

Höristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Kullanımı: Donald Trump'ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz

Hacı Hasan SAF¹

*
**

Öz

Höristik karar alma süreci, genellikle yaşamın her alanında kullanılmaktadır. Birçok konu çerçevesinde tartışılan kavram, siyasal olarak daha çok seçmen davranışları üzerine yapılan betimsel çalışmalarda geçmektedir. Ancak siyasal aktörlerin hedef kitleleri üzerine gerçekleştirdiği politikadaki höristik karar alma sürecinin etkisi yeterince araştırılmamıştır. Höristiğin özellikle popülizmin dijital ortamlardaki yüzü olan popülizm 2.0'da önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada popülizm 2.0'da höristik karar alma sürecinin kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Nitekim Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017 ile 28 Şubat 2017 arasındaki tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet içerik analizine tabi tutulmuştur. Bunlardan popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda stratejiyi oluşturmada alınan karar alma sürecinde höristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İletişim Çalışmaları, Höristik, Popülizm 2.0, İçerik Analizi, Eleştirel Söylem Analizi

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, hacihansaf@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7778-0258.

* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

*** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

****Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

The Usage of The Heuristic Decision-Making Process in Populism 2.0: An Analysis on Donald Trump's Tweets

Abstract

The heuristic decision-making process is generally used in all areas of life. The concept, which is discussed in many subject frameworks, goes through a descriptive evaluation made around political voters. However, the effect of the use of heuristic decision making on the spread policies of political actors on their target audiences has not been sufficiently investigated. Heuristics is thought to be especially important in populism 2.0, which is the face of populism in digital environments. In this study, it is aimed to examine the use of heuristic decision-making process in populism 2.0. As a matter of fact, Donald Trump's tweets between January 20, 2017 and February 28, 2017, after he took office, were analyzed and a total of 216 tweets were analyzed. 7 of them with populist content were analyzed by critical discourse analysis. As a result of the analysis, the presence of representation, accessibility and reference types of heuristics were revealed in the decision-making process taken in forming the strategy.

Keywords: Communication Studies, Heuristics, Populism 2.0, Content Analysis, Critical Discourse Analysis

Giriş

Karar alma süreci, içerisinde çok sayıda dinamik barındırmaktadır. Geçmiş deneyimlerden yararlanma, benzer durumlar karşısındaki tutum ve davranışlarda benzer karar alma, çevreden etkilenme karar almada en sık görülen davranışlardandır. Karar alma sürecinde kullanılan hüristik karar alma yöntemi ise doğrudan ve hızlı karar alma biçimlerini ifade etmektedir.

Siyasal davranış bağlamında çokça tartışılan hüristik yöntem, daha çok seçmen davranışı üzerine etkisi perspektifinde araştırılmıştır. Bu çalışmalarda seçmenlerin parti ve adayları göz önüne alarak oy davranışını nasıl gerçekleştirdiği betimlenmiştir (Schafer, 2021). Ancak siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini nasıl yürüttüğü üzerine yapılan araştırma sayısı kısıtlıdır.

Siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini politika geliştirirken ve söylem inşa ederken kullandığı görülmektedir (Schafer, 2021). Bu söylem inşasında popülizmin yeri önemlidir. Son yıllarda gelişen dijital teknolojilerle popülizm de şekil değiştirmiş ve popülizm 2.0 kavramı karşımıza çıkmıştır. Bu çalışmada popülizm 2.0'da hüristik karar alma sürecinin kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017 ile 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmıştır. Bu tarih aralığının seçilme nedeni Trump'ın yemin edip göreve başlamasından Amerikan Kongresine hitap ettiği bu zaman aralığında yürüteceği siyasal uygulamalarla ilgili popülist ve rasyonel birçok söylemde bulunmasıdır. Bu söylemler bahsedilen zaman aralığında ileride yürütülecek politika ve uygulamaların habercisi niteliğindedir. Toplamda 216 tweet içerik analizine tabi tutulmuştur. Nitel içerik analizi yapılan çalışmada tweetler

duyuru ve etkinlik haberleri, rasyonel ve popülist söylemler açısından inceleme yapılmıştır. Bu 216 tweetten popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir.

Tweetler Wodak (2015)'ın yaklaşımı baz alınarak şu temalar çerçevesinde kategorize edilmiştir: kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider. Daha sonra yukarıda sıralanan temaları gerçekleştirmek için kullanılan söylemsel stratejiler analiz edilmiş, şu stratejiler saptanmıştır: karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon (Wodak, 2015).

Çalışma bünyesinde doğrulanacak varsayımlar, hüristik karar alma sürecinin türlerine göre belirlenmiştir. Böylece popülizm 2.0'da kullanılan hüristik karar alma sürecinin betimlenmesi türlere göre yapılacaktır.

Hüristik karar alma yönteminin popülizm 2.0'daki kullanımının araştırılması için hüristik türlerinin popülizm 2.0 içeren söylemlerdeki varlığı sorgulanmış ve şu varsayımlar sınanmıştır:

- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden temsililik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden referans hüristiği kullanılmaktadır.

Bu çalışma ile yukarıda da belirtildiği üzere seçmen davranışları çerçevesinde incelenen hüristik karar alma sürecinin siyasal iletişimde kullanılan popülizm 2.0'da hangi çeşidi ile var olduğu ortaya koyulacaktır. Böylece süreç, farklı bir yönüyle incelenecektir.

1. Siyasal Dijital Hüristiğin Tasviri ve Popülizm 2.0

Bir karar alma sürecinde hızlı ve dolaysız olarak kanıya varma yaklaşımını ifade eden hüristik (buluşsal ya da sezgisel) yöntem, birçok alanda kullanılmaktadır. Yaşamın herhangi bir alanında alınan kararlarda toplumun yapısı, önceki deneyimler, unsurlar arası ilişkilerde eşitlik anlayışı inşa etme ve ön yargılar gibi kavramlar etkili olmaktadır. Böylesi bir durumda hızlı ve kestirme karar alma birçok kişi için sıradan bir hâl almıştır. Bu durum siyasal karar almada da karşımıza çıkmaktadır. Bu başlık altında özellikle dijital ortamda siyasal stratejilerde hüristik karar alma sürecinin kullanımı ve popülizm 2.0'a yansımaları ortaya koyulacaktır.

Literatürdeki kavramsal çeşitliliğe rağmen hüristik yöntem, genellikle karar verme sürecinin doğrudan ve hızlı bir şekilde basitleştirilmesini ifade etmektedir (Shah ve Oppenheimer, 2008). Mantıksal veya istatistiksel modellere ve ilgili tüm bilgilerin dikkate alınmasına dayalı bir durumun karmaşıklığını yansıtmaya çalışan karmaşık

karar verme stratejilerinin aksine hüristik yöntemler, mevcut bilgilerin bir kısmını göz ardı ederek ve belirli bir seçime odaklanarak karmaşıklığı azaltmaktadır. Örneğin seçmenler, oy tercihlerini adayların vaat ettiği politikaların kapsamlı bir değerlendirmesi yerine yalnızca adayların partilerine göre belirleyebilmektedir. Karar alıcıların (seçmen, kurum ya da lider gibi) karar alma süreçlerinde hüristik yöntemler mi yoksa karmaşık prosedürler mi kullanacağı sorusu ampirik bir sorudur. Ancak sınırlı sayıdaki rasyonalite teorileri; bireylerin karmaşık, güvensiz ve öngörülemeyen ortamlarda karar vermek zorunda kaldıklarında hüristik yöntemleri kullanma oranlarının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Simon, 1990).

Hüristik muhakeme ve karar verme üzerine yapılan araştırmalar geniş ve çeşitlendirilmiş bir araştırma alanına dönüşmüş olsa da siyasi kişi ve kurumların iletişim stratejilerini incelemek için bu kavramı kullanan çok az çalışma bulunmaktadır (Vis, 2018). Hersh (2015)'in kavramı kullandığı çalışması, Amerikan siyasi partilerinin seçim kampanyalarında hedef kitlelerini saptamadaki sınırlılıkları açıklamada önemli görülmektedir. Bir diğer çalışma Miler (2009)'ın Amerikan Kongre temsilcilerinin seçim bölgelerini seçerken önyargılara dayanması durumunda ortaya çıkan sorunlara ilişkin değerlendirmesidir. Siyasal iletişim profesyonellerinin hüristik yöntem kullanımını anlamanın ve parti yöneticilerinin stratejik kararlarının incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle hüristik yöntemlerin dijital ortamdaki suretlerini anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Seçmenlerin oy vermedeki davranışlarını belirleyen karar alma süreçlerini anlama ve açıklamaya yönelik çalışma sayısı fazladır. Ancak politik ve siyasal iletişim stratejilerinde kullanılan karar alma süreçlerini betimlemeye yönelik çalışma sayısı azdır.

Siyaset ve iletişim alanındaki araştırmalarda hüristik yöntem, daha çok yurttaşların siyasal tutum (kamuoyu gibi) ve davranışlarını (oy tercihi gibi) analiz etmek için kullanılmıştır. İlksel yaklaşımlar, genel olarak kapsamlı bilgi edinme ve olayları değerlendirme ile ilgilenmeyen bir yurttaşlar için rasyonel hüristik sürecin olumlu etkileri üzerine odaklanmıştır (Mondak, 1993). Yurttaşların oy tercihlerinde hüristik yöntemleri nasıl ve ne zaman kullandıklarını inceleyen sonraki çalışmalar, taraflara ilişkin kanılar (Schaffner ve Streb, 2002), aday ya da partinin tanınırlığı (Kam ve Zechmeister, 2013) ve koalisyona katılan partiler (Fortunato ve Stevenson, 2013) üzerinedir. Hüristik yöntemlerin bireylerin kendi çıkarlarına yönelik karar vermelerini geliştirme potansiyeline yapılan vurgu, hüristik sürecin doğal rasyonalitesine ve özellikle bunların yanlış bilgi yoluyla manipülasyona karşı savunmasızlığına şüpheyle bakan bilim adamları tarafından sorgulanmıştır (Kuklinski vd., 2000). Sonraları araştırmacılar, farklı hüristik yöntemlerin sonuçlarına yönelik daha kapsamlı açıklamalar geliştirmeye başlamışlardır. Örneğin, Lau ve Redlawsk (2001), seçmenler tarafından deneysel seçim bağlamlarında siyaseti anlamlandırmak için kullanılan beş yaygın siyasi hüristik yöntemin avantaj ve dezavantajlarını araştırmışlardır. Hüristik yöntemlerin (özellikle uzmanlığı)

kullanılmadığı durumlarda ortaya çıkan sorunları ve sonuçları analiz etmişlerdir (Dancey ve Sheagley, 2013). Siyasal aktörlerin hüristik karar alma süreçlerinin betimlenmesi için hüristik yöntemin niteliksel ve işlevsel özelliklerinin izini sürmek gerekmektedir.

Gigerenzer (2004, s. 63-64)'in çalışmalarını takip ederek hüristik yöntemin, üç temel niteliğinden bahsedilmektedir. Öncelikle bir sosyal aktörün özelliklerine göre hüristik süreci yürütmek kolay görülmektedir. Bu, kapsamlı hesaplama gerektirmeden hızlı kararlar alınmasını sağlamaktadır. Hüristik yöntemin kullanılma kapasitesi, sosyal aktör hakkındaki bilgilere bağlı olarak belirlenmiştir. Spesifik bir karar stratejisi, deneyimli bir uzman için bir hüristik yöntem işlevi görse de sıradan bir birey için bunu getirmemektedir. İkinci olarak “sezgisel yöntemler, ortam yapılarından yararlanır”. Aktörler, belirli bağlamların ortaya çıkardığı karar verme zorluklarıyla karşılaşmalarda hüristik yöntemleri öğrenmekte veya benimsemektedirler. Bu nedenle hüristik yöntemler, her zaman için geliştirildikleri ortamların bazı özelliklerini yansıtmaktadırlar. Son olarak, birçok rasyonel seçim veya oyun teorisi modelinden farklı olarak hüristik yöntemler gözlemlenebilir uygulamaları ve süreçleri gerçekçi bir şekilde tanımlamaya talip görülmektedir.

Yukarıdaki kavramsallaştırmada hüristik yöntemler (potansiyel olarak) belirli bir bağlamda problem çözme için en verimli ve uygun araçları sağlayarak sistemsel bir rasyonaliteyi devreye sokmaktadır. Hüristik yöntemler, ortamın yapısıyla uyumlu hale gelmediği durumlarda başarısız olabilese de araştırmalar, oldukça belirsiz ve değişken ortamlarda daha karmaşık hesaplama modellerinden daha iyi tahminler üretebileceklerini göstermektedir (Gigerenzer ve Brighton, 2009). Bu ve buna benzer durumlar siyasal aktörlerin dijital ortamlardaki karar alma süreçlerine de yansımıştır.

Hüristik yöntemler, yaygın dijitalleşmeden önce geleneksel iletişim uygulamalarını anlamakla ilgilense de dijital ortamlarla daha da ilintilidir. Daha önce belirtildiği gibi gelişen dijitalleşme, halihazırda rekabetçi olan bilgi ortamını her zamankinden daha karmaşık, dinamik ve belirsiz hale getirmiştir. Buna karşın, dijital dünyada ortak iletişimde kullanılan hüristik yöntemlerde iki klasik yaklaşım göze çarpmaktadır. Siyasal aktörlerin uyguladığı iletişim stratejileri, tümevarımsal ve kategorik ya da teorik ve pratik düzeyde ampirik olarak test edebilmektedir. Unsurların dinamik karakteri ve keşif amacı göz önüne alındığında, bu çalışmalar her iki mantığı birleştiren bir bileşim yaklaşımı kullanmaktadır (Schwartz-Shea ve Yanow, 2012).

Daha önce ana hatlarıyla belirtildiği gibi, hüristik karar vermenin altında yatan temel ilke, karmaşık ve dinamik ortamlara uyum sağlamayı içermektedir. Sonuç olarak olası dijital hüristik yöntem türlerini belirlemede ilk adım, mevcut iletişim ortamlarının siyasi aktörler için ortaya koyduğu belirli zorlukların incelenmesini kapsamaktadır. Günümüzde siyasi partiler, günlük halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları üzerinden kurum içi iletişim, seçim kampanyalarından iknaya kadar çeşitli amaçlar için dijital kanalları kullanmaktadır (Chadwick ve Stromer-Galley, 2016). Daha etkin bir strateji

yürütmek adına dijital ortamda kullanılan hüristiğin siyasal eğilimlerle eklememesi gerekmektedir.

Dijitalleşmenin yol açtığı ve siyasal iletişimciler için uyum sağlamanın zorunlu olduğu iki ana eğilim vardır: Bunlar (yeni) medya mantığının dönüşümü (ve evrimi) ile siyasal iletişimde algoritmaların artan etkisidir. Bu iki unsur birbirine bağlı fenomen ve mevcut iletişim ortamının iki özellik demetini temsil etmektedir. Gelişmekte olan medya mantığı; kanalların ve biçimlerin çeşitlendirilmesine, izleyicilerin parçalanmasına, artan etkileşime ve geleneksel kurumların kontrolünün kaybına (Van Aelst vd., 2017) dayanmaktadır.

Dijital ortamlar, geliştirilebilir yönleri ve kullanıcıyı da içerisine dâhil etme potansiyeli bakımından hüristik açısından önem arz etmektedir. Siyasal aktörlerin karar alma süreçlerinde ve söylem geliştirmede dijital hüristiği kullanması, geleneksel medyadan bazı konular dâhilinde ayrılmaktadır.

Geleneksel medya, editörler, siyasal partiler ve parlamentoların; yurttaşların dijital ortamda kendilerini ifade edebildiği ve egemen kararlar alabildiği bir çağda işe yaramaz hale geldiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal ağların trollemeden etkilendiği ve çevrimiçi ortamın yalan haberleri yaydığı düşünüldüğünde, internet üzerindeki denetimin eksikliğini gözler önüne sermektedir (Gerbaudo, 2014, s. 68). Bu denetimsiz ortamda internet kullanıcılarının artması, demokrasi 2.0 kavramını karşımıza çıkarmıştır (Gerbaudo, 2014, s. 69). Bu durum da demokrasi 2.0 kavramının işlevselliğini tartışmaya açmaktadır. Böylesi bir ortamda dijital demokrasi, popülizm 2.0'ın girdabına dâhil olmuştur.

Demokrasi kavramı olarak karşımıza çıkan ve aslında popülist olan stratejiler, hüristik karar alma sürecini içermektedir. Popülist stratejilerin uygulanmasında hem hüristiğin karakteristik özelliklerine hem de çeşitlerine rastlanılmaktadır.

Popülizmin kullanıcıları için sosyal medya, sahiplenilmiş ve geniş bir kitleye ulaşmak için araçsallaştırılmıştır (Gerbaudo, 2012). Sosyal ağlar yükselen düzen karşıtı dijital kitle siyasetinin araçlarından biridir (Gerbaudo, 2014, s. 69):

“Popülizm 2.0, bir ideolojiyi ya da daha doğrusu sosyal medyayı “yurttaşlara” hitap etme aracı olarak gören ideolojik bir yönelimi tanımlar. Sosyal medya aktivizmi, geleneksel olarak popülizmle ilişkilendirilen bazı retorik özellikleri yansıtmaya başlar; ancak etkileşim ve katılıma verdiği değerle Web 2.0'ın iletişimsel mimarisine uygun dinamiklere uyacak şekilde güncellenir. Bu bağlamda, popülizmin geleneksel özellikleri (birliğe çağrı, düzen karşıtı ve kurumsallık karşıtı söylem, doğrudan demokrasi için çabalama, araçların aradan kaldırılması) “ideoloji” diyebileceğimiz unsuru oluşturan bir dizi perspektiften eşleştirir. Sosyal medya (ve etkileşim, açıklık, doğrudanlık gibi özellikleri), popülist hareketler ve partiler tarafından heterojen bir kitleye hitap etmek için bir araç olarak kullanılır. Bu araçsallaştırmanın sonucu olarak etkileşimli ve katılımcı bir popülizm karşımıza çıkar, bu da popülizm 2.0 olarak adlandırılır”.

Dijital ortamlarda yürütülen popülist söylemlerde nasıl bir stratejiyi uygulanacağı ve hedef kitlelerin hareketlerine göre nasıl şekilleneceği, hüristik yöntemi karşımıza çıkarmaktadır. Popülist yaklaşımın araçsallaştırıldığı siyasal söylemlerde hüristik karar alma sürecinin varlığı görülmektedir.

Görüleceği üzere bir karar alma sürecinde etkili olan doğrudan ve kolay karar alma yöntemi olan hüristik, sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Siyasal karar alma süreçlerinde de görülen bu yöntem, daha çok seçmen tercihleri perspektifinden incelenmiştir. Bu başlık altında ise siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini nasıl kullandığı betimlenmiş ve popülizm 2.0 çerçevesinde değerlendirilmiştir.

2. Hüristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Yerinin İncelenmesi İçin İki Aşamalı Bir Analiz

2.1. Araştırmanın Konusu, Sorunu ve Amacı

Çalışmada dijital ortamlarda bir siyasal söylem olarak kullanılan popülizm 2.0'da hüristik karar alma sürecinin yeri incelenecektir. Bu nedenle popülizm 2.0'dan önce siyasal söylem kavramı tartışılmalıdır. "Söylem, güç ve iktidar mücadelelerini içeren toplumsal bir pratiktir" (Fairclough 1989, s. 17). Söylemin ideolojik yönü medyanın katkıları ile kuvvetlenmektedir. Egemen söylemin toplumdaki güçlü kesimlerin gücünü artırdığı görülmektedir. Medyanın bu bağlamda toplumsal ve siyasal inşada kullanıldığı söylenebilir (Chevion, 2009, s. 187). Medya üzerinden üretilen ve yayılan siyasal söylemin popülerleşmesi siyasal söylemin etkisini artırmaktadır (Chevion, 2009, s. 198).

Foucault (1972, s. 101)'ya göre söylem "bir cümleden daha büyük bir dilin en küçük birimlerine kaynaklık etmektedir. Her öznenin sarf ettiği sözcükler birer söylem niteliği taşımaktadır. Çünkü o sözün söylendiği yer kadar, kim tarafından ve ne maksatla söylendiği, sözün içinde bulunduğu zihinsel bağlam önem taşımaktadır". Foucault (1972, s. 107) Bilginin Arkeolojisi adlı eserinde, söylemin semboller bütünü olduğunu ve kendi başına bir varoluş sergilediğini vurgulamıştır. Siyasal söylemde söylenmek istenen cümleler arasına gizlenmiş de olabilir. Nefret söylemi ve popülist amaçlar bu duruma örnek gösterilebilir (Van Dijk, 2006, s. 728-732).

Siyasal bir söylem olarak popülizm de yukarıda bahsedilenlere benzer bir yaratım süreci yürütmektedir. Popülizm, "biz" ve "onlar" ayrımı ile sıradan bireyler, yurttaşlar arasında ikilik inşa etmektedir. Bu kavrayış, popülist söylemin ideolojiden çok ahlaki ve etiksel sosyo-politik yapılar inşa eden retoriksel bir unsur olduğu temeline dayanmaktadır (Gidron ve Bonikowski, 2014, s. 7-14). Medyanın popülist söylemlerin inşası ve yayılması sürecindeki etkin rolü bu anlayışın merkezindedir (Waisbord ve Amado, 2017, s. 1331).

Popülistin söyleminin temeli "seçkinler" ve "sıradan insanlar" arasındaki ayrışmanın normatif yapısına dayanmaktadır. Popülizm "biz" ve "onlar" ayrışmasını sunmaktadır. "Onlar" sadece rekabet edecek kitleler ya da gruplar olarak görülmemekte, aynı zamanda düşman olarak görülmektedir (Mudde, 2004, s. 544).

Postill (2019), dijital medya ile popülizmin yükselişi ile karşımıza çıkan popülizm 2.0'ı kavramak için yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal ve siyasal boyutlarını analiz etmeye odaklanmaktadır. Ona göre, yeni iletişim teknolojileri yalnızca egemenleri

değil toplumu da içerisine alan bir kapsayıcılığı barındırmaktadır. Bu nedenle, dijital medya ve popülizm ilişkisinde kültürel bağlam önemli bir rol oynamaktadır.

Söylemin popülizm ile kurduğu her şey popülizm 2.0 ile de kurgulanmaktadır. Bu inşa sürecinde karar alma süreçlerinden hüristik yöntemin yerinin belirlenmesi, üzerinde araştırma yapılması gereken bir sorundur. Çalışmada hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Çelik (2013, s. 28)'e göre "en sık rastlanan hüristikler, temsililik, ulaşılabilirlik (mevcudiyet) ve referans (düzeltme ve dayanak veya çıpalama) hüristikleridir". Bireyler geçmiş tecrübelerini anlık ve ileri dönemlerde kullanmak için zihinsel olarak çeşitli sınıflandırmalarda bulunmaktadır. Bu sınıflandırma durum, nesne, olay ve gruplar için geçerlidir. Daha önce karşılaşılan bir durum tekrar belirdiğinde kısa yoldan bu duruma en yakın sınıfa ait olarak düşünülmektedir. Bu sezgisel, kestirme ve kısa yol (hüristik) ilk bakışta çok kullanışlı gözükse de bazen bu sınıflandırma basit hatalara ve yanlışlara yol açabilmektedir (Kahneman, Slovic ve Tversky, 1982). Bu da temsililik hüristiğini karşımıza çıkarmaktadır. Popülizm 2.0'da kullanılan kalıplaşmış söylemler, kitleleri gruplama, biz ve onlar karşıtlığı kurma gibi stratejiler bu hüristik türüne örnek olarak gösterilebilir.

İkinci hüristik türü ulaşılabilirlik hüristiğidir. Bireyler anlık gelişen durumlarda akıllarına ilk gelen olgu ve olaylara fazla önem vermekte, geçmiş tecrübeleri ya da bilgileri bir kenara bırakıp güncel bilgilere yönelmektedirler. Bir başka ifade ile bireyler tecrübe ettikleri ve edindikleri bilgileri karşılaşılan bir olayı değerlendirirken kullanmaktadırlar. Ancak güncel ve en son edilen bilgiler daha fazla dikkate alınmakta ve kullanılmaktadır. Eğer daha önce karşılaşılan bir olayla bilinmeyen olay benzer özellikler barındırıyorsa ulaşılabilirlik (availability) hüristiğine başvurulup tecrübe edilmeyen olayın biline olayla ile aynı sonucu ya da yapıyı barındırdığı düşünülecektir (Tversky ve Kahneman, 1973). Popülizm 2.0'da kullanılan güncel olaylarla ilgili söylemlerin geliştirilmesi ya da rakiplerin geçmiş politikalarının değil güncel çalışmalarının söyleme dâhil edilmesi buna örnek olarak gösterilebilir.

Son hüristik çeşidi ise referans hüristiğidir. Bu yaklaşıma göre bireyler bilmedikleri bir nesne, konu ya da olayla ilgili kanıda bulunurken bir referans noktası seçip ona göre pozisyon almaktadır. Örneğin bir bireyin sosyal hayattaki aktiflik düzeyiyle ilgili görüş bildirirken bireyin kendi sosyalleşme derecesini kıstas olarak alması bu hüristik çeşidinin yansımasıdır (Çelik, 2013, s. 29). Popülizm 2.0'da kullanılan benzetmeler, genellemeler bu türe örnektir.

Çalışmada hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için sınanacak varsayımlar yukarıda bahsedilen hüristik türleri perspektifinde kurulacak ve sınanacaktır. Kullanılan popülist söylemlerde bu üç türün varlığı aranacaktır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Makalede hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi adına yöntem olarak içerik analizi ile eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Dijital alanlarda

kullanılan toplam siyasal söylem içerisinde popülizm 2.0'ın yerini saptamak için içerik analizi, popülist söylemlerin araldanının bulunması, bir amaç doğrultusunda inşa edilmesi ve çeşitli stratejiler barındırması nedeniyle de ile eleştirel söylem analizi araştırmada yöntem olarak belirlenmiştir.

İçerik analizi, verilerin kategorizasyonu ve niceliksel özelliklerinin betimlendiği bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır (Janis, 1949). Niceliksel betimlemelerde sıklıkla kullanılan yöntem, belirli kurallar çerçevesinde kodlamalar yapılarak içeriksel kategoriler ile bilimsel sayısal özet çıkarmaya yarayan sistematik bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2011). İçerik analizinde veriler, birbiriyle ilişkilendirilerek ya da farkları perspektifinde açıklanmaktadır. Bu süreç, verilerin işlenmesi, kodlanması, temaların belirlenmesi, kodların ve temaların kategorize edilmesi ve sonrasında yapılan değerlendirmeleri içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu nedenle siyasal söylem içerisinde popülizm 2.0'ın yerini saptamak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Daha sonra popülizm 2.0 içeren söylemlerde hüristik karar alma sürecini incelemek için eleştirel söylem analizi kullanılmıştır.

Söylem, dil ile ilintili ve onunla düşünülebilir bir kavram olarak tasvir edilmiştir (Sözen, 1999, s. 16). Ancak söylem sadece dilin kullanımı ile dilbilimin temel unsurları olan cümle, paragraf ve metinle sınırlandırılmamaktadır (Sözen, 1999, s. 20). Dil, sosyal bir uygulama ve yaratma süreci olarak görülmektedir. Bu özelliğiyle dil, sosyal yaşamın kurucu unsurudur. Bu bağlamda söylem, “yapısal ve içeriksel tutarlılığı olan ve sosyal bağlamda bireylere anlamı inşa etmeye olanak tanıyan dilsel malzemenin aracı” olarak tanımlanmıştır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 101). Söylem sistematik dilsel düzenlemeleri betimlemek üzere kullanılan, iletinin içeriğini değil, tüm boyutlarını kapsamaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 100).

Söylemin sıradan olmayan, anlam ve mesaj yüklü bir kavramdır. Dolayısıyla söylem, onu inşa edenin olaylara bakışını (ekonomik, siyasi, kültürel ve tarihi gibi), hayat görüşünü, mantalitesini, felsefesini ortaya koymaktadır. Bu da ideolojik olarak görülmesinin sebebidir (Doyuran, 2018, s. 306-307). Objektif değildir, bu da öznelarasılığını ve metinlerarasılığını işaret etmektedir (Sözen, 1999, s. 28). Böylece “söylem ve anlam arasındaki ilişkide, söylem anlamı taşır, kurar ve değiştirir” denilebilir (Üşür-Sancar, 1997, s. 93). Söylem evrensel gerçekliği de yok edip kendi gerçekliğini kurmaktadır (Sözen, 1999, s. 12). Güncel ya da tarihsel olayları kullanarak üretilen popülist söylemlerin dijital ortamlardaki hâli olan popülizm 2.0, bünyesinde söylem barındırmaktadır. Bu söylemler, kültürel ve sosyo-politik inşalar gerçekleştirildiğinden eleştirel bir süzgeçten geçirilmelidir. Bu nedenle de eleştirel söylem analizine başvurulmaktadır.

Eleştirel söylem analizi, “toplumsal olarak ortaya çıkan doğruların, değerlerin, gerçeklerin, gücün ve fikirlerin nasıl ortaya çıktığını, devam ettirildiğini, paylaşıldığını, çatıştığını ve nasıl değerlendirildiğini araştıran” bir yöntem olarak tanımlanabilir (Gür, 2013, s. 189). Söylem analizi, farklı disiplinleri içselleştirip onlara yönelik teorik bir bakış açısı sunan analiz tekniğidir. Söylemler analiz etmek için basit bir dil

incelemesinden çok söylenenlerin sözdizimsel ve semantik sınırlarının ötesine gitmeyi ve söylenenlerin altında yatan anlam ve içeriğe ulaşmak, onu anlamak, anlamlandırmak ve aktarmak gerektirmektedir. Bu analiz yöntemi, “söylem ya da dilin biçimsel (fonolojik ya da sözdizimsel) yönünden çok ilgi odağını, sosyal ve kültürel bağlam içinde iletişim kuran dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylara” odaklanmaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 105). “Metnin söyleyemediğini bulabilmek, anlatılmak isteneni veya dolaylı olarak bahsedilen şeyi tespit etmek, olayları ve tarihsel süreçleri iyi bilmekle bağlantılıdır”. “Bu bağlamda, metnin anlaşılması ve yorumlanması dil bilgisel çizgiden sosyal bağlamlar çizgisine geçişle mümkün olabilmektedir” (Doyuran, 2018, s. 303). Söylemler sadece yan yana gelmiş söz dizileri ya da cümleler olarak görülmemektedir. İçerisinde derin anlamlar, amaçlar ve sosyo-politik özellikler barındırmaktadır. Bundan dolayı eleştirel bir süzgeçten geçirilmelilerdir.

Söylemin bu yönü, yine eleştirel söylem analizi yönteminin kapsamına girmektedir. Eleştirel söylem analizinde söylem, “güç ilişkilerinin yeniden üretilmesi ve bunların ideolojik etkilerini inşa eden ifade sistemi olarak” tanımlanmaktadır. Söylemin merkezinde eleştiri yer almakta ve söylem analizi, toplumsal grupların ve bireylerin gücü elde etmek ve ideolojik görüşlerini yaymak için dili nasıl kullandığı üzerine kafa yormaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 113). Van Dijk’e göre eleştirel söylem analizi, “iktidar, egemenlik, hegemonya, ideoloji, sınıf, cinsiyet, ırk, ayrımcılık, çıkar, yeniden üretim, kurumlar, sosyal yapılar ve sosyal düzen gibi kavramları incelemeyi içeren bir analiz yöntemidir” (2015, s. 468). Bu yöntem, toplumsal güç ilişkilerinin önemli oranda söyleme dayalı doğasını ön plana çıkarmayı hedeflemekte, güç ilişkilerinin söylemde nasıl tezahür edildiğiyle ilgilenmektedir (Sözen, 1999, s. 145).

Çalışmada popülizm 2.0’da görülen söylemler eleştirel söylem analizi ile analiz edilecek, hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0’daki yerinin incelenmesi için söylemlerde hüristik türlerinin varlığı araştırılacaktır.

2.3. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini hüristik karar alma süreçlerinin kullanıldığı bütün popülizm 2.0 unsurları oluşturmaktadır. Örneklem olarak Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump seçilmiştir. Araştırma Donald Trump’ın göreve başlamasından Amerikan Kongresine hitap ettiği tarihe kadar attığı tweetlerle sınırlandırılmıştır. Çünkü Trump’ın başkan olarak Twitter’ı kullanım politikaları ve onu bir güç unsuru olarak nasıl kullandığının araştırılması önem arz etmektedir. Bu iki olay arasında Trump, göreve başlamasından hemen önce görev süresince yürüteceği politikalarla ilgili birçok görüş bildirmiştir. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda göreve başladığı 20 Ocak 2017 ile Amerikan Kongresinde konuşma yaptığı 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet niteliksel içerik analizine tabi tutulmuştur. Tweetler içeriklerine göre kategorize edilmiştir. Toplamda anlamlara göre 3 tema altında toplanmıştır. Bunlardan popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir. Tweetler genel bir yaklaşımla duyuru ve etkinlik

haberi, rasyonel söylem ve popülist söylem olarak kategorize edilmiştir. Bu süreçte şu şekilde bir yol izlenmiştir.

- Verilerin Kodlanması: Daha önce belirlenmiş kavramlara (Popülizm gibi) göre kodlama yapılmıştır.
- Kategori ve Temaların Belirlenmesi: Atılan tweetler, cümleler bazında niteliksel olarak verilen mesaja göre oluşturulabilecek kategori ve temalar belirlenmiştir. Bunlar popülizm, söylemler (rasyonel ya da popülist), duyurular, çağrılar, haberler (etkinlik ve politikalarla ilgili) olarak sıralanmıştır.
- Verilerin Kategori ve Temalara Göre Belirlenmesi: Bu aşamada kodlara göre niteliksel içerik analizi ile kategoriler birleştirilmiş ve toplamda üç tema saptanmıştır.

Tablo 1. Popülist Temaların Belirlenmesi

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın 20 Ocak 2017 - 28 Şubat 2017 Arasında Attığı Tweetlerin Kategorik Dağılımı	
Tema	Sayı
Popülizm 2.0 İçeren Tweetler	7
Rasyonel Söylemler	156
Duyuru ve Etkinlik Haberleri	53
Toplam	216

Yapılan içerik analizi sonrasında popülizm 2.0 örnekleri olan ve 20 Ocak 2017 - 28 Şubat 2017 tarihleri arasında atılan 7 tweette hōristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için hōristik türlerinin varlığı sorgulanacaktır.

2.4.Araştırmanın Varsayımları

Çalışmada hōristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için dijital ortamlarda görülen popülizm içeren söylemlerde hōristik karar alma süreci türlerinin varlığı sorgulanmıştır. İnceleme adına varsayımlarda hōristik karar alma sürecinin türlerine göre bir kurgu bulunmaktadır. Bu çerçevede varsayımlar şu şekilde sıralanmıştır.

- Popülizm 2.0'da hōristik karar alma türlerinden temsililik hōristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hōristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik hōristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hōristik karar alma türlerinden referans hōristiği kullanılmaktadır.

3. Bulgular

Bu çalışmada eleştirel söylem analizinin söylem-tarihsel uzam yaklaşımı göz önünde bulundurulmuştur. Nitekim bu yöntem, “söylemin tarihsel ve metinlerarası kaynaklar ile içinde bulunduğu sosyo-politik alanların arka planı hakkındaki bilgileri bütünleştirmektedir. Çünkü söylemler bu unsurlar arkasına saklanmaktadır” (Wodak 2012, s. 529). Tweetler Wodak (2015)’in yaklaşımı baz alınarak şu şekilde temalar çerçevesinde kategorize edilmiştir: kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider. Daha sonra yukarıda sıralanan temaları gerçekleştirmek için kullanılan söylemsel stratejiler analiz edilmiş, şu stratejiler saptanmıştır: karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon (Wodak 2015). Tweetler tek tek ele alınarak eleştirel söylem analizine tabi tutularak hōristik karar alma süreci türlerinin varlığı sorgulanmıştır.

- 20 Ocak 2017, halkın yeniden bu ülkeye hâkim olduğu gün olarak anılacaktır. (@realDonaldTrump, 20 Ocak 2017)

Yukarıdaki tweette Başkan Trump’ın Twitter’deki sağcı popülist söylemini gösteren bir örnek bulunmaktadır. Popülizmin temel unsurlarından birinin, homojen bir bütün olarak kavramsallaştırılan topluluklara yapılan güçlü vurgu olduğu görülmektedir. Trump tweetlerinde “halk”, “Amerikan halkı” veya bir “ulus”tan bahsetmektedir. Ayrıca popülist söylemler inşa edenler, halkı seçkinlerden daha iyi temsil ettiklerini ve egemenliği onlara geri getirdiklerini iddia etmektedirler. Bu, Trump’ın göreve başladığı gün tweetlenen yukarıdaki örnekte gösterilmektedir.

Tweette Trump, başkan olmasıyla birlikte halkın egemenliğini ona geri kazandırdığını belirtmektedir. Bu, halkın daha önce ülkede yeterince temsil edilmediği anlamı içermektedir. Böylece kendisini halka daha fazla demokrasi getiren kişi olarak sunmaktadır. Bütünü temsil eden “millet” veya “halk” gibi terimleri kullanmakta ve böylece halkı homojen bir varlık olarak tasvir etmektedir. Ayrıca aşağıdaki örnekte de görüldüğü üzere başkanlığında Amerikan halkının önceliklendirileceğini de açıklamaktadır. Büyük harflerle yapılan pekiştirme bunu işaret etmektedir.

Görüldüğü üzere Trump, “halk”, “millet” ve “ulus” kavramları ile bir insan çoğunluğunu bütünleştirmiş ve bir tek kavram üzerinden ifade etmiştir. Burada söylem üretilirken topluluklar sınıflandırılmış ve tek parça bir kategori üzerinden anlam kazanmıştır. Bu da temsillik hōristiğinin varlığını göstermektedir. “halkın yeniden bu ülkeye hâkim olduğu gün” ifadesi ile güncel bir yenilikten bahsedilmiş ve ulaşılabilirlik hōristiği kullanılmıştır.

- İki basit kurala uyacağız: AMERİKAN MALI AL VE AMERİKALI İSTİHDAM ET! #InaugurationDay #MAGA (@realDonaldTrump, 20 Ocak 2017)

Tweette gelecek zamanın kullanılması, yukarıda bahsedilen iki kuralın Trump'ın başkan olmadan önce uygulanmadığını ima etmektedir. Bir yandan Amerikan halkının dezavantajlı olduğunu iddia ederken diğer yandan bunu değiştirmeyi ve Amerikan halkı için daha fazla iş olanağı sunmayı vaat etmektedir. İşe alımlarda Amerikalılar bu nedenle tercih edilmeli ve göçmenler veya yabancılar arka plana itilmelidir. Başkan olarak yönetiminin ülkede Amerikan endüstrisini destekleyeceğini belirtip Amerikan halkına "Amerika'yı Yeniden Büyük Yap (#MAGA)" anlayışı için iş kolları açacağı vaadine atıfta bulunmaktadır. Burada yine ABD'deki tüm yurttaşlar "Amerikalı" kavramı üzerinden sınıflandırılmış, söylem geliştirilirken bireyler ve topluluklar "Amerikalı" olarak kategorize edilmiştir. Bu durum da temsililik hürriyetinin varlığını işaret etmektedir.

- "Kötülüğü" ülkemizden uzak tutmalıyız! (@realDonaldTrump, 3 Şubat 2017)

Yukarıda görüldüğü üzere popülistler "tehlikeli yabancılara karşı korunması gereken bir ana vatanı vurgulamaktadırlar. Bu şekilde tehdit senaryoları kurulur: vatan ya da "Biz", "Onlar" ya da ötekiler tarafından tehdit edilmektedir" (Wodak 2015, s. 66). Trump, "vatan" (ülkemiz) kavramını kullanmakta ve "şerden" korunması gerektiğini iddia etmektedir. Böylece vatanın (ülkenin) işgal edilmesi engellenmesi gereken, henüz belli olmayan bir "öteki" tarafından tehdit edildiği imajını kurulmaktadır. Birinci şahıs zamirinin kullanılması, "biz" / "bizim" ile kötü/öteki ayrımını derinleştirmektedir. "Biz" açıkça ifade edilmemektedir; ancak kötü olmadığımız "Biz"i tanımlamaktadır (Gimenez ve Natalia, 2016). Bu tweetteki "biz-onlar", "biz-öteki" ve "ülkemiz-dış güçler" karşıtıları ve sınıflandırmaları temsililik hürriyetini gözler önüne sermektedir.

- "Bir yargıcın ülkemizi böyle bir tehlikeye atacağına inanamıyorum. Bir şey olursa onu ve yargı sistemini suçlayın. İnsanlar acı çekiyor. Çok kötü! (@realDonaldTrump, 5 Şubat 2017)

Yukarıdaki tweet ise başka bir benzer bir yaklaşımın örneğidir. Çoğunluğu Müslüman olan altı ülkenin vatandaşlarının ABD'ye girişini askıya alan yürütme emri yürürlüğe girmiştir. Böylece, tehlikeli (!) "Öteki"yi ülkeden uzak tutarak, yürütme emrinin meşruiyeti ve ülkeyi güvende tutma ihtiyacı ileri sürülmüştür. Şubat ayında bir yargıcın "Müslüman yasağını" kaldırmasının ardından Başkan, tweetlerinde ABD'ye yönelik yakın bir tehdit korkusunu dile getirerek bu yasağı kaldırmanın "ülkeyi tehlikeye attığını" iddia etmektedir.

Tweette ne tür bir tehlikeden bahsedildiği belirtilmemektedir; ancak seyahat yasağı Müslümanları ABD'nin dışında tutmayı amaçladığından ABD için tehdit oluşturan Müslümanlarla üstü kapalı bağlantılar bulunmaktadır. Yine "öteki" üzerinden bir sınıflandırma yapılmış ve temsililik hürriyeti kullanılmıştır. Yargıçların ülkeyi tehlikeye atacağı iddia edilmiş ve terör örgütlerinin eylemleri ile Müslümanlar yan

yana anılarak örgütlerin yaptıklarının Müslümanlara yönelik fikirlere referans oluşturduğu görülmektedir. Bu da referans höristiğinin varlığını kanıtlar niteliktedir.

- Radikal İslâmi terör tehdidi çok ciddidir, sadece Avrupa ve Orta Doğu'da neler olduğuna bakın. Mahkemeler hızlı hareket etmeli! (@realDonaldTrump, 6 Şubat 2017)

11 Eylül terör saldırılarında buna benzer çağrışımlar, ABD'nin "İslami terörizm" tarafından tehdit edildiği imajını inşa etmek için araçsallaştırılmıştır. Ayrıca mevcut durum, "kitlelerin akın etmesi" olarak nitelendirildiği için "ülkeyi tehdit eden insanların işgali" kavramı sıklıkla görülmektedir. Vurguyu güçlendirmek için ünlem işareti kullanılmıştır.

Avrupa'daki terör saldırılarına (Paris, Brüksel, Nice, Berlin) ve IŞİD'in Orta Doğu'daki terör faaliyetlerine atıfta bulunarak "biz"in (Amerikalıların) "onlar" (İslami teröristler) tarafından tehdit edildiği ifade edilmektedir. Avrupa ve Orta Doğu'ya yapılan bu atıf, terör tehdidinin "çok gerçek" olduğu iddiası için kullanılmaktadır.

Yukarıdaki son iki örnekte "kötü insanların" ABD'ye girmesine ve zarar vermesine olanak sağlayan muhtemel terör faaliyetleri ve bunun olası sorumlularından bahsedilmiştir. Böylece korku çekiciliği kullanılmıştır. Bu söylemde İslâmiyet'le ilgili genel yargılardan uzaklaşmış, bir terör örgütünün son dönemlerde gerçekleştirdiği terör eylemleri baz alınarak bir görüş bildirilmiştir. Böylece ulaşılabilirlik höristiği kullanılmıştır.

- Ana akım (yalan haber) medyaya inanmayın. Beyaz Saray ÇOK İYİ çalışıyor. Bir enkaz miras aldım ve onu düzeltme sürecindeyim. (@realDonaldTrump, 18 Şubat 2017)

Yukarıda görüldüğü üzere olumsuz çekiciliklerle birlikte genellikle olumlu benlik sunumuna da rastlanılmaktadır. Son iki örnek, Trump'ın kendisini olumlu bir şekilde sunarken suçu önceki yönetime ve ana akım medyaya atmak için olumsuz diğer sunumunu nasıl kullandığını göstermektedir. Medyayı sahte ve sahtekâr olarak nitelendirerek kendisine zarar vermeyi ve halkı aldatmayı amaçlayan güvenilmez, taraflı ve güvenilmez bir basın imajı kurgulayarak okuyucunun ana akım medyaya inanmamasını istemektedir.

Bunun tersi olarak, kendisinden bahsederken olumlu niteliklere odaklanmaktadır. Kendisini sorumlu ve işle ilgilenen biri olarak göstermek için hataların inkarını kullanmakta, karşısında olanları günah keçisi ilan ederken vurgu için büyük harfler seçmektedir. Ana akım medya "yalan haber" yapan bir topluluk olarak sınıflandırılmış, temsililik höristiği araçsallaştırılmıştır.

- Florida'dan biraz önce ayrıldım. YALAN HABER medyasının bahsetmeyi reddettiği büyük coşkulu destekçi kalabalığı sıraya giriyor. Çok alçakça! (@realDonaldTrump, 12 Şubat 2017)

Tweette halkın kendisine olan güçlü desteğini vurgulamaktadır. Coşkulu destekçilerden oluşan büyük kalabalıkların kendisinin yolunu çizen insanlar olduğunu vurgulamaktadır. Çok sayıda destekçiye atıfta bulunması, onu halkın değerli bir temsilcisi olarak tasvir etmeye ve Başkan olarak eylemlerini meşrulaştırmaya yardımcı olmaktadır. Basına yönelik sert eleştirilerini pekiştirmek için ünlem işareti ve ağır eleştiri (Çok alçakça!) kullanmıştır. Bu söylemde ana akım medya "yalan haber medyası" olarak sınıflandırılmış, temsililik hōristiği kullanılmıştır.

Görüldüğü gibi, Twitter'da paylaşılan söylem içerikli tweetlerde popülizm 2.0 örnekleri olarak Trump'ın paylaşımlarında birey ve toplulukların kategorize edilmesi, güncel olaylarla genellemelere gidilmesi ve bir olayın güncel yüzünün öncelenmesi perspektifinde karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinin kurulduğu görülmüştür. Stratejiyi oluşturmada alınan karar alma sürecinde hōristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı mevcuttur. Karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu stratejilerinde temsililik hōristiği kullanılmıştır. Suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinde ise ulaşılabilirlik ve referans hōristikleri saptanmıştır.

Sonuç

Karar alma sürecinde birçok neden bu süreci etkilemektedir. Yaşam tecrübesi, benzer durumlarda benzer kararlar verme, içerisinde bulunulan sosyal gruptan etkilenme karar almada en sık görülen etkenlerdendir. Bu süreci etkileyen hōristik karar alma süreci ise kısa yoldan hızlı karar almayı önermektedir. Siyasal davranış üzerine yapılan çalışmalarda hōristik yöntem, daha çok seçmenlerin parti ve adayları göz önüne alarak oy davranışını nasıl gerçekleştirdiği perspektifinde araştırılmıştır. Ancak siyasal aktörlerin politikaları ve seçmenlere yönelik davranışlarında hōristik karar alma sürecini nasıl kullandığı üzerine yapılan araştırmalar kısıtlıdır.

Hōristik karar alma sürecini siyasal aktörler tarafından politika geliştirirken ve söylem inşa ederken kullanıldığı görülmektedir. Söylem inşasında birçok unsurla birlikte popülizm de kullanılmaktadır. Son yıllarda ise popülist söylemlerin dijital ortamların yaygınlaşmasıyla bu alanlara kaydığı ve popülizm 2.0 kavramının kullanımının arttığı görülmüştür.

Bu makalede popülizm 2.0'da hōristik karar alma sürecinin kullanımının tasvir edilmesi amaçlanmıştır. Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017

ile 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet içerik analizi ile incelenmiştir. Bu 216 tweetten popülizm içeren 7 tanesi ise eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir.

Tweetler; kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider temaları altında kategorize edilmiştir. Daha sonra söylemsel stratejiler ortaya koyulmuş ve karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ile provokasyon stratejilerine rastlanılmıştır.

Höristik karar alma yönteminin popülizm 2.0’daki kullanımının araştırılması için höristik türlerinin popülizm 2.0’daki yukarıda bahsedilen stratejilerin söylemlerdeki varlığı sorgulanmış ve şu varsayımlar sınanmıştır:

- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden temsililik höristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik höristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden referans höristiği kullanılmaktadır.

Gerçekleştirilen eleştirel söylem analizi sonunda karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinin varlığı görülmüştür. Bu stratejilerden yola çıkarak höristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı saptanmıştır. Karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu stratejilerinde temsililik höristiği kullanılmıştır. Suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinde ise ulaşılabilirlik ve referans höristiklerine rastlanılmıştır. Bu da popülizm 2.0’ı araçsallaştıran siyasal aktörlerin genellemeler, önyargılar, sınıflandırmalar, kalıplaştırmalar üzerinden bir karar alma stratejisi uyguladıklarını ortaya koymaktadır.

Bu çalışma kapsamında araştırılan konular, bundan sonra da tartışılmalıdır. Popülizm 2.0, yeni teknolojilerle daha etkin hale gelen popülist yaklaşımlar için öngöründe bulunmamızı sağlamaktadır. Benzer konuların araştırılması, alana ait bilgi birikiminin artmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Büyüköztürk, Ş, Çakmak, K. E., Akgün, E. Ö, Karadeniz, Ş, Demirel, F. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem.
- Chadwick, A., ve Stromer-Galley, J. (2016). Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283-293.

- Cheviron, N. T. (2009). Haber-Yorumdan Seyir ve Gösteriye. Y. İnceoğlu, ve N. A. Çomak içinde, *Metin Çözümlemeleri* (ss. 55-70). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelik, Ç. (2013). İMKB’de İşlem Yapan Yatırımcıların Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 337480 (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2022).
- Çelik, H., ve Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi. <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/1193/164229561SM.pdf?squence=1>. (Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022).
- Dancey, L., ve Sheagley, G. (2013). Heuristics Behaving Badly: Party Cues and Voter Knowledge. *American Journal of Political Science*, 57(2), 312-325.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem Çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde), *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 301-323.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fortunato, D., ve Stevenson, R. T. (2013). Perceptions of Partisan Ideologies: the Effect of Coalition Participation. *American Journal of Political Science*, 57(2), 549-477.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York: Pantheon Book.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2014). Populism 2.0: Social Media Activism, the Generic Internet User and Interactive Direct Democracy. C. Fuchs, ve C. Fuchs (Dü.) içinde, *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube* (ss. 67-87). Abingdon: Routledge.
- Gidron, N., ve Bonikowski, B. (2014). Varieties of Populism: Literature Review and Research Agenda. *Weatherhead Working Paper Series*, 13(2), 0-38.
- Gigerenzer, G. (2004). Fast And Frugal Heuristics: The Tools Of Bounded Rationality. D. J. Koehler, N. Harvey, D. J. Koehler, ve N. Harvey (Dü) içinde, *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making* (ss. 62-88). Oxford: Blackwell Publishing.
- Gigerenzer, G., ve Brighton, H. (2009). Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1), 107-143.
- Gimenez, E., ve Natalie, S. (2016). The Visual Construction of ‘the People’ and ‘proximity to the People’ on the Online Platforms of the National Front and Swiss People’s Party. *Österreichische Zeitschrift Für Soziologie*, 41(2), 213-242.
- Gür, T. (2013). Post-modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 5(1), 185-202.
- Hersh, E. D. (2015). *Hacking the Electorate. How Campaigns Perceive Voters*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Janis, L. (1949). *The Problem of Validating Content Analysis*. New York: George W. Stewart.
- Kahneman, D., Slovic, P., ve Tversky, A. (1982). *Judgment Under Uncertainty: Heuristic and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kam, C. D., ve Zechmeister, E. J. (2013). Name Recognition and Candidate Support. *American Journal of Political Science*, 57(4), 971-986.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., ve Jerit, J. (2000). Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *The Journal of Politics*, 62(3), 790-816.
- Lau, R. R., ve Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science*, 45(4), 951-971.
- Miler, K. C. (2009). The Limitations of Heuristics for Political Elites. *Political Psychology*, 30(6), 863-894.
- Mondak, J. J. (1993). Public Opinion and Heuristic Processing of Source Cues. *Political Behavior*, 15(2), 167-192.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 542-563.
- Postill, J. (2019). Populism and Social Media: A Global Perspective. <https://www.oxfordresearchgroup.org.uk/blog/populism-and-social-media-a-global>. (Erişim Tarihi: 15 Nisan 2022).
- Schafer, A. (2021). Digital Heuristics: How Parties Strategize Political Communication in Hybrid Media Environments. *New Media & Society*, 2(3), 1-18.
- Schwartz-Shea, P., ve Yanow, D. (2012). *Interpretive Research Design, Concepts and Processes*. New York: Routledge.
- Shah, A. K., ve Oppenheimer, D. M. (2008). Heuristics Made Easy: An Effort-Reduction Framework. *Psychological Bulletin*, 134(2), 207-222.
- Simon, H. A. (1990). Invariants of Human Behavior. *Annual Review of Psychology*, 41, 1-19.
- Sözen, E. (1999). *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Tversky, A., ve Kahneman, D. (1973). Availability: A Heuristic For Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232.
- Üşür-Sancar, S. (1997). *İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., ve Aalberg, T. (2017). Political Communication in A High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27.
- Van Dijk, T. (2006). *Ideology, and Discourse*, Universitat Pompeu Fabra. <http://www.discourses.org/OldArticles/Politics,%20Ideology%20and%20Discourse.pdf>. (Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2022)
- Van Dijk, T. (2015). *Critical Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Vis, B. (2018). Heuristics and Political Elites' Judgement and Decision Making. *Political Studies Review*, 17(1), 41-52.
- Waisbord, S., ve Amado, A. (2017). Populist Communication by Digital Means: Presidential Twitter in Latin America. *Information Communication and Society*, 20(9), 1330-1346.
- Wodak, R. (2012). *Politics as Usual*. New York: Routledge.

Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: Sage.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.