi, d) hoşgörü ve uzlaştırma işlevidir. Temsil işlevi yönetilenlerin özgür bir ortamda verdikleri oylarla temsil edilmelerini, serbest seçimler sonucu ortaya çıkan temsili çoğunluğun iktidar yetkisini kullanma olanağını sağlamaktadır. Demokratik katılım işlevi seçmenlerin seçim sürecinde kendilerine sunulan programlar arasından seçim yapmasını, tercih ettikleri partiyi oylarıyla işaret etmelerini, siyasal kararların alınmasına oyları ve seçtiği temsilciler vasıtasıyla etkide bulunmasını ifade etmektedir. Siyasal meşruiyet kazandırma işlevi özgür ve dürüst şekilde yapılan seçimlerde çoğunluğa erişen parti veya partilerin iktidar olmasına meşruluk kazandırmayı açıklamaktadır. Hoşgörü ve uzlaştırma işlevi ise farklı görüşleri temsil eden partilerin özgür ve dürüst bir ortamda rekabet ettikleri ölçüde toplumsal gerilimin azalabileceğini, uzlaşmaya açıklığın gelişeceğini ifade etmektedir (Aliefendioğlu, 2005: 74-75).

Sistem içinde siyasi temsil iddiasında bulunan seçmenlerin oylarının yönleneceği partiler ise, programları çerçevesince siyasal kararlara etkide bulunmak, siyasal iktidarı ele almak üzere örgütlenmiş kuruluşlar (Tunaya, 1982: 532) olup resmi olarak seçim sürecinin bir parçası olarak tanınan ve adayları seçimler için düzenli olarak destekleyebilen (ortaya koyabilen) bir siyasi grup olarak tanımlanmaktadır. Fakat bir ülkede siyasi partilerin olması ve seçimlerin olması tek başına demokrasiyi göstermemekte, mevcut otorite yapıya siyaseten meşruiyet kazandırmak için de bu tablo kullanılabilir. Düzenli olarak özgür ve adil seçimlerin varlığı, bir demokrasinin (demokratik rejimin) asgari koşulu olarak kabul edilmektedir (Yasushi, t.y).

Partilerin kitleler önünde temsili en son somut şekilde liderleri vasıtasıyla olmaktadır. Sadece partileri değil siyasete etki edebilecek toplumsal kurum ve örgütlenmelerdeki etkin konumdaki kişiyi de ifade edebilen siyasal lider; takipçileri, diğer liderler, partiler ve onların takipçileri ile iletişimi sağlamakta, onları siyasi bir partiye yönlendirmeye çalışmaktadır. Takipçileri üzerinde etkisi olan, onları yönlendirebilen lider; onlarla kendi arasında duygusal bağ kurabilme, esin kaynağı olabilme, onların fikir ve inançlarını temsil edebilme özelliklerine sahip olmalı, takipçilerinin haklarını bütünü içinde koruduğuna onları ikna edebilmelidir. Lider; yukarıdaki sistem içinde siyasi bir ağın sembolü olan, gücü

ele geçirme-koruma süreçlerinde etkin hareket eden, karar verme gücüne sahip bir konumdadır ve hitabet yeteneği kitlelerle bağ kurabilme noktasında önemlidir (Komşuoğlu, 2007). Liderin varlığı, algılanması güç olan partinin kurumsal yapısını somutlaştırmakta, ona bağlılık seçmen açısından süreci kolaylaştırmakta, anlamlı hale getirebilmektedir (Kışlalı, 1987: 233). Kitleler de bir partiye ideolojik temelli bağlılığı ve bu bağlılığın düzeyi yüksekliğince kutuplaşmaktadır (Barber ve McCarty, 2015: 23-24). Medya ise liderin algılanışında, parti ve söylemlerin kitleselleşmesinde olduğu gibi kutuplaşmada da stratejik öneme sahiptir.

İdeal bir demokratik toplumda medya; yurttaşların etrafındaki gelişmeler hakkında bilgilenmesini, demokraside gerçeklerin değerini, kamuoyunun fikirlerinin aktarılmasını, fikirlerin oluşumunu destekleyen bir platform ve hükümet-siyasi örgütlerin kendilerini ifade ettiği bir kanal işlevi görmektedir (McNair, 2003: 20-21). Fakat gerçekte böyle idealize bir medya ortamı yoktur. Haber medyası ve siyasi stratejistler kamusal öncelikleri şekillendirme yeteneğine sahip oldukları gibi dikkati çoğu zaman karmaşık bir konunun yalnızca belirli boyutları etrafında "çerçeveleyerek" diğerlerini görmezden gelmektedir. Seçilmiş bir yetkili veya gazeteci bir konuyu "çerçevelediğinde", konunun neden önemli olduğunu, kimin veya neyin sorumlu olduğunu ve eylem açısından ne yapılması gerektiği belirtir (Entman, 1993; Gamson ve Modigliani, 1989). Özellikle geleneksel medya-siyaset ilişkileri çerçeveleri belirlerken doğrudanlık kaybolmakta, gerçek ve anlık olan deforme olmaktadır.

Sosyal medya ise seçmenle temsilcisz, doğrudan ve neredeyse yatırımsız/maliyetsiz bir iletişim kurma kanalı olarak siyaset sahnesinde yer alan yeni bir ortamdır. İlk defa etkin şekilde Barack Obama'nın 2008'de siyaseten kullandığı sosyal medya zamanla diğer siyasetçilerin ve Donald Trump'ın da geleneksel medya filtresi olmadan (Twitter üzerinden) kendini ifade ettiği bir alan olmuştur (Wharton, 2020). Öte yandan halihazırda tartışılmakta olan, sosyal medyanın (Twitter) günümüzde 2020 ABD Başkanlık Seçimleri sonrasındaki Kongre sürecinde görüldüğü gibi siyasete müdahalesi de iyice tartışılır hale gelmeye başlamıştır. Sosyal medya; demokrasinin odağındaki bireye/seçmene belki de tarihte ilk defa seçim süreçlerinde ve dışında, ilgilendiği lider ve siyasetçilerle doğrudan iletişim kurma imkânı vermekte, ona siyasal liderlerin gerçek ve anlık olan hallerine sürekli-en yakın konumda bulunabileceği bir ortamı sunmaktadır. Bu; siyaseten meşruiyetin de liderle kitleleri arasında doğrudan sağlanmaya çalışıldığı/çalışılabileceği bir durum yaratabilmekte, meşruiyet kavramının anlık-sürekli değişimler ve yönelimler tarafından tanımlanmasına/tartışılmasına yol açabilir gözükmektedir.

Bu noktada post truth değinmek faydalı olacaktır. Kökeni algılanan/atfedilen anlam-gerçek ilişkisi ve yer değişimi üzerinden Platon'a kadar götürülebilen post-truth, bir kavram olarak; hakikat sonrası, gerçeklik ötesi, gerçeklik sonrası olarak Türkçe'de yer almakta, kamuoyunun şekillenmesinde duygular ve kişisel inançların nesnel olgulardan daha etkili olduğu, bilginin ve kaynağının sorgulanmaya ihtiyaç duyulmadığı bir dönemi ifade etmektedir. Hegemonyal veya idari çeşitli şekillerde kullanımları da bulunan, modern kamuoyu yönlendirmelerinde kullanılabilen bu kavrama 11 Eylül Olayı, Brexit sürecinde sosyal medya hareketleri, Donald Trump'ın manipülatif sosyal medya kullanımı gibi pratik örnekler vermek mümkündür (Coşgun, 2021: 68-75). Duygular, kitleleri hareket geçirmenin bir aracı olarak düşünülmektedir. Örneğin öfke uyandıran mesajların partizanlık işaretlerindeki belirginliği artırması ve yönlendirici hedefleri harekete geçirmesi daha olasıdır (Tucker vd., 2018: 44). Bu kapsamda post truth, göreliliğin istismar edilerek stratejik bir siyasi araca dönüştürülmesi kapsamında da düşünülebilir; post truth göreliliğinin korkulu bir şekilde "silah haline getirilmesi" olarak da yorumlanabilir (Fischer, 2020: 126).

Keyes'e göre bu süreçte sosyal ve politik alandaki toplumsallık silikleşirken yalanın ifşa edilmesi korkusu da toplumsal açıdan önem kaybetmektedir (Aktaran Coşgun, 2021: 69). Dolayısıyla mesele (demokrasi) lider-kitle ilişkisinden başka ayrıca daha kuşatıcı çerçevede yeni medya, çağ, atmosfer ve anlayış açısından da değişime uğra(tıl)maktadır; post truth kavramı aynı zamanda bunlara ilişkindir. Yasal çerçeveler, kanunlar ve tanımlar çerçevesinde kurulan düzen ve insanın kendini bu belirlilikler çerçevesinde emin hissedebildiği yapı kökten değişmektedir. Sorumluluk sahibi olmadan güç sahibi olmak, takipçilerin liderlerin sözlerini takip etme düzeyindeki değişim bu çağda önemlidir (Atkinson, 2019: XX) . Gerçek-hakikat ile algılanan-tercih edilen-duygusal olan tepkilerin ayrışmasına paralel

giden; bir tarafta kitlelerin rasyoneliteden kopma kaygısının bulunduğu, bir tarafta duygusallığın peşinden giden kitlelerin yaygınlaşmasının görüldüğü, bunlar aradaki mesafenin gittikçe açıldığı bir dönem başlamaktadır. Bunlar bilindik ideolojik kutuplaşmaya ek faktörler olup duygusallığı rasyonelitenin önüne ikinci bir kez daha geçirmektedir. Bunu teknoloji, bireysellik ve kapitalizmin en ileri temsilcisi olan ABD’de seçimlerinde gözlemlemek ayrıca mümkündür.

Nitekim uzun zamandır ABD’de var olan kutuplaşma, ona eşlik eden seçmen-medya bağıllığıyla 2000’lerden sonra yükselişe geçmiş (Barber ve McCarty, 2015: 28) 2016’dan itibaren kutuplaşma belirgin şekilde artmıştır (Pew, 2019). Fakat bu durumun temsil edilemeyen seçmen kitleleri ve finans sistemine bağlı partilerin zayıflığı ve liderlerinin popülist söylemlerinin etkisi ile ortaya çıkması da söz konusudur; bu yapı içinde liderler takipçileri için olayları çerçevelemektedir (Cummins, 2020). Dolayısıyla kutuplaşmanın şekillendirici öznesinin lider olması söz konusudur; süreç toplumsal sorun ve değerler üzerinde yukarıdan aşağıya işlemektedir.

Tartışmaların seçim anlarının dışına taşıdığı ve ortamın getirdiği süreklilik ile hayata yayılmaya başladığı bu dönemde ve politik sistemdeki partilerin temsil kabiliyetindeki düşüş ve partilerin sermaye ile olan ilişkilerinin onların (partilerin) neoliberal döneme uygun olarak gücünün zayıflamasına sebep olduğu bu ortamda; liderler de popülist ve kutuplaştırıcı söylemlere yönelebilmektedir. Ancak kutuplaştırmaya yönel(t)mek yeni bir şey değildir. Buna tarihte modernizm, post modernizm dönemlerinden ve öncesinden rastlanabilecek başka örnekler vermek mümkündür. Zira mesele özünde iktidar ve manipülasyon meselesidir; duygusallık, ajitasyon bu ilişkilerde ve söylemlerde hep olmuştur, olacaktır. Fakat tartışmaların içinde yaşadığımız çağa uygun halde yeniden ele alınması, gerekirse yeni tartışmaların yapılması, olguların incelenmesi gerekmektedir. Bu süreçte iletişim, özelinde ise sosyal medya ve siyaset ilişkisi bağlamında yapılan çalışmalar güncel resmi vermesi açısından ayrıca önemlidir. Çalışmanın odağında yer alan ABD, 2020 Başkanlık seçimlerine yukarıda aktarılan ortamda gitmektedir.

2020 ABD Başkanlık Seçimlerinde Sosyal Medyanın Kullanılması

Siyasi iletişimde birçok şey; izleyicinin büyüklüğü ve doğası ne olursa olsun, mesajın alıcıları üzerinde bir etki elde etmesi için tasarlanmıştır. İletişim çalışmalarında etki sorunu büyük ve bitmeyen tartışmalar yaratan konulardan biridir. Siyasi iletişimde, izleyicilerin mesajla ilişkisini ampirik olarak araştırmak ve belirlemek son derece zordur. Zira demokratik siyasi sistemlerde medya siyasi iletişimin önemli bir kaynağı olsa da medya kuruluşunun dışında ortada birçok mesajın dolaşması, gazeteciler tarafından inşa edilen siyasi mesajların bulunması, ortaya çıkabilecek çok sayıda ve karmaşık görünümdeki mesajın varlığı söz konusudur. Seçim kampanyaları sırasında medyanın toplumsal sorumluluğu, seçmen ve vatandaşlara karar vermelerinde yardımcı olmak için yeterli bilgi hizmeti vermektir. Ancak hedefe ulaşma şekli teknolojideki ilerlemelerle şekillenmiş, değişikliklere uğramıştır. Bir başka deyişle, teknolojideki gelişmeler, adayların seçmenlerle yeni iletişim tarzları geliştirmesini gerekli kılmaktadır. Günümüz teknolojisinde internetin kitle iletişimde önemli bir unsur olarak ortaya çıktığı görülmektedir. İnternet, adayların seçmenlerle doğrudan iletişim kurmasına izin veren en iyi araç haline gelmiştir. Zira adaylar herhangi bir filtre olmadan, aynı anda çok sayıda seçim bölgesine mesaj gönderebilmekte, kendi mesajları üzerinde büyük bir kontrol sağlayabilmektedirler.

Siyasal iletişim, yirmi birinci yüzyılda dramatik bir şekilde gelişmiş, değişime uğramıştır. 2008 Başkanlık Kampanyası bu evrimin kanıtıdır. İlk Web 2.0 başkanı olan Obama, Twitter, Facebook, My Space, YouTube, e-mail gibi sosyal ağ teknolojilerini kullanan ilk başkan aday olmuştur. Bu yönüyle 2008 Amerikan Başkanlık Seçimleri ve Barack Obama’nın 2008 kampanyası, internet ve internet teknolojilerinin başarılı bir şekilde kullanıldığı, çevrimiçi medya platformunun varlığıyla gerçekleşen ilk kampanya olması özelliğiyle milat teşkil etmektedir (Gulati, 2010). Senatör Barack Obama, interneti popüler ve hızlı bir şekilde kullanarak seçmenlerle iletişim kurmak için bloglar, video oyunları ve metin mesajları kullanmış ve başarılı bir şekilde iletişim kurmuştur. Obama, kampanyasında interneti hem genç hem de yeni seçmenleri motive etmek için kullanmış ve sonuç olarak da otuz yaşın altındaki seçmenlerin %66’sı, yeni seçmenlerin ise %69’undan destek almıştır (Smith, 2009). Adaylar kampanyaları esnasında bu yeni mecrada etkin olabilmek için uzman kampanya ekipleri ile

çalışmaktadır. Obama'nın kampanyasında Facebook'un kurucu ortağı Chris Hughes, eski CNN.com yapımcısı Kate Albright-Hanna ve Washington D.C. merkezli bir halkla ilişkiler firması sahibi olan Scott Goldstein'den oluşan Triple O adlı bir departman yer almıştır. Kampanya ekibinin sorumluluğu Obama'nın kampanyasının propagandasını oluşturmak ve yayınlamak olmuştur (Todd & Gawiser, 2009). Ağ içinde hızla yayılan seçim içerikleri özellikle Twitter'da sürekli retweetlenip dolaşımda tutulurken propaganda içeriğinin tanınırlığı ve hatırlanabilirliği artırabilmesi özelliği (Güz vd., 2019: 1461) sosyal medyanın tercih edilirliğine etki etmektedir.

Özellikle Twitter gibi sosyal medya platformlarındaki kampanya mesajları, hedeflenen seçmenler nezdinde yankı uyandırmada geleneksel medyadaki mesajlar kadar etkili hale gelmiştir. Bu bağlamda siyasi adayların seçmenlere erişim için çeşitli sosyal medya platformları kullanması şaşırtıcı değildir. Çoğu durumda, sosyal medya, kampanya stratejisini kolaylaştırmada yardımcı olmakta ve adayların, sosyal medyanın gelişiminden önce mevcut olmayan şekillerde seçmenlerle temasını sağlamaktadır.

Yalnız meseleyi sosyal medya, siyasal kutuplaşma veya salt post truth gibi kavramlarla nitelendirmek ya da onlara indirgemek büyük toplumsal resmi ve olguları görmeyi olumsuz etkileyebilmektedir. Birer olgu olan toplumsal sorunlar üzerinden bakıldığında 2020 Başkanlık Seçimleri'ne giderken ABD iç kamuoyunda hispanikler, ırkçılık, vergiler, sağlık sistemi, hükümete karşı güvensizlik gibi konuların ağırlığında bir artış vardır (Pew, 2016). Irkçı cinayetler sonrası yükselen Black Lives Matter (Siyahi Yaşamlar Önemlidir) hareketi, cinsiyetçilik, ABD'de Beyazların siyasetteki baskınlığının sona ermesi, ekonomi, pandemi sorunları gibi konular da eylemli bir gündem teşkil etmektedir. Öte yandan halkın önemli bir bölümü Cumhuriyetçi ve Demokratları "aşırı" olarak görmektedir (Pew, 2019) ve son 120 yılın en yüksek katılımı seçimi olmasına rağmen halkın üçte biri oy kullanmamıştır (Schaul vd., 2020). Ortada net ve yükselen bir kutuplaşma varken bunun dışında geniş halk kitlelerinin bulunması ve eleştirel tavır alması oldukça önemlidir, dikkate alınmalıdır; zira olay/durum tahlilinde kavramlara olgulardan fazla eğilmek sağlıklı bir bakış elde etmeyi zorlaştırmaktadır.

Donald Trump bu süreçte başkanlık seçimlerinde (Obama gibi) internet teknolojilerini iyi kullanan bir diğer başkan adayı olarak karşımıza çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin 45. Başkanı olarak göreve başlamasından bu yana, Trump'ın özellikle sosyal medya ve Twitter kullanımı halkın ve medyanın dikkatini çekmiştir. Trump, bir zamanlar bir realite TV şovu sunucusu olmasının avantajına sahiptir ve bu durum birçok politikacıda bulunmayan bir tecrübedir. Bütün iletişimin amacı ikna etmektir. Keith ve Lundberg (2008: 5) retorikte önemli unsur olan iknayı; insanları ortak bir amaca bağlayıp toplu eylemi kolaylaştıran yapılandırıcı bir unsur, bu anlamda koordineli bir yaşamın anahtarı olarak tanımlamıştır. İleride Trump'ın eylem ve söylemlerinde bu durumu görmek mümkün olacaktır.

Buradan hareketle, 10 Ekim 2016'da 2016 seçim sürecinde ikinci cumhurbaşkanlığı tartışmasından bir gün sonra Trump'ın CNN'i itham ettiği "Vay canına, @CNN," odak grubunu çarpık Hillary'yi daha iyi göstermek için düzeltirken yakalandı. Gerçekten acınası ve tamamen dürüst değil!" (Trump, 2016, akt. Ouyang, & Waterman, 2020) tweetine bakıldığında, Donald Trump'ın medyayla kavgalı bir ilişkisi olduğu/olabileceği görülmektedir. Bu, Trump'ın medyaya ilişkin tutumunun bir ifadesidir. Trump, kişisel Twitter hesabını, yönetimi veya kamuya mal olmuş kişilere karşı söylemleri için düzenli olarak kullanmaktadır (Kelly 2019; Oprysko 2019). Bu çerçevede Ingram'ın (2017) "Trump ne kadar çirkin çevrimiçi yorum yaparsa o kadar fazla haber haline gelmiş ve Trump medyayla simbiyotik bir ilişki oluşturmuştur" tespiti dikkate değerdir. Nitekim Francia da (2018) söz konusu doğrultuda Trump'ın ücretsiz haber kapsamı ve çevrimiçi tartışmalarda yaklaşık 5 milyar dolar aldığını belirtmektedir. Yalnızca Twitter'a odaklanan Trump, Twitter takipçilerinin sayısını yaklaşık 13 milyon kişiye yükseltmiş ve Twitter Trump için, MediaQuant tahminlerine göre (Clinton için 166 milyon dolarlık bir ücretsiz ilgi elde edilmişken) Trump'a 402 milyon dolarlık bir ücretsiz ilgi sağlamıştır (Francia 2018, 448). Bir başka deyişle, Twitter gibi sosyal medya platformları; vatandaşların kabul edilebilir içeriği kendi kendilerine seçmelerine izin vererek ve daha da önemlisi, "siyasi aktörlerin içeriklerini şekillendirmesine ve dikte etmesine" izin vererek siyasi sistemini temelden değiştirmiştir (Gainous and Wagner 2014, 1).

Siyasal iletişim hedefleri için sosyal medya mecralarının kullanılma eğilimi 2020 seçimleri için de geçerliliğini korumuştur. Obama'nın ve sonrasında Trump'ın sosyal medyaya gösterdiği ilginin ardından sosyal medya mecralarını siyasi iletişim kampanyasının kapsamına dahil eden diğer bir başkan adayı da Joe Biden olmuştur. MacLean (2020) yaptığı çalışmada bir siyasi aday hakkındaki sosyal medya gönderileri ile bu adayın isim tanınma düzeyi arasında bir ilişki olduğunu ortaya koyarken Biden'in de aralarında olduğu demokrat adayların sosyal medya faaliyetleri üzerinden hareket etmiştir. Biden'in henüz başkanlık adaylığını açıklamadığı döneme ait verileri içeren çalışmada Biden'in tanınırlığının yüksek oluşunda sosyal medya dışı faktörlerin de etkili olduğu düşüncesi ortaya çıkmıştır. Faris vd. (2020: 25) medya seçimi aşamasında Biden destekçilerinin MSNBC üzerinde yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Aynı çalışma kapsamında Trump, Biden ve Sanders'ın Ocak 2020 tweetlerini inceleyen Faris vd. (2020: 45) Biden'in hesabında özellikle görevi kötüye kullanma (impeachment) konusunun öne çıktığını ortaya koymuştur. Söz konusu çerçevede Biden taraftarlarının da Twitter'daki odak noktasını, esas olarak görevden alma davasının sonuçları ve Trump yönetiminin - Vindman ve Sondland- ve Adalet Bakanlığı'nın Roger Stone'un cezalandırılmasına müdahalesinin oluşturduğu gözlenmektedir (Faris vd. 2020: 56). Bununla birlikte seçim sonrasında da Biden'in seçilmiş başkan olarak duyurulmasında sosyal medya kanallarının önemli olduğu görülmektedir (KhudaBukhsh, 2011: 5). Bu doğrultuda hem seçim öncesi hem de seçim sonrası aşamalarda Tweeter'in Biden tarafından aktif olarak kullanıldığı görülmektedir.

Sosyal medya kanallarının siyasi aktörler tarafından kullanılması göz önüne alındığında bu kanalların günümüzde siyasi aktörlerin kampanyalarının önemli bir parçası haline geldiği açıkça görülmektedir. ABD seçimleri ve dünya üzerinde gerçekleşmiş pek çok seçim süreci incelendiğinde adayların ne olursa olsun sosyal medyaya önem verdikleri gözlenmektedir. Bu durum filtre baloncukları ve yankı odası gibi kavramları da gündeme getirmektedir. Bireyler sosyal medya üzerinden kendi bakış açılarına yönelik olarak izole edilmektedir. Eli Pariser'in (2011) literatüre kazandırdığı filtre balonu kavramı en sade tanımıyla, internette servis sağlayıcıların büyük veriyi kullanarak oluşturdukları algoritmalar sayesinde, kullanıcıların internette kurdukları her bağlantının kendileri için bir çerçeve oluşturmasıdır. Bir başka deyişle, ağ belirli bir kullanıcı için kendisini otomatik olarak adapte etmektedir. Örneğin, bir sosyal medya platformu olan Facebook'ta news feed sayesinde, kullanıcılar kendi yaptıkları paylaşım, beğeni ya da yorumların içeriklerine benzer içerikleri daha çok görmeye başlamaktadır. Bunun aksine, yine benzer şekilde kullanıcıların paylaşımları ile ilişkili olmayan içerikler ise bu görünmeyen balonun dışında kalmakta ve alt sıralara düşmektedir. Sonuç olarak bu durum kullanıcılara, sadece kendilerine benzer yaşam pratiklerine sahip kullanıcılar ile çevrimiçi iletişime geçme, bir başka deyişle, Sunstein'in (2009) kavramsallaştırdığı, tek taraflı bilgi akışına vurgu yapan yankı odalarına hapsedilme durumunu ortaya çıkarmaktadır. Kullanıcılara özel kişiselleştirilmiş sonuçlar, filtre balonları, sitelerde kullanılan çerezler sayesinde oluşmaktadır. Ortaya çıkan durum/atmosfer doğrudan post truth kavramı ile ilgilidir. Söz konusu durum siyasi bakış açısı kapsamında da önemli olmaktadır. Kutuplaşma ve duygusal yoğunlaşma düzeyi filtre balonu ve yankı odalarıyla etkilenebilmektedir. Bu durum, nesnel toplumsal olgularla birlikte sosyal medya kanallarında yapılan aktivitelerin içeriklerini de oldukça önemli bir hale getirmektedir.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırma, "Sosyal medyada siyasi liderlerin demokrasiye açık ve doğrudan bir müdahalesi var mıdır?", "Liderlerin kritik ve duygu yoğunluklu bir seçim anında kitlelerle iletişimi nasıldır?" sorularına cevap bulmak, seçim dönemlerinde başkan adaylarının kullandıkları dijital iletişim kanalları ve faaliyetlerini incelemek için tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini başkanlık seçimlerinde yarışan başkan adayları oluşturmaktadır. Amaçlı örneklem tekniklerinden siyasalca önemli olaylar örneklem tekniği (Patton, 1990, akt., Erdoğan, 2012;88) ile elde edilen, 2020 Amerikan Başkanlık Seçimleri'nde son turda yarışan başkan adayları olan Donald Trump ve Joe Biden'in kurumsal Twitter hesaplarında yapılan paylaşımlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Paralelinde yapılan gündem takibi ise tweetlerin içerik ve duygusal açılardan değerlendirilmelerini reel olaylara ve gelişim sürecine bağlamaktadır. Böylece içerikteki değişimler ve duygusal dalgalanmalar

onları etkileyen olaylar üzerinden görülebildiği gibi süreçteki bazı dönüm noktaları da tespit edilebilecektir. Çalışma bir anlam zemini ve çerçevesine oturtulmuş olacaktır. Bu da çalışmaya bağlamsal bir boyut ve değer katacak; söylemlerin salt teknik açıdan değerlendirilmesinin ötesinde daha geniş ve anlamlı değerlendirilebilmesinin önünü açacaktır.

Buradan hareketle araştırmanın zaman kesitini başkanlık seçimlerinin yapılmasından sonucun ilan edildiği tarihe kadar geçen süre olan 10.11.2020 ile 16.12.2020 tarih aralığı oluşturmaktadır. Amerika'da başkanlık seçimlerinde seçmenler ilk olarak sandıkta Seçiciler Kurulunu oluşturmakta 538 delegeyi belirlemek için eyaletlerde oy kullanmaktadır. Bir diğer deyişle, kullanılan oylarla doğrudan başkan değil, başkan ve başkan yardımcısını seçecek olan eyaletlerdeki seçiciler kurulu delegeleri belirlenmektedir. En fazla oyu alan parti, seçim öncesinde belirlenen delegeleri vasıtasıyla ülke başkanını seçmek için oy kullanır. Kurulun oylarının yarısından bir fazlası olan 270 delege oyunu alan aday, başkan olur (Özkuş, 2012). Amerika'nın 59. Başkanı'nın seçildiği 2020 Başkanlık Seçimi'nde Amerika'da seçmenlerin seçim günü olan 3 Kasım 2020 gününe kadar oylarını kullandığı ve seçim günü ülke genelinde oyların sayılmaya başlandığı görülmektedir. Kurallara göre oy pusulalarının her ABD eyaletinde 3 Kasım'a kadar posta damgası ile gönderilmesi gerekmektedir (Wolf & Mullery, 2020).

Ülke genelinde seçim döneminde yaşanan olayların zaman akışı incelendiğinde 1 ve 2 Kasım tarihlerinde başkanın destekçilerinin 'Trump Treni' kafileleri olarak ülke çapında birçok otoyol ve köprü boyunca trafiği engellediği görülmüştür (Collony, 2020). 3 Kasım günü Yargıç Sullivan, ABD Posta Servisi'ne, eksik, teslim edilmemiş veya postayla teslim edilmemiş oy pusulalarını bulmak için kilit eyaletlerdeki 12 bölgedeki posta tesislerinin derhal taranmasını emretmiş ancak ulusal posta servisi, bu yoğun seçim gününde bu emri takip edemeyeceğini ve bunun yerine önceden planlanan denetim programını yürüteceğini belirtmiştir (Pulver, 2020). 4 Kasım'da Trump, Beyaz Saray'daki destekçilere hitap etmiş ve hala sayılmayı bekleyen oy pusulalarına atıfta bulunarak, "Çok üzgün bir grup insan (kendisine oy veren seçmenler) haklarından mahrum edilmeye çalışılıyor ve biz buna katlanmayacağız. ABD Yüksek Mahkemesine gideceğiz, tüm oylama işlemlerinin durmasını istiyoruz, sabah 4: 00'te oy pusulası bulup listeye eklemelerini istemiyoruz. Bildiğim kadarıyla biz bunu zaten kazandık " demiştir (Singman, 2020). Trump ekibi öğleden sonra birden fazla sayım yerinde oy pusulalarını gözlemlemeleri için kendilerine 'anlamlı erişim' tanınana kadar oy sayımını durdurmak için Michigan'da dava açacaklarını, ayrıca sayılmış olan tüm oy pusulalarını gözden geçirmek istediklerini duyurmuşlardır (Samuels, 2020). Biden'ı yüzde 1'den daha az bir oranla takip ettikleri için Wisconsin'de yeniden sayım talep edilmiştir. Wisconsin yasalarına göre, herhangi bir aday, marj düşük ve sıkı olduğunda yeniden sayma talebinde bulunabilir (Bauer, 2020). Georgia'da bir Cumhuriyetçi, anket gözlemcisinin Chatham'da bir seçim görevlisinin geç gelen oy pusulalarını zamanında gelen oy pusulalarıyla birleştirmesine tanık olduklarına dayanan bir dava açmıştır (Durkee, 2020). Associated Press, Biden'ın Michigan ve Wisconsin'de galibiyet olduğu ve 264 seçim oyuna ulaştığını (2016'da Trump'tan Biden'a geçen iki eyalet daha), kazanmak için gerekli 270'e ulaşmak için geri kalan kilit eyaletlerden birine ihtiyacı olduğu anlamına gelen bir açıklamada bulunmuştur (Edmonds, 2020). 5 Kasım tarihinde gazetecilere konuşan Biden, seçmenleri sakın kalmaya davet etmiş ve "Demokrasi bazen karışıktır" demiştir (Welk, 2020). 7 Kasım'da Trump şahsen, Arizona Yüksek Mahkemesi'nde, Arizona, Maricopa'da oy pusulalarının uygunsuz bir şekilde reddedildiğini iddia eden bir dava açmıştır (Williams, 2020). 10 Kasım'da Nevada Yüksek Mahkemesi, Trump kampanyasının Nevada'nın seçim süreçlerine itiraz eden temyizini reddederek yanlış bir şey olduğuna dair hiçbir kanıt bulunmadığına karar vermiştir (Mills, 2020). 11 Kasım'da Georgia Eyalet Sekreteri Raffensperger resmi olarak Georgia eyaletinin el sayımını duyurmuştur (Axelrod, 2020). 12 Kasım'da Pennsylvania Eyalet Mahkemesi Trump lehine karar verdiğini açıklamıştır (Durke, 2020). 13 Kasım'da Michigan, Wayne County'deki Üçüncü Devre Mahkemesi, ilçenin oy onayını durdurmak isteyen, seçime hile karıştırıldığını iddia eden iki Cumhuriyetçinin dilekçesini reddetmiştir (Neidig, 2020). Bunun yanı sıra, Philadelphia'daki Common Pleas Mahkemesi, beş ayrı grup oylamaya itiraz eden beş Trump dilekçesini reddetmiştir (Seipel, 2020). 14 Kasım günü Trump, kampanyasının gözlemcilerinin sayım odalarına girmesine izin verilmediğini iddia ederek, Georgia sandık sayımını "zaman kaybı" olarak eleştirmiştir (Williams, 2020). Aynı gün Seçici Kurul üyeleri başkanlık için oy kullanmıştır (Ax, 2020). 15 Kasım günü Trump,

Dominion Oylama Sistemleri tarafından üretilen seçmen çizelgeleme makineleri tarafından kendisinin milyonlarca oyunun silindiğini veya Biden'a geçtiğini iddia eden sağ kanat grupların tuttuğu kanıtlanmamış bir komplo teorisine atıfta bulunarak Biden'ın "Seçim Hileli olduğu için kazandığını" belirtmiştir (Budryk, 2020). 16 Kasım'da Arizona Cumhuriyetçi Parti, yasal zorluklar devam ederken Maricopa İlçe yetkililerinin seçim sonuçlarını onaylamasını engellemek için bir dava açmıştır (Bowden, 2020). 17 Kasım'da Georgia Eyalet Sekreteri Raffensperger, Georgia'nın oylama makinelerinde yapılan bir denetimde tahrifata dair hiçbir kanıt bulunmadığını açıklamıştır (Williams, 2020). 18 Kasım'da Trump ekibi federal davasında Pennsylvania sonuçlarına ilişkin, Pennsylvania Yasama Meclisi'ne, Trump'a taahhüt edilen başkanlık seçmenlerini atama yetkisi verilmesi yönünde beyanatta bulunmuştur (Gerstein, 2020). 19 Kasım'da Maricopa İlçesi Yüksek Mahkemesi, Arizona'da Cumhuriyetçi Parti'nin ilçenin oy pusulalarının denetlenmesi için açtığı davayı reddetmiştir (Neidig, 2020b). 20 Kasım tarihinde Georgia eyaletindeki oy sayımı, Biden'ın 12.284 oyla Trump'ı geçmesi ile sonuçlanmıştır (Segers, Mitchell, Linton, 2020). 21 Kasım'da devlet yetkilileri sonuçları onaylamış olsa da Trump ekibi Georgia Eyaletinde yeniden sayım için başvuruda bulunmuştur (Byrnes, 2020). 22 Kasım tarihinde Dominion Oylama Sistemleri sözcüsü Fox News Sunday'de yaptığı bir açıklamada, şirketin oylama makinelerini savunmuş ve makinelerin bir adaydan diğerine oyları değiştirmesinin fiziksel olarak mümkün olmadığını söylemiştir (Budryk, 2020). 23 Kasım'da Michigan Eyalet Canvassers Kurulu eyaletin seçim sonuçlarını onaylamış ve resmi kazananın Biden olduğunu belirtmiştir (Chalfant, 2020). 24 Kasım'da Minnesota, Nevada ve Pennsylvania, her üç eyaletin kendi seçim sonuçlarında resmi kazananın Biden olduğunu açıklamıştır (Axelrod, 2020). 14 Aralık'ta Seçiciler Kurulunu oluşturan 538 delege seçmen, cumhurbaşkanı ve başkan yardımcısını seçmek için kendi eyalet başkentlerinde toplanmışlardır. Oylama sonunda Biden 306, Trump 232 oy almış (Hutzler, 2020) ve Seçim Kurulu, Başkan seçilen Joe Biden'ın zaferini resmileştirmiştir (Dünya, 2020). Buna ek olarak aynı gün William Barr, 23 Aralık'ta Başsavcılıktan istifa etmeyi planladığını açıklamıştır. (Chalfant, Sammuels, 2020). 16 Aralık tarihine gelindiğinde ise muhafazakâr medya kuruluşları, Biden'a seçilmiş başkan olarak atıfta bulunup bulunmaması konusunda ikiye bölünmüştür. Newsmax, Seçim Kurulunun oylamasını onurlandıracağını duyururken, One America Haber Ağı 6 Ocak'ta Kongre'nin ortak oturumuna kadar "hiçbir kesin kararın" olmayacağını söylemiştir (Easley, 2020).

Görüldüğü üzere çalışma için belirlenen zaman kesiti sahip olduğu genişlikle seçim öncesi olağan gündem ile gündemin hareketlendiği seçim öncesi yakın dönemi, seçim anını, hemen sonrasını ve Aralık'taki netleşen durumu kapsamıyla veri çeşitliliği sunmakta, kendi içinde içerik ve gündem farklılıkları taşımaktadır. Çalışma bu boyutlarıyla önem taşımaktadır. Ayrıca bu verilere uygulanan duygu analizi de liderlerin dönem içinde (varsa) değişen duygusal salınımlarını göstermeyi amaçlamaktadır. Üstelik 2020 ABD Başkanlık Seçimleri son 120 yılın en yüksek katılımlı seçimidir (Anadolu Ajansı, 2021), bu da liderler açısından olduğu gibi seçmenler açısından da duygusal yoğunluğun en yüksek düzeyde olabileceğini işaret etmektedir. Bunlar aynı zamanda çalışmanın özgünlüğünü ve önemini de belirten, yorumlamayı destekleyen diğer unsurlardır.

Niteliksel tasarımda oluşturulan araştırmada verilerin elde edilmesinde açık kaynaklı istatistiksel analiz programı olan RStudio kullanılmış, veriler veri madenciliği çalışması olan metin madenciliği tekniği ile incelenmiştir. Metin madenciliği çalışmalarının sosyal medya ayağında çalışmanın bütünü, metindeki, alfabetik sırayla, fikir, duygu ve özneliğin hesaplamalı işlenmesiyle ilgilenen çalışmaları kapsamaktadır. Bu tür çalışmalar, fikir madenciliği, duygu analizi olarak bilinir hale gelmiştir. Madencilik ve değer biçme çıkarımını gözden geçirme ifadeleri de kullanılmıştır ve hedeflerin bilgisayarların duyguları tanınmasını ve ifade etmesini sağlamayı içerdiği duygusal hesaplama ile bazı bağlantılar kurmaktır (Pang ve Lee, 2008). Literatürde duygu analizi altında geçen fikir madenciliği sosyal medya bilgisinin içeriğindeki fikrin anlambilimsel olarak gösterilmesi işlemidir (Şeker, 2016). Metin bir veri kaynağı olarak kabul edilmiş, metin üzerinden yapılandırılmış veri elde edilmesi amaçlanmıştır. Metin madenciliği, yeni bilgiler keşfetmek veya belirli araştırma sorularını yanıtlamaya yardımcı olmak için büyük belge koleksiyonlarını incelemeyi kapsamaktadır. Metin madenciliğinde, metinlerin sınıflandırılması, sınıf taneciklerinin üretilmesi, bölütlenmesi, metin özetleme, metinlerden konu çıkarılması, varlık ilişki modellemesi ve duygusal analiz gibi çalışmalar yapılmaktadır (Şeker,

2015). Çalışmada metin madenciliği yöntemi ile oluşturulan yapılandırılmış veri öncelikle içerik analizi yöntemi ile incelenmiş, bu bağlamda temaların ortaya çıkartılması için frekans analizi ile analiz edilmiş, daha sonrasında duyu analizi yöntemi ile paylaşımlardaki yaklaşımlar karşılaştırılarak incelenmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Donald Trump ve Joe Biden'ın Twitter hesaplarının incelenmesi, hesapların diğer kullanıcılarla nasıl iletişime girdiği, en çok hangi Tweetlerin beğenildiği, Retweet yapıldığı ya da ne zaman paylaşıldığı gibi etkileşimlerin görülebildiği bildirimler zaman akışı (userTimeline) ile yapılmıştır. Çalışmada R yazılım programı Twitter hesaplarından geriye dönük olarak en fazla 3200 tweet alınabilmesi mümkün olmaktadır. Program ile 10.11.2020 ile 16.12.2020 tarih aralığında Donald Trump ve Joe Biden'e ait toplam 9.121 paylaşımına erişilmiştir. Tablo 1 ve Tablo 2'de örnek Tweet'ler görülmektedir.

Tablo 1. Donald Trump'ın Twitter Hesabındaki 10.11.2020 Tarihli Paylaşımlarına Örnek

[1] "realDonaldTrump: Nevada is turning out to be a cesspool of Fake Votes. @mschlapp & @AdamLaxalt are finding things that, when release... https://t.co/uu5zbYINmv "
[[2]]
[1] "realDonaldTrump: https://t.co/FU5IncJ4VI "
[[3]]
[1] "realDonaldTrump: THANK YOU NEBRASKA! \n https://t.co/k9DWvZO10b "
[[4]]
[1] "realDonaldTrump: On my way to Nebraska, after a great evening in Wisconsin with hardworking American Patriots!... https://t.co/dXyblXF2bJ "
[[5]]
[1] "realDonaldTrump: Thank you WISCONSIN, get out and VOTE! Together, we are going to MAKE AMERICA GREAT AGAIN!! https://t.co/SGEsnCDbVH "
[1] "realDonaldTrump: Nevada is turning out to be a cesspool of Fake Votes. @mschlapp & @AdamLaxalt are finding things that, when release... https://t.co/uu5zbYINmv "

Tablo 2. Joe Biden'nin Twitter Hesabındaki 10.11.2020 Tarihli Paylaşımlarına Örnek

[[1]]
[1] "JoeBiden: I won't be president until January 20th, but my message today to everyone is this: wear a mask."
[[2]]
[1] "JoeBiden: The bottom line: I will spare no effort to turn this pandemic around."
[[3]]
[1] "JoeBiden: The challenge before us right now is still immense and growing, and so is the need for bold action to fight this pandemic."
[[4]]
[1] "JoeBiden: My COVID-19 Transition Advisory Board will advise on detailed plans built on a bedrock of science, and that keep co... https://t.co/i0e2Hlrhst "
[[5]]
[1] "JoeBiden: Today, I have named a COVID-19 Transition Advisory Board, comprised of distinguished public health experts, to help... https://t.co/q6091TQvee "

Çalışmanın devamında bulgular içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analizin frekans tablosu ve duyu analizi sonuçları karşılaştırılmıştır. Araştırmada öncelikle seçimden sonraki 14 gün boyunca yapılan paylaşımlar incelenmiştir. 14 gün gelişmelerin ve gelişmeler karşısında tarafların tepkilerinin izlenip fikir elde edilebilmesi için uygun uzunlukta bir zaman dilimidir. Tablo 3'te Donald Trump ve Joe Biden'ın Twitter hesaplarındaki 10.11.2020 ile 24.11.2020 tarihleri arasındaki paylaşımların frekans analizi sonuçları verilmektedir.

Tablo 3: 10.11.2020 ile 24.11.2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarda Frekansı 25'ten Fazla Olan Kelimler

Tarih	Donald Trump	Joe Biden
10.11.2020	Biden (42) Oy kullanmak (Vote) (27) Joe (25) Seçim (Election) (20)	Oy kullanmak (Vote) (94) Başkan (President) (65) Trump (55) Bugün (Today) (42)

	Teşekkür (Thank) (16)	Seçim (Election) (41)
11.11.2020 Georgia Eyalet Sekreteri Raffensperger resmi olarak Georgia eyaletinin el sayımını duyurmuştur.	Seçim (Election) (12) Büyük (Big) (8) Pusula (Ballot) (7)-Aşı (Vaccine) (7) Kazanmak (Win) (5)- İnsanlar (People) (5)- Oylar (Votes) (5)	Oy kullanmak (Vote) (89) Başkan (President) (69) Trump (62) Seçim (Election) (38) Gün (Day) (36)
12.11.2020 Pennsylvania Eyalet Mahkemesi Trump lehine karar verdiğini açıklamıştır	Oylar (Votes) (8) Seçim (Election) (5)- Büyük (Big) (5)- Kazanmak (Win) (5) Pennsylvania (4)- Pusula (Ballot) (4) McCabe (mccabe) (3)- Aşı (Vaccine) (3)- İnsanlar (People) (3)- Olmak (Happen) (3)- Trump (3)- Şikeli (Rigged) (3)	Oy kullanmak (Vote) (87) Başkan (President) (69) Trump (59) Seçim (Election) (37) Halk (Folks) (32)
13.11.2020 Michigan, Wayne County'deki Üçüncü Devre Mahkemesi, ilçenin oy onayını durdurmak isteyen, seçime hile karıştırıldığını iddia eden iki Cumhuriyetçinin dilekçesini reddetmiştir. Bunun yanı sıra, Philadelphia'daki Common Pleas Mahkemesi, beş ayrı grup oylamaya itiraz eden beş Trump dilekçesini reddetmiştir	Oylar (Votes) (8) Seçim (Election) (6)- Kazanmak (Win) (6) Büyük (Big) (5) Pennsylvania (4)- Şikeli (Rigged) (4) – Şimdi (Now) (4) Egemenlik (Dominion) (3)- Sistem (System) (3)- Olmak (Happen) (3) Oy kullanma (Voting) (3)	Oy kullanmak (Vote) (87) Başkan (President) (69) Trump (59) Seçim (Election) (37) Donald (36)
14.11.2020 Trump, kampanyasının gözlemcilerinin sayım odalarına girmesine izin verilmediğini iddia ederek, Georgia sandık sayımını "zaman kaybı" olarak eleştirmiştir. Aynı gün Seçici Kurul üyeleri başkanlık için oy kullanmıştır	Oylar (Votes) (6) Şimdi (Now) (4) Trump (4) Breitbart Haber Ağı (Breitbartnews) (3)- Pusula (Ballots) (3)- Harika (Great) (3)- Seçim (Election) (3)- Görmek (See) (3)- Büyük (Big) (3)- Egemenlik (Dominion) (3)- Yoluyla (Via) (3)	Oy kullanmak (Vote) (84) Başkan (President) (67) Trump (56) Seçim (Election) (40) Donald (36)
15.11.2020 Trump, Dominion Oylama Sistemleri tarafından üretilen seçmen çizelgeleme makineleri tarafından Trump'ın milyonlarca oyunun silindiğini veya Biden'a geçtiğini iddia eden sağ kanat grupların tuttuğu kanıtlanmamış bir komplo teorisine atıfta bulunarak Biden'ın "Seçim Hileli olduğu için kazandığını" belirtmiştir	Seçim (Election) (8) İnsanlar (People) (7) Şikeli (Rigged) (5)- Harika (Great) (5) Sahte (Fake) (4)- Şimdi (Now) (4)- Medya (Media) (4)- Haber (News) (4) – Kazanmak (Win) (4)- Geride Kalan (left) (4)- Radikal (Radical) (4)- Georgia (4) Teşekkür (Thank) (3)- Büyük (Big) (3)- Bugün (Today) (3)- Trump (3)- Cumhuriyetçi (Republican) (3)- Göstermek (Showing) (3)- İzin vermek (Let) (3)	Oy kullanmak (Vote) (81) Başkan (President) (66) Trump (56) Seçim (Election) (40) Donald (36)
16.11.2020 Arizona'da Cumhuriyetçi Parti, yasal zorluklar devam ederken Maricopa İlçe yetkililerinin seçim sonuçlarını onaylamasını	Seçim (Election) (10) Sahte (Fake) (7)- Medya (Media) (7)- Haber (News) (7) Harika (Great) (6) - İnsanlar (People) (6) İzin vermek (Let) (4) Büyük (Big) (3)- Bugün (Today) (3)- Trump (3)	Oy kullanmak (Vote) (81) Başkan (President) (66) Trump (56) Seçim (Election) (40) Halk (Folks) (33)

engellemek için bir dava açmıştır		
17.11.2020 Georgia Eyalet Sekreteri Raffensperger, Georgia'nın oylama makinelerinde yapılan bir denetimin tahrifata dair hiçbir kanıt bulmadığını açıklamıştır	Seçim (Election) (11) Sahte (Fake) (8)- Haber (News) (8)- Harika (Great) (8) Medya (Media) (7) Şikeli (Rigged) (6)- İnsanlar (People) (6) Şimdi (Now) (4) – İzin vermek (Let) (4)- Geride Kalan (Left) (4)- Radikal (Radical) (4)- Hiçbir şey (Nothing) (4)- (Kazandı (Won) (4)	Oy kullanmak (Vote) (76) Başkan (President) (66) Trump (51) Seçim (Election) (35) Gün (Day) (35)
18.11.2020 Trump ekibi federal davasında, Pennsylvania sonuçlarına ilişkin, Pennsylvania Yasama Meclisine, Trump'a taahhüt edilen başkanlık seçmenlerini atama yetkisi verilmesi yönünde beyanatta bulunmuştur	Oylar (Votes) (9) Seçim (Election) (7) Harika (Great) (6)- İnsanlar (People) (6) Georgia (5)- Michigan (5) Eyalet (County) (4)- İzin vermek (Let) (4)- Trump (4)	Oy kullanmak (Vote) (74) Başkan (President) (66) Trump (52) Seçim (Election) (39) Donald (36)
19.11.2020 Maricopa Yüksek Mahkemesi, Arizona için Cumhuriyetçi Parti'nin ilçenin oy pusulalarının denetlenmesi için açtığı davayı reddetmiştir	Oylar (Votes) (10) İnsanlar (People) (7) Seçim (Election) (6) Georgia (5)- Michigan (5)- Oy kullanan (Voter) (5)- Sahtekârlık (Fraud) (5) Harika (Great) (4)- Uzak (Far) (4)	Oy kullanmak (Vote) (70) Başkan (President) (65) Trump (53) Seçim (Election) (38) Donald (36)
20.11.2020 Georgia eyaletindeki oy sayımı, Biden'in 12.284 oyla Trump'ı geçmesi ile sonuçlanmıştır	Seçim (Election) (9) Sahtekârlık (Fraud) (5) – Harika (Great) (5) Oy kullanan (Voter) (4) Oylar (Votes) (3)- Georgia (3)- Bakmak (Look) (3)- Dava (Case) (3)	Oy kullanmak (Vote) (66)-Başkan (President) (66) Trump (56) Seçim (Election) (43) Bugün (Today) (39) Donald (37)
21.11.2020 Devlet yetkilileri sonuçları onaylamış olsa da, Trump tarafı Georgia Eyaletinde yeniden sayım için başvuruda bulunmuştur	Seçim (Election) (20) İnsanlar (People) (13) Oylar (Votes) (12) Harika (Great) (10) Sahtekârlık (Fraud) (9)- Georgia (9)- Michigan (9)	Başkan (President) (68) Oy kullanmak (Vote) (66) Trump (56) Seçim (Election) (42) Bugün (Today) (36)- Donald (36)
22.11.2020 Dominion Oylama Sistemleri sözcüsü Fox News Sunday'de yaptığı bir açıklamada, şirketin oylama makinelerini savunmuş ve makinelerin bir adaydan diğerine oyları değiştirmesinin fiziksel olarak mümkün olmadığını söylemiştir	Seçim (Election) (10) Sahtekârlık (Fraud) (8) Yoluyla (Via) (7) Harika (Great) (6)- Oy kullanan (Voter) (6) Haber (News) (5) - Georgia (5)	Başkan (President) (68) Oy kullanmak (Vote) (66) Trump (56) Seçim (Election) (42) Bugün (Today) (36)- Donald (36)
23.11.2020 Michigan Eyalet Canvassers Kurulu eyaletin seçim sonuçlarını onaylamış ve resmi kazananın Biden olduğunu belirtmiştir	Seçim (Election) (10) Sahtekârlık (Fraud) (7) Harika (Great) (6) Georgia (5)- Yüzlerce (Hundreds) (5) – Haber (News) (5)- Oylar (Votes) (5)- Oy kullanan (Voter) (5) Breitbart Haber Ağı (Breitbartnews) (4)- Sayılar (Numbers) (4)- İnsanlar (People) (4)- Dava (Case) (4)- Medya (Media) (4)- Gerçek (True) (4)-Teşekkür (Thank) (4)- One America News Network (Oann) (4) – Biden (4)- Yapılmış (Done) (4)- Binlerce (Thousands) (4)	Başkan (President) (70) Oy kullanmak (Vote) (61) Trump (56) Seçim (Election) (41) Gün (Day) (39)
24.11.2020	Seçim (Election) (8) Teşekkür (Thank) (6)	Başkan (President) (70) Oy kullanmak (Vote) (56)-Trump (56)

Minnesota, Nevada ve Pennsylvania, her üç eyalette de kendi seçim sonuçlarında resmi kazananın Biden olduğunu açıklamıştır	Harika (Great) (5)- Yapılmış (Done) (5)- Yüzlerce (Hundreds) (5) Sahtekârlık (Fraud) (4)- General Services Administration (Gsa) (4)- Breitbart Haber Ağı (Breitbartnews) (4)- Oylar (Votes) (4)- Haber (News) (4)- Gerçek (True) (4)- Biden (4)- Aldatmak (Hoax) (3)- Eyaletler (States) (3)- Dava (Case) (3)- Sahte (Fake) (3)- Never (3)- Medya (Media) (3)- Asla (Never) (3)- Chanel Rion (3)- One America News Network (Oann) (3) – Biden (3)- Bölüm (Part) (3)- Oy kullanmak (Vote) (3)- Egemenlik (Dominionizing) (3)- Binlerce (Thousands) (3)- Georgia (3)	Seçim (Election) (42)-Donald (42) Gün (Day) (35) İnsanlar (People) (33)
--	--	---

Donald Trump ve Joe Biden'in paylaşımları karşılaştırıldığında çok farklı sonuçlar elde edilmektedir. Joe Biden tweetlerinde, günlük çok az frekans farkıyla en çok 'Başkan', 'Oy kullanmak', 'Seçim', 'Trump', 'İnsanlar', 'Donald', 'Halk', 'Gün' ve 'Bugün' kelimelerini kullanmıştır. Ancak Donald Trump'ın tweetlerinde içeriğin günlük olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Trump 10.11.2020 ile 11.11.2020 tarihleri arasında en çok 'Biden', 'Oy kullanmak', 'Joe', 'Seçim', 'Teşekkür', 'Büyük', 'Pusula', 'Aşı' ve 'Kazanmak' kelimelerini kullanmıştır. Ancak 12.11.2020 tarihinden sonra tweetlerindeki en sık tekrar eden kelimelere bir önceki güne ek olarak yeni kelimelerin eklendiği görülmektedir. Araştırma bulgularında bundan sonrasında günlük olarak eklenen yeni kelimeler verilmiştir. 12 Kasım tarihinde 'Pennsylvania', 'McCabe', 'Trump' ve 'şikeli' kelimeleri de onun tweetlerinde en sık tekrar eden kelimeler arasında yer almıştır. 13 Kasım tarihinde tweetlerinde bir önceki güne ek olarak 'egemenlik', 'şimdi', 'sistem', 'olmak' ve 'oy kullanma' kelimelerini kullanmıştır. 14 Kasım tarihinde, 'Trump', 'Breitbart Haber Ağı', 'görmek', 'yoluyla' ve 'harika' kelimelerini kullanmıştır. 15 Kasım tarihinde 'sahte', 'medya', 'haber', 'geride kalan', 'radikal', 'Georgia' ve 'teşekkür' kelimeleri vardır. 15 Kasım'da 'cumhuriyetçi' ve 'izin vermek' kelimeleri eklenmiştir. 16 Kasım tarihinde önceki en sık kullanılan kelimelerin tekrar ettiği tespit edilmiştir. 17 Kasım'da 'hiçbir şey' kelimesi, 18 Kasım tarihinde 'Michigan', 19 Kasım'da 'uzak' ve 'sahtekârlık', 20 Kasım tarihinde 'dava', 'oy kullanan', ve 'bakmak' kelimeleri en sık kullanılanlar kelimeler arasında yer almaktadır. 21 ve 22 Kasım'da önceki en sık kullanılan kelimelerin tekrar ettiği görülmektedir. 23 Kasım'da yeni olarak 'yüzlerce', 'sayılar', 'gerçek', 'America News Network', 'binlerce', 'yapılmış' ve 'Biden' kelimeleri en sık kullanılan kelimeler arasında ilk defa yer almaktadır. 24 Kasım tarihinde 'General Services Administration', 'bölüm', 'eyaletler', 'asla', 'Chanel Rion' ve 'aldatmak' kelimeleri bulunmaktadır. Gündem ve bağlam olarak Trump açısından seçim sonuçlarının kötüye gitmesi ve itirazlarının çoğunun reddi bu zaman dilimindedir. Trump'ın mücadele süreci ve gündeminin yoğunluğu tweetlerine yansımaktadır. 10.11.2020 ve 24.11.2020 tarihleri arasındaki dönemde Trump'ın günlük olarak kullandığı kelimelerin birbiriyle benzerlik içerdiği ve genel olarak paylaşımların seçim, kazanma, oy kullanma ve (sahte, şikeli ifadeleri üzerinden) doğrudan sahtekârlık temaları çerçevesinde oluştuğu söylenebilir. Söz konusu durum Trump'ın seçmenlerini sahtekârlık söylemi üzerinden oylarına sahip çıkmaları amacıyla hareketlendirdiğini göstermektedir.

Öte yandan Trump'ın, ele alınan dönemdeki ilk gün ve son iki gün hariç rakibi Biden'dan bahsetmemesi ilginçtir; Trump neredeyse rakibini yok sayarken genel olarak süreç-yaşananlar ve olumsuz gelişmeleri konu etmektedir. Kendinden, birkaç defa ayrı bir şahıs gibi Trump diye bahsetmiştir. Bütün bu olumsuzlukların ve kullandığı olumsuz dilin dışında, sürekli ve çok kez "Harika", "Büyük" kelimelerini kullanması dikkat çekicidir. Şike, sahtekarlık vb. ifadelerle olumsuz gidişi nitelediği süreçte Trump; Biden'ın ismine söylemlerinde oldukça az yer vererek, seçim sürecinde neredeyse rakibi yokmuş gibi yalnız-mağdur-hakkını arayan-mücadeleci başkan imajı çizmektedir; üstelik "Harika" ve "büyük" Amerika yolunda engellenmekte olan, Amerika'nın büyüklüğü'nü istemeyenler tarafından. Bunu engelleyenler aynı zamanda ABD ve Cumhuriyetçi seçmenler için zımnen oldukça olumsuz konumlanmaktadır. Yalnız-mağdur-hak arayan-mücadeleci lider; olaylara ve öteki'ne yüklediği olumsuz anlamlarla vatansaver-koruyucu olarak da konumlanmakta olaylar ve söylemler üzerinden

tabanını konsolide etmekte, harekete geçirmeye çalışmaktadır. Biden'in ise aynı tarih aralığında günlük olarak oy kullanma, Trump, Donald ve başkan kelimelerini kullanmasıyla rakibinin eylem ve söylemlerine odaklandığı, bunları eleştirdiği, söyleminde sabit kaldığı görülmektedir. Trump da bir senaryo-kurguya dair izlere rastlanırken Biden'da buna rastlanılmamıştır. İçeriğe ilişkin bu tespit duygusal analiz sürecinde de yardımcı olacaktır.

Araştırmanın devamında Seçim Kurulu'nun, Başkan seçilen Joe Biden'ın zaferini 14.12.2020 tarihinde tamamen resmileştirmesinden sonraki iki gün olan 15.12.2020 ve tarihindeki paylaşımlar incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: 15.12.2020 ile 16.12.2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarda Frekansı 25'ten Fazla Olan Kelimler

15.12.2020 William Barr, 23 Aralık'ta Başsavcılıktan istifa etmeyi planladığını açıklamıştır	Seçim (Election) (9) Biden (6)- Georgia (6)- Court (Mahkeme) (6) Ülke (Country) (5)- Sahtekârlık (Fraud) (5)- Oylama (Voting) (5)- Sadece (Just) (5)- Eyaletler (States) (5)- İnsanlar (People) (5) Kazandı (Won) (4)- Birçok (Many) (4)- Oy kullanan (Voters) (4)- Aşı (Vaccine) (4)- Çekişmeli seçim bölgesi (Swing) (4)- Brian Kemp (4)- Şimdi (Now) (4)- Üst (Supreme) (4) Etkileyici derecede çok büyük (Tremendous) (3)- Oy kullanan (Voter) (3)- Makineler (Machines) (3)- Michigan (3) – Haber (News) (3)- Avukat (Attorney) (3)- Savcı (General) (3) –William Barr (Bill) (3) – Dünya (World) (3)- Durdurmak (Stop) (3)- Vali (Governor) (3)- Demokratlar (Democrats) (3)- İmza (Signature) (3)- Soruşturma (Verification) (3)- Almak (Get) (3)- iyi (Well) (3)- Yıllar (Years) (3)- İstemek (Want) (3)- İki (two) (3)- Bilmek (Know) (3)- Joe (3)- Cesaret (Courage) (3)- Akıl (Wisdom) (3)	Oy kullanmak (Vote) (57) Başkan (President) (49) Trump (43) Bugün (Today) (42) Halk (Folks) (33)
16.12.2020 Muhafazakâr medya kuruluşları, Biden'a seçilmiş başkan olarak atıfta bulunup bulunmaması konusunda ikiye bölünmüştür. Newsmax, Seçim Kurulunun oylamasını onurlandıracağını duyururken, One America Haber Ağı 6 Ocak'ta Kongre'nin ortak oturumuna kadar "hiçbir kesin kararın" olmayacağını söylemiştir	Seçim (Election) (20) Kazandı (Won) (11) Sahtekârlık (Fraud) (8)- Eyaletler (States) (8)- Harika (Great) (8) Aşı (Vaccine) (7)- Ülke (Country) (7)- Biden (7) Oy kullananlar (Voters) (6)	Oy kullanmak (Vote) (56) Başkan (President) (46) Bugün (Today) (39) Trump (33) İnsanlar (People) (33)

Bulgular incelendiğinde, önceki bulgulara paralel şekilde, Trump ve Biden'ın Twitter paylaşımlarında farklı özellik ve yoğunlukta içeriklere yer verdiği görülmektedir. Biden'ın paylaşımlarında her iki günde de en çok 'oy kullanmak', 'başkan', 'Trump', 'bugün' 'halk' ve 'insanlar' kelimelerini kullandığı görülmektedir. Trump'ın paylaşımları ise farklılık göstermektedir. Trump'ın 15 Kasım tarihli paylaşımlarında 'seçim', 'Biden', 'Georgia', 'mahkeme', 'ülke', 'sahtekârlık', 'oylama', 'sadece', 'eyaletler', 'insanlar', 'kazandı', 'birçok', 'oy kullanan', 'aşı', 'çekişmeli seçim bölgesi', 'Brian Kemp', 'şimdi' 'üst (mahkeme)', 'etkileyici derecede çok büyük', 'oy kullanan', 'makineler', 'Michigan', 'haber', 'avukat', 'savcı', 'William Barr', 'dünya', 'durdurmak', 'vali', 'demokratlar', 'imza', 'soruşturma', 'almak', 'iyi', 'yıllar', 'istemek', 'iki', 'bilmek', 'Joe', 'cesaret' ve 'akıl' kelimeleri en sık kullanılan kelimeler olarak bulunmuştur. 16 Kasım tarihindeki paylaşımlarında ise 'seçim', 'kazandı', 'sahtekârlık', 'eyaletler', 'harika', 'aşı', 'ülke', Biden' ve 'oy kullananlar' kelimeleri en sık kullanılan kelimeler olarak öne çıkmaktadır. 15.12.2020 ve 16.12.2020 tarihlerindeki bulgular incelendiğinde

Trump'ın benzer temalarla hareket ettiği (seçim, kazanma, oy kullanma ve sahtekârlık), bununla birlikte sahtekarlık iddialarını ileri boyuta taşımak için mahkeme, soruşturma vb. ifadelere vurgu yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla 10.11.2020 ve 24.11.2020 tarihleri ve 15.12.2020 ve 16.12.2020 tarihleri arasında Trump'ın stratejisinin aynı doğrultuda olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Biden'ın da 15.12.2020 ve 16.12.2020 arasında 10.11.2020 ve 24.11.2020 arasında olduğu gibi oy kullanma, Trump ve başkan vurgularının devam ettiği, tarihsel perspektifte gerçekleşen olaylara rağmen stratejisini koruduğu görülmektedir. Bu çerçevede her iki adayın da bilinçli olarak tutumlarını sürdürdüğü söylenebilir.

Bu çerçevede en sık kullanılan kelimeler göz önüne alındığında belirli kelimelerin özellikle öne çıktığı ve adaylar tarafından tekrar edildiği görülmektedir. Adayların kullandığı yüzlerce sayıdaki kelimenin en belirginlerini tespit etmek üzere kelimeler elli frekans ile sınırlandırıldığında karşımıza aşağıdaki Tablo 5 çıkmaktadır.

Tablo 5: Elli Frekansın Üzerinde Kullanılan Kelimeler

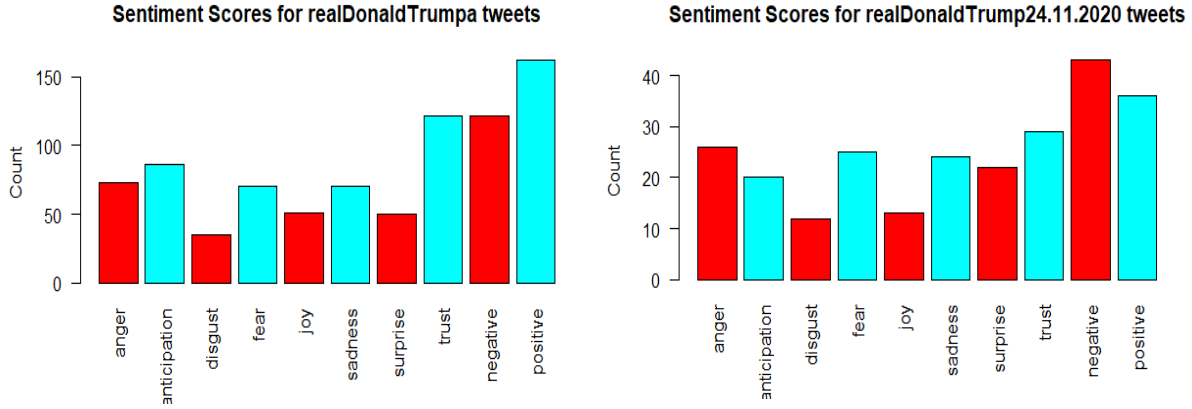
<i>Trump</i>		<i>Biden</i>	
<i>Kelime</i>	<i>Frekans</i>	<i>Kelime</i>	<i>Frekans</i>
Seçim (Election)	173	Oy kullanmak (Vote)	1251
Harika (Great)	77	Başkan (President)	1105
Oylama/oylar (Voting/votes)	71	Trump	915
Oy kullanan(lar)/oy kullanma(k) vb. (Voters-ing)	66	Seçim (Election)	595
Biden	64	Donald	331
Sahtekarlık (Fraud)	63	Bugün (Today)	234
İnsanlar (People)	62	Gün (Day)	145
		Halk (Folks)	98
		İnsanlar (People)	66

Tablo 5 göz önüne alındığında iki adayın benzer temalara değindiği gibi birbirlerinden farklılaştıkları da görülmektedir. Söz konusu düşünce çerçevesinde “seçim”, “oy” ve “insan” vurgusunun her iki aday için de ortak bir kullanım olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte Trump'ın özellikle “sahtekârlık” konusu üzerinden seçmenlere seslendiği, Biden'ın ise “bugün ve “gün” gibi kelimelerle farklı yönde bir vurgu yaptığı görülmektedir. Tüm bunlara ek olarak adayların isimlerinin karşı tarafça kullanımının frekans miktarları göz önüne alındığında her iki adayın da açık bir şekilde birbirine karşı hitap etmeye yöneldikleri, yalnız miktarın Trump'ta daha az olduğu görülmekte, bu hitap biçimini seçmenleri nezdinde etki etme aracı olarak kullandıkları düşünülebilmektedir.

Seçim gündemini oluşturan unsurların, frekansı alınan kelimelerle zaman dizgesi üzerinde aktarılmaya çalışıldığı bu araştırmada, aynı dizge üzerinde duygusal salınımlar da tespit edilmeye çalışılmakta, frekansla gündemin getirdiği duygu arasında bir yorum alanının yaratılmasına çalışılmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde verilerden elde edilen duygu analizi bulguları verilmektedir. Duygu, temelde bir metnin veya belgenin motivasyonel yapısına etki etmekte, metnin okuyucu üzerinde sahip olduğu duygusal etkiyi sunmakta; yazarın konu hakkındaki tutumunu da gösterebilmektedir. Olumlu kelimelerin veya cümlelerin kendilerine eklenmiş olumlu duyguları vardır. Örneğin, bazı metinler mutluluk, coşku, nezaket ve benzeri ifadeler gösterdiğinde, genellikle olumlu bir duyguya sahip olarak sınıflandırılırlar. Benzer şekilde, olumsuz cümlelere olumsuz bir duygu eklenir. Bazı metinlerde üzüntü, nefret, şiddet, ayrımcılık gibi ifadeler geçmekte, bunlar ise olumsuz bir duygu ifadesi olarak sınıflandırılmaktadır.

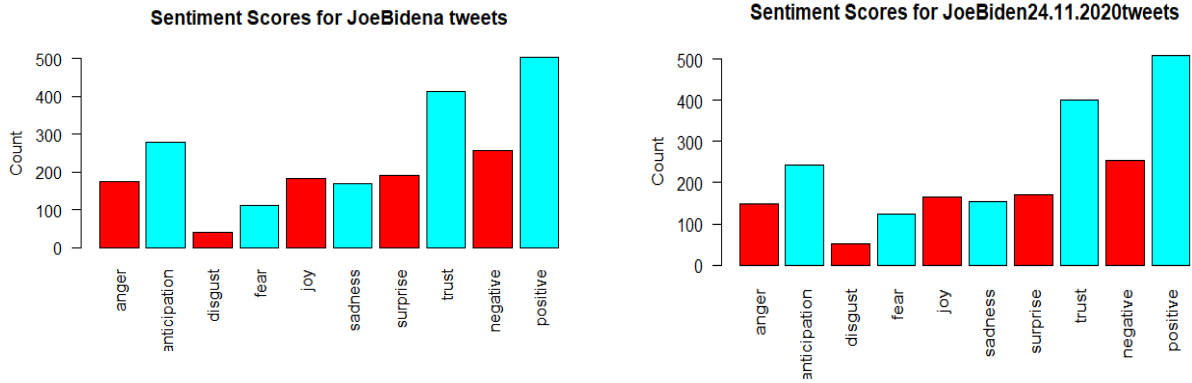
Kullanılan RStudio programındaki duygu analizi paketi, *syuzhet v1.0.6* (RDocumentation, 2021), metinden duygu ve duygu temelli olay örgüsünün çıkarılmasını sağlayan bir R paketidir. Paket, ifadelerdeki olumlu ve olumsuz duyguların yanı sıra, farklı duyguların analizini de sunmaktadır. R Paketinde var olan duygu ifadeleri sırasıyla Anger=Kızgınlık; Anticipation=Beklenti; Disgust=Tiksinti; Fear=Korku; Joy=Neşe; Sadness=Üzüntü; Surprise=Şaşırma; Trust=Güven; Negative=Olumsuz;

Positive=Olumlu olarak araştırmacılar tarafından Türkçeye evrilmiştir. Bu çalışmada incelenen tweetlerde sadece olumlu ve olumsuz duygular ele alınacaktır. İçgörünün kolay anlaşılabilmesi için elde edilen sonuçlar grafik şeklinde sunulmuştur. Duygu analizi, sayfa sınırlılığında ötürü ele alınan sürecin Kasım ayı içindeki başı ve sonu ile Aralık'ta oylama sonucu ile ilgili zaman olmak üzere grafik olarak sınırlı sayıda gün üzerinden gösterilmekte fakat sürecin tamamı ana hatlarıyla metin içinde aktarılmaktadır.



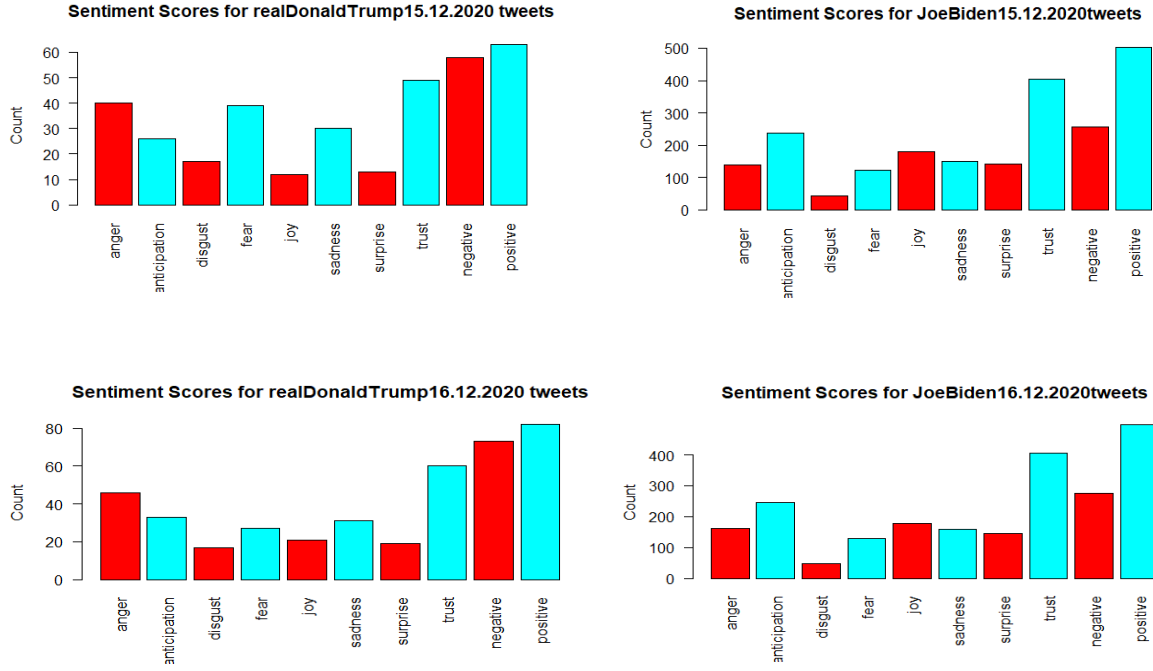
şekil 3: Donald Trump'ın 10.11.2020 ve 24.11.2020 Tarihlerinde Yaptığı Twitter Paylaşımının Duygu Analizi

Donald Trump'ın Twitter paylaşımını duygu analizi açısından incelendiğinde, ifadelerdeki duyguların değişkenlik gösterdiği görülmektedir. 10 ila 12 Kasım tarihleri arasında paylaşımlarda ifadelerin olumlu, 13.11.2020 tarihinde olumsuz, 14, 15 ve 16 Kasım tarihlerinde olumlu, 17 ve 18 tarihlerinde olumsuz, 19 Kasım'da olumlu, 20 Kasım'da hem olumlu hem olumsuz, 21 ila 24 Kasım tarihleri arasında ise olumsuz ifadeler içerdiği tespit edilmiştir. Paylaşımlar göz önüne alındığında, Trump'ın semenleriyle olan iletişiminde, gündemin içeriğine göre değişen duygu değişimleri gösterdiği tespit edilmiştir.



şekil 4: Joe Biden'in 10.11.2020 ve 24.11.2020 Tarihlerinde Yaptığı Twitter Paylaşımının Duygu Analizi

Joe Biden'ın Twitter paylaşımının duygu analizi incelendiğinde, ifadelerdeki duyguların değişkenlik göstermediği görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı 10 ila 24 Kasım tarihleri arasında yapılan paylaşımların olumlu ifade içerdiği bulunmuştur. Biden'ın paylaşımları incelendiğinde, seçim kaosunun yaşandığı dönem olan seçimden sonraki iki hafta boyunca istikrarlı bir biçimde seçmenle olan iletişiminde olumlu duygu içeren paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür.



Şekil 5: Donald Trump ve Joe Biden'in 15.12.2020 ve 16.12.2020 Yaptıkları Twitter Paylaşımalarının Duygu Analizi

Joe Biden'in Seçici Kurul tarafından Amerika Birleşik Devletleri 59. Başkanı olarak delegelere seçilmesinden sonraki iki günde, diğer bir ifadeyle 15 ve 16 Aralık tarihlerinde Donald Trump ve Joe Biden'in Twitter hesaplarındaki paylaşımlar incelendiğinde, her ikisinin de en çok olumlu duygu başlığında paylaşımlara sahip olduğu bulunmuştur. Bu tweetlere olumlu/olumsuz olarak bakmak önemli olsa da tek başına yeterli olmamaktadır. Ele alınan tweetler daha ayrıntılı incelendiğinde tespit edilen başat duygunun altında birçok farklı veya olumsuz duygu görmek mümkündür ki Trump buna iyi bir örnektir. Bu gözlemi gündem akışı ve içerik analizinden gelen tespitlerle birlikte değerlendirmek daha bütüncül ve tutarlı bir bakış açısı sunacaktır. Sürecin öncesi, sırasını ifade eden ve sonuç ilan anını ifade eden zaman kesitinin sınır günleri bu açıdan incelenecek, kırılmalar bu anlamlı tarihler bağlamında görülebilecektir.

Sırasıyla 10.11.2021, 24.11.2021 ile 15.12.2021, 16.12.2021 tarihli tweetlere bakıldığında Trump'ta olumsuzluğun da en yüksek ikinci duygu olarak başlangıca göre yükseldiği görülmüştür. Güven de en yüksek ve istikrarlı üçüncü sıradaki duygudur. Durum; liderliğiyle olumlu, gündem ile olumsuz fakat güveni (seçmen motivasyonunu) yüksek tutan bir profili işaret etmektedir. Şaşırma duygusu ise 24 Kasım'da yükselmiş Aralık'ta iyice düşmüştür; şu hâlde durum netleşmektedir. Üzüntü, zamanla yükselmiş fakat çok yüksek olmayan bir düzeyde sabitlenmiş görülmektedir. Neşe de zamanla biraz yükselmiş son gün alt seviyeye inmiştir. Korku ve kızgınlık zamanla birlikte yükselmiş ve Aralık'ta son gün yine oldukça yüksek bir düzeyde görülmüştür. Beklenti zamanla düşmüş, tiksinti çok yüksek olmayan bir düzeyde istikrara kavuşmuştur. Trump'ta olumluluk, olumsuzluk, güvenin hep en başta ve en yüksek düzeylerde gittiği; beklentiyle kızgınlığın yer değiştirdiği, korku ve üzüntünün ikincil ve sürekli bir duygu olarak buna eşlik ettiği; şaşırma, neşe ve iğrenmenin ise en düşük düzeylerde bulunduğu tespit edilmiştir. İçerik analizinde belirlendiği haliyle, olaylara ve öteki'ne yüklediği olumsuz anlamlarla vatansever-koruyucu olarak yalnız-mağdur-kitlesiyle birlikte-hak arayan-mücadeleci şeklinde konumlanan bir lider olarak Trump; olaylar ve söylemler üzerinden tabanını bu duygusal yoğunluklar üzerinden konsolide etmekte, harekete geçirmektedir. Lider (Trump) bu tabloda olumlu ve güven verendir ve olumsuzlukların karşısında kızgın ve üzgündür. Üzgünlük içe dönük ve yalnızlaş(tr)maya yönelik bir duyguyken, lider ve onun mağduriyetiyle olaylar bağlamında

birleşilmekte, engellenmişlik ve kızgınlık ile ise öteki'ne (engelleyenlere) karşı hareket motivasyonu ortaya çıkartılmaktadır. Sürece bakıldığında Trump'ın, doğrudan duygu temelli, kitleleri harekete geçirmek üzere bir akış/kurgu içinde hareket ettiği görülmektedir; bu durum kitlesiyle etkileşimini kendi varlığında seçim sonrasında da taşımaktadır. Söylemlerin planlanmış gerçekler/olay/etkinlikler vb. üzerinden reel toplumsal bağlamlara sahip olduğu görülmüştür. Onun bu imaj şemsiyesi altında yüksek düzeyde olumsuz birçok duyguyu da içeren bir şekilde süreci götürmesi olaylara bakıldığında normaldir; zira sonuna kadar liderlik etmektedir. Buralarda seçim sürecinde Trump'ın sadece seçim kazanmak gibi bir amacı olmadığına, paralel ikinci bir gündemi olduğuna, kendisiyle birlikte seçim sonrasında da taşacak şekilde kendisini kitlelerle birlikte duygusal olarak konumladığına dair işaretler görmek de mümkündür. Nitekim seçim sonrası eylemleri bunu göstermektedir, söylemlerin bir hedef veya amaca yönelik olarak tasarlandığını işaret eden durum, seçim dışı daha uzun vadeli paralel gündem (Trump liderliğinin devamı) tespitine uygun düşmektedir. Sosyal medyadaki etkileşim mücadeleci lider-eylemci kitle ile birlikte aynı anda gerçek hayatın içindedir; müdahale doğrudandır. Trump'ın söylem üzerinden kurduğu bağ ve çıkışı; o ve kitlesi açısından öteki'ni ifade eden rakibin, rakibinin siyasi iktidarının (Biden ve Demokratların) meşruiyetini sorgulamaya/sorgulatmaya dönük gözükmektedir

Biden'a bakıldığında ise olumluluk, güven ve beklentinin sırasıyla en yüksek duygular olduğu görülmektedir. Seçime odaklanmış ve sabitlenmiş kararlı-istikrarlı söyleminde olumsuzluk Biden için sonra gelen bir duygu olmuştur. Neşe, üzüntü, kızgınlık ve şaşırma Biden için daha düşük düzeyde ve birlikte istikrarlı seyreden duygularken, korku az, tiksinti ise en az görülen duygular olmuştur. Bunlara bakıldığında onun doğrudan Trump ve seçime odaklı bir gündeme odaklandığını, daha tecrübeli ve soğukkanlı bir politikacı olduğunu düşünmek mümkündür. Olayların ve koşulların kendi aleyhine fazla gelişmemiş olması da dikkate alınmalıdır; Biden'da önemli duygusal salınımlara rastlanmamıştır. Genel olarak bakıldığında 2020 ABD Başkanlık Seçimleri'nin duygusal salınımları yüksek- kendini duygusal olarak da konumlamış, kitlesiyle o şekilde etkileşime geçen bir lider (Trump) ile odaklanmış-soğukkanlı görünen, kitlesiyle bu şekilde etkileşime geçen bir lider arasında geçtiği görülmektedir.

SONUÇ

Demokrasinin merkezinde bulunan seçimler ve oy verme işlemi iktidarı belirlemede en önemli ve en kritik noktada bulunmaktadır. Bu durum ise oy verecek/belirleyici konumda olan vatandaş iletişimde ulaşılması gereken temel hedef haline getirmiş, kamuoyuna yönelik farklı söylem tarzlarının geliş(tiril)mesine yol açmıştır. Toplumsal yapı ve lider açısından rasyonellik, duygusallık, otoriterlik, demokratlık vb. bireysel özellikler lider-toplum etkileşiminin oluşmasında temel rol oynamaktadır ve politik söylemler bu bağlamlar açısından da şekillenmektedir. Medya bu etkileşimin sağlandığı imkanları sunmaktadır. Sosyal medya ise bu noktada anlık-doğrudanlık ve filtresizlik yönü ile lider-kitle etkileşimine oldukça uygun bir ortamdır. Çalışmada bu ilişkileri görmek üzere verimli bir örneğin (2020 ABD Başkanlık Seçimleri) ve sürecin merkeze alınmasının, gündem takibatına bağlı bir içerik ve duygu analizinin yöntem olarak kullanılmasının seçim ortamını anlamlandırmak için yararlı bir sistem oluşturduğu görülmüştür. Gerçekliğin yerine duygusal ve bireysel anlamlandırmaların geçmeye başladığını, bunun hayata ve siyasete de etki ettiğini ifade etmek için kullanılabilen post truth kavramına uygun eylemli-duygusal bir etkileşimin özellikle Trump ve taraftarları arasında bulunduğu görülmüştür. Filtresiz bir ortam olan Twitter üzerinden takibin ise bunlar arasındaki etkileşimi doğrudan gözlemlemek açısından önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkileri takip etmenin, gündemin; liderlerin tutum, davranış ve söylemlerini belirlediği/etkilediği olgusunu gösterebildiği, bunun kitlelerle iletişimin içeriği ile duygusal anlamına etkisini gösterebildiği ortaya çıkmıştır. Tutum, fikir, davranış, eylem (kimi zaman da Trump'ın paralel amacı gibi art amaçlar) gündem kaynaklıdır; ondan etkilenmiştir. İletişim açısından farklı liderlerin sürece ve gündeme farklı bakıp hareket etmekte olduğu, mecrayı farklı şekilde kullandığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sorularının cevapları bulunmuştur. Siyasi liderin demokrasiye açık ve doğrudan etkisi vardır. Araştırma kapsamında bütünün sadece bir kısmı olan, alınabilen 9121 tweet (tweet sayısı) dahi olağanüstü bir mesaj-etkileşim ve tepkisellik üretiminin bir ifadesidir. Duygusallık; bu yoğun, anlık-filtresiz ve doğrudan ortamın etkileşimliliğinde gözlemlenmesi kolay haldedir. Lider ve kitlelerin duygu temelli hareket edebildikleri, bunu eyleme çevirdikleri anda demokrasiye müdahale edebildikleri görülmüştür. Sadece seçimlerin değil, demokrasi, seçim vb.

kurumların tartışıldığı sosyal medya ve yeni toplumsal yapı, bu kavramları seçim sürecinin (kritik an) ötesinde hayatın içine taşıyabilmektedir; bu da post truth kavramına uygun bir atmosferi olgusal olarak göstermektedir. Sosyal medya bağlantılı böyle bir anlayışın seçimler üzerinde sürekli baskı kurma vasıtasına dönüşebileceği olasılığı görülmüş, siyasal liderliğin iktidarda olmasa dahi kendi evrenini tasarlayabileceği bir alan sunmasının mümkün olduğuna dair işaretler tespit edilmiştir. Tespit ve takip edilebilen bu hattın, Trump'ın veya kitlelere benzer bir şekilde hitap edebilecek bir başka liderin kendisi tarafından bizzat kullanılabilmesi ya da bir liderin önünü açmak isteyen güç ve kitlelerce de kullanılması/oluşturulması mümkündür. Bütün bunlar Trump'ın ilk bölümde aktarılan, demokrasinin temel işlevlerinden olan seçimlerin siyasal meşruiyet kazandırma işlevi ile hoşgörü ve uzlaştırma işlevini bozarak kendine seçimlerin ötesinde (seçimleri de kapsayacak şekilde) çatışmalı bir alan açtığını işaret etmiştir. Bu alanı bir lider olarak kendini inşa etmesi sürecine paralel götürmekte olduğu izlenimi alınmıştır; Trump toplamda bu şekilde demokratik yapının çerçevesini söylem ve eylemleriyle zorlar görünmektedir; seçimi kaybetse de kritik ve duyu yoğunluklu tarihsel anlarda duygusal söylemli eylemli liderlerin etkili olabileceği görülmüştür. Trump'ın, sosyal medya ve reel hayatın simbiyotik ilişkisi bağlamında siyasal hayat ve siyasal iletişim açısından bir külte dönüşme potansiyeli taşıdığı görülmüştür. İnternet ve sosyal medyanın alternatif bir meca olarak kullanımının kimilerine göre tatsız, beklenmedik ve yeni bir kullanım pratiğinin daha görülmüş olması, bu yeni ortamın her zaman iyiye dönük işlemeyeceğine ilişkin tartışmalara katkıda bulunacaktır. Demokrasinin dinamik-mücadeleli bir yapı ve sürece evrildiği görülürken siyasi iktidarın temelinde yer alan hukukilik-kanunilik ve meşruiyet ölçütlerinin birbiriyle çatış(tırıl)maya başladığı görülmektedir. Demokrasi açısından seçimlerin dört temel işlevi olan temsil, meşruiyet, katılım, hoşgörü ve uzlaştırma işlevlerinin de çatışmalı hale gelebileceği, bunun demokrasiyi deforme edebileceği görülmüştür. Bu deformasyon demokrasinin ya yeniçağa uyum sancısı çektiğini ya toplumların (2020 ABD'si) bir geçiş süreci yaşadığını ya da ikisinin birden yaşandığını işaret etmektedir. Sosyal medyada lider-kitle, kutuplaşma gibi unsurların takibi kendi sınırlılığında tespitler yapmak açısından önemlidir; fakat hayatın kapsayıcılığı, içinde tespitlerin daha sağlıklı değerlendirilebileceği bütün'ü-çerçeveyi vermektedir. Burada da ABD iç siyasetindeki konular, dinamikler, seçmen yapısındaki talep ve farklılıklar gibi unsurlar esas zemini ve çerçeveyi çizmiştir. Çalışmada ABD'deki somut iç sorunlar, somut gündem, aslında uzun zamandır sisteme inançsızlığın bir işareti olan düşük seçime katılım oranları, son 120 yılın en yüksek katılımlı seçimi olmasına rağmen hala seçmenin üçte birinin sistem dışında kalması/oy vermemesi, eleştirelilik, değişmekte olan ABD toplumsal yapısı, bekleyen harekete geçen toplumsal talepler vb. unsurların varlığı çerçeveyi çizirken demokrasiye lider müdahalesinin somut toplumsal hayat, dinamik ve beklentilerle sınırlandırılabilirliğini göstermiştir; Trump kaybetmiştir, liderin kurduğu çerçevenin kazanmak için yeterli olmayabileceği görülmüştür. Şu da var ki, bu; durum, süreç veya örneklerle post truth kavramı üzerinden bakmanın da tam olarak mümkün olmadığını göstermiştir; kavram gereklidir fakat yeterli değildir. Zira hayat ve gerçek, görülenden-algılanandan daha büyüktür; olgular ise gerçeğin bir parçasıdır. Gerçek ile hakikat ise bir madalyonun iki yüzü gibi olduğundan çalışmada post truth kavramı Türkçeleştirilmeden kullanılmıştır.

KAYNAKÇA

Aliefendioğlu, Y. (2005). Temsili Demokrasinin “Seçim” Ayağı, *TBB Dergisi*, 60: 71-96

Anadolu Ajansı. (2021). ABD'de başkanlık seçimine son 120 yılın en fazla katılımı gerçekleşti. Erişim Tarihi: 07.03.2021, <https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanlik-secimleri-2020/abdde-baskanlik-secimine-son-120-yilin-en-fazla-katilimi-gerceklesti/2032338>

Atkinson, C. L. (2019). *Semiotic Analysis and Public Policy Connecting Theory and Practice*, New York: Routledge

Ax, J. (2020). ‘The 2020 U.S. presidential election calendar: Day by day’. Reuters. Erişim Tarihi: 07.03.2021, <https://www.reuters.com/article/us-usa-election-timeline-idUSKBN25Y1HI>

Axelrod, T. (2020). Georgia secretary of state announces hand recount of presidential race. The Erişim Tarihi: 11.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/525476-georgia-secretary-of-state-announces-hand-recount>

Axelrod, T. (2020). Minnesota certifies Biden victory. Erişim Tarihi: 24.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/527482-minnesota-certifies-biden-victory>

Barber, M. ve McCarty, N. (2015). *Causes and Consequences of Polarization*, Publisher: Cambridge University Press

Bauer, S. (2020). Biden narrowly wins Wisconsin; Trump to call for a recount. Erişim Tarihi: 05.11.2020, <https://www.startribune.com/biden-trump-locked-in-tight-race-in-wisconsin/572968382/>

BBC (2018). Cambridge Analytica-linked firm 'boasted of poll interference'. Erişim Tarihi: 28.03.2021, <https://www.bbc.com/news/uk-43528219>

Budryk, Z. (2020). Dominion spokesman: 'It is not physically possible for our machines to switch votes from one candidate to the other. Erişim Tarihi: 22.11.2020, <https://thehill.com/policy/technology/527086-dominion-spokesman-it-is-not-physically-possible-for-our-machines-to-switch>

Budryk, Z. (2020). Trump walks back tweet saying Biden 'won' election. Erişim Tarihi: 15.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/526027-trump-says-biden-won-while-promoting-election-conspiracy-theories>

Bowden, J.(2020). Arizona GOP seeks to temporarily bar Maricopa Co. from certifying election results. Erişim Tarihi: 16.11.2020, <https://thehill.com/homenews/state-watch/526448-arizona-gop-seeks-to-temporarily-bar-maricopa-co-from-certifying>

Byrnes, J. (2020). Trump campaign files for new recount in Georgia. Erişim Tarihi: 21.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/527051-trump-campaign-files-for-new-recount-in-georgia>

Caitlin. O. (2019). Trump Tells Intel Chiefs to 'go Back to School' after They Break with Him. Erişim Tarihi: 23.03.2021, <https://www.politico.com/story/2019/01/30/trump-national-security-1136433?cid=apn>

Cambridge (t.y). Elcetion. Erişim Tarihi 23.03.2021, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/election>

Candan, K., Solak, M., Bilgin, M. (2020). *Dünyada Seçim Sistemleri*, Ankara: TBMM Araştırma Hizmetleri Başkanlığı Yayınları

Chalfant, M. (2020). Michigan certifies Biden victory in another blow to Trump. Erişim Tarihi: 23.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/527255-michigan-election-board-certifies-biden-win>

Chalfant, M.; Samuels, B. (2020). Barr to step down as attorney general, erişim Tarihi: 14.12.2020, <https://thehill.com/homenews/administration/530179-barr-to-step-down-as-attorney-general>

Collins (t.y). Election, Erişim Tarihi 23.03.2021, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/election>

Collony, G. (2020). Trump trains' block highways and bridges from New York to Colorado as 2020 election approaches. Erişim Tarihi: 02.11.2020, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-election-2020/trump-train-maga-colorado-us-2020-election-biden-b1515257.html>

Confessore, N. (2018). Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. Erişim Tarihi: 28.03.2021, <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>

- Coşgun, M. (2021). Post-Truth: Hegemony'nın Yeni İdeolojik Aygıtı, *Akademik Hassasiyetler*, 8(15): 67-82
- Cummings (2020). Polarization in U.S. politics starts with weak political parties, Erişim Tarihi: 03.05.2021, <https://news.yale.edu/2020/11/17/polarization-us-politics-starts-weak-political-parties>
- Durkee, A. (2020). Judge Says Trump Campaign Has 'No Evidence' To Support Georgia Mail-In Ballot Claims. Erişim Tarihi: 05.11.2020, <https://www.forbes.com/sites/alisdurkee/2020/11/05/trump-georgia-mail-in-ballots-lawsuit-in-third-battleground-state-lawsuit-of-the-day/?sh=3db365673ca2>
- Durke, A. (2020). Pennsylvania Judge Rules In Favor Of Trump Campaign, Orders State Can't Count Some Ballots. Erişim Tarihi: 12.11.2020, <https://www.forbes.com/sites/alisdurkee/2020/11/12/pennsylvania-judge-rules-in-favor-of-trump-campaign-orders-state-cant-count-some-ballots/?sh=1ff6e0b06c12>
- Easley, J. (2020). Conservative outlet OAN won't recognize Biden as president-elect until Congress certifies. Erişim Tarihi: 16.12.2020, <https://thehill.com/homenews/media/530496-oan-wont-recognize-biden-as-president-elect-until-congress-certifies>
- Edmonds, R. (2020). The AP and Fox News say Biden has carried Arizona. Why do other networks say it's too close to call?. Erişim Tarihi: 05.11.2020, <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/the-ap-and-fox-news-say-biden-has-carried-arizona-why-do-other-networks-say-its-too-close-to-call/>
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi: Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: ERK Yayınları
- Faris, R., Clark, J., Etling, B., Kaiser, J., Roberts, H. Schmitt, C., Benkler, Y. (2020). *Partisanship, Impeachment, and the Democratic Primaries: American Political Discourse*, Berkman Klein Center for Internet & Society
- Fischer, F. (2020). Post-truth politics and climate denial: Further reflections. *Critical policy studies*, 14(1): 124-130.
- Francia, P. L. (2018). Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump. *Social Science Computer Review*, 36(4): 440-455.
- Gainous, J. ve Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*. NY: Oxford University Press.
- Gamson, W.A.ve Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95: 1-37.
- Gerstein, J. (2020). Trump campaign revises Pennsylvania suit, again. Erişim Tarihi: 18.11.2020, <https://www.politico.com/news/2020/11/18/trump-pennsylvania-election-lawsuit-437996>
- Gulati, G. J. (2010). *No Laughing Matter: The Role of New Media in the 2008 Election*. L. J. Sabato (Ed.), *The Year of Obama: How Barack Obama Won the White House* (s. 187-204). New York: Longman.
- Güz, N., Yegen, C., Aydın, B. O. (2019). Dijital propaganda ve politik başarı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçiminin Twitter analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2): 1461-1482.
- Hançerlioğlu, O. (1986). *Toplumbilim Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi

- Hutzler, A. (2020). Electoral College Cements Joe Biden's Victory With Zero Faithless Electors. Erişim Tarihi: 14.12.2020, <https://www.newsweek.com/electoral-college-cements-joe-bidens-victory-zero-faithless-electors-1554660>
- Ingram, M. (2017). The 140-Character President. Columbia Journalism Review. Erişim Tarihi: 23.03.2021, https://www.cjr.org/special_report/trump-twitter-tweets-presidentIngram
- Keith, W. ve Lundberg, C. (2008). *The Essential Guide to Rhetoric*. Boston: Bedford/St Martin's.
- Kelly, C. (2019). Trump Attacks McChrystal after Retired General Called Trump Immoral. Erişim Tarihi: 23.03.2021, <https://www.cnn.com/2019/01/01/politics/trump-tweet-mcchrystal/index.html>
- KhudaBukhsh, A. R., Sarkar, R., Kamlet, M. S., Mitchell, T. M. (2021). *Fringe News Networks: Dynamics of US News Viewership following the 2020 Presidential Election*: 1-13
- Kışlalı, A. T. (1987), *Siyaset Bilimi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları
- Komşuoğlu, A. (2007). Türkiye’de Siyasal Liderlik Ve Kitle İletişimi: Bir Örnek İnceleme–Süleyman Demirel. ICANAS (International Congress of Asian and North African Studies), Ankara, 10-15 Ekim: 1933-1950
- Kuzu, B. (1992). Demokrasi- Resmi İdeoloji-Sivil Toplum, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 47(01): 335-369.
- MacLean, M. (2020). The Impact Of Social Media On Name Recognition In The 2020 Democratic Primaries. *Quarterly Review of Business Disciplines*, 6(4): 361-377
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*, London and New York: Routledge
- Mills, S. (2020). Trump campaign dismisses appeal to Nevada Supreme Court. Erişim Tarihi: 11.11.2020, <https://news3lv.com/news/local/trump-campaign-dismisses-appeal-to-nevada-supreme-court>
- Neidig, H. (2020, b). Judge dismisses Arizona GOP lawsuit seeking audit of county's ballots. Erişim Tarihi: 19.11.2020, <https://thehill.com/regulation/court-battles/526781-judge-dismisses-arizona-gop-lawsuit-seeking-audit-of-countys-ballots>
- Neidig, H. (2020). Michigan judge rejects GOP effort to halt county's vote certification. Erişim Tarihi: 13.11.2020, <https://thehill.com/regulation/court-battles/525900-michigan-judge-rejects-gop-effort-to-halt-countys-vote-certification>
- Ouyang, Y. ve Waterman, R. W. (2020). *Trump, Twitter, and the American Democracy*, Switzerland: Springer
- Oxford (t.y). Democracy. Erişim Tarihi 23.03.2021, <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095709688>
- Özgül, B. (2002). Seçim ve Seçim Sistemleri, Türkiye’deki Seçim Sistemi Uygulamaları ve Bir Model Önerisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Özkul, F. (2012). Başkanlık Sistemi Üzerine Amerika Birleşik Devletleri ve Azerbaycan Modeli Karşılaştırması. *TBB Dergisi*, (103): 85-110.
- Pang, B. ve Lee, L. (2008). Opinion Mining and Sentiment Analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*. 2(1-2):
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. United Kindom: Penguin Books.

- Pew (2016). As Election Nears, Voters Divided Over Democracy and ‘Respect’, Erişim Tarihi: 03-05.2021, <https://www.pewresearch.org/politics/2016/10/27/as-election-nears-voters-divided-over-democracy-and-respect/>
- Pew (2019). Partisan Antipathy: More Intense, More Personal. Erişim Tarihi 03.05.2021, <https://www.pewresearch.org/politics/2019/10/10/partisan-antipathy-more-intense-more-personal/>
- Pulver, D.V. (2020). US Postal Service blows court-ordered deadline to check for missing ballots. About 300,000 can't be traced. Erişim Tarihi: 03.11.2020, <https://www.usatoday.com/story/news/investigations/2020/11/03/postal-service-blows-deadline-check-missing-mail-ballots/6149643002/>
- RDocumentation. (2021). Syuzhet Package. Erişim Tarihi: 12.03.2021, <https://www.rdocumentation.org/packages/syuzhet/versions/1.0.6> adresinden erişim sağlanmıştır.
- Samuels, B. (2020). Trump campaign sues to halt vote counting in Michigan. Erişim Tarihi: 04.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/524506-trump-campaign-sues-to-halt-vote-counting-in-michigan>
- Schaul, K., Rabinowitz, K., Melnik, T. (2020). 2020 turnout is the highest in over a century. Erişim Tarihi: 03-05.2020, <https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/elections/voter-turnout/>
- Segers, G.; Mitchell, L.; Linton, C. (2020). Georgia's secretary of state certifies Joe Biden as winner. Erişim Tarihi: 20.11.2020, <https://www.cbsnews.com/news/georgia-recount-election-2020-will-of-people-biden/>
- Seipel, B. (2020). Pennsylvania court rejects five Trump campaign, GOP legal challenges to ballots. Erişim Tarihi: 13.11.2020, <https://thehill.com/regulation/court-battles/525944-pennsylvania-court-rejects-five-trump-campaign-gop-legal-challenges>
- Singman, B. (2020). Trump claims victory with many states still undeclared, hints at possible Supreme Court case. Erişim Tarihi: 04.11.2020, <https://www.foxnews.com/politics/trump-claims-victory-states-undecided-supreme-court-white-house>
- Smith, A. (2009). The Internet’s Role in Campaign 2008. Erişim Tarihi: 14.02.2021, <https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>
- Soysal, M. (1969). *Anayasaya Giriş*, Ankara: AÜSBF Yayınları
- Şeker, S.E. (2015). Metin Madenciliği (Text Mining). *YBS Ansiklopedisi*, 2(3): 30-32
- Şeker, S. E. (2016). Duygu Analizi (Sentimental Analysis). *YBS Ansiklopedi*. 3(3): 21-36
- Sunstein, C. R. (2009). *Going to Extreems: How Like and Unite and Divide*. New York: Oxford University Press.
- Todd, C. ve Gawiser, S. (2009). *How Barack Obama Won: A State-by-State Guide to the Historic 2008 Presidential Election*, New York: Vintage Books
- Trump, D. J. “Twitter/@realDonaldTrump: Wow, @CNN got caught fixing their “focus group” in order to make Crooked Hillary look better. Really pathetic and totally dishonest!” October 10, 2016, 12:31 PM. <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/785563318652178432>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature (March 19, 2018).
- Tunaya, T. Z. (1982). *Siyasal Kurumlar ve Anayasa Hukuku*, İstanbul: Ekin Yayınları
- Türk, H. S. (2006). Seçim, Seçim Sistemleri ve Anayasal Tercih, *Anayasa Yargısı*, 23: 75: 113

Welk, B. (2020). Joe Biden Urges Supporters to ‘Stay Calm,’ Says ‘Democracy Is Sometimes Messy. Erişim Tarihi: 05.11.2020, <https://www.thewrap.com/joe-biden-urges-supporters-to-stay-calm-says-democracy-is-sometimes-messy/>

Wharton (2020). How Social Media Is Shaping Political Campaigns, Erişim Tarihi: 23.03.2021, <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-social-media-is-shaping-political-campaigns/>

Williams, J. (2020). Georgia secretary of state says voting machine audit is complete, no sign of foul play. Erişim Tarihi: 17.11.2020, <https://thehill.com/homenews/state-watch/526368-georgia-secretary-of-state-says-voting-machine-audit-is-complete-no-sign>

Williams, J. (2020). Trump campaign files new election-related lawsuit in Arizona. Erişim Tarihi: 07.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/524983-trump-campaign-files-new-election-related-lawsuit-in-arizona>

Williams, J. (2020). Trump rails against Georgia recount process. Erişim Tarihi: 13.11.2020, <https://thehill.com/homenews/campaign/526007-trump-rails-against-georgia-recount-process>

Wolf, Z.B.; Mullery, W. (2020). ‘Congress has the next -- and final -- vote in the 2020 election. Here's how it Works. Erişim Tarihi: 14.12.2020, <https://edition.cnn.com/2020/12/07/politics/electoral-college-vote-timeline/index.html>

Yasushi, H. (t.y). Political Parties and Elections. Erişim Tarihi: 23.03.2021, <https://www.ide.go.jp/English/Research/Topics/Pol/Elections/overview.html>