

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI**

**YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM ALANI: GENÇ SEÇMENLERİN
SİYASALLAŞMA ARACI OLARAK TWITCH.TV KULLANIMI**



YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nurhak ATAR

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

Temmuz 2023

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI**

**YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM ALANI: GENÇ SEÇMENLERİN
SİYASALLAŞMA ARACI OLARAK TWITCH.TV KULLANIMI**



YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nurhak ATAR

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

Temmuz 2023

ÖNSÖZ

Galatasaray Üniversitesi'nin benim için bir okuldan daha fazlası olduğunu belirterek sözlerime başlamak istiyorum. Pandemi döneminde girmiş olduğum bu okuldan, çevrimiçi dersler, ödevler, sunumlar derken artık tezimi de yazarak ayrılmaktayım. 3 senelik bu serüvenin sonunda katkılarından dolayı teşekkür etmek istediğim birçok kişi var. Onların kesintisiz desteği olmadan bu tez tamamlanamazdı ve bu nedenle hepsine en içten teşekkürlerimi sunmaktayım.

Öncelikle, tez süreci boyunca bana karşı her zaman anlayışlı ve sabırlı olan danışmanım Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE'ye en derin şükranlarımı sunmak isterim. Ondan aldığım destek ve rehberlik olmasaydı bu tezi tamamlamam mümkün olmazdı.

Bu tezin temeli 2013 yılında Marmara Üniversitesi'ne girmemle başladı. Nasıl ki ilkokuldaki ilk öğretmenlerimiz hiçbir zaman unutulmaz, benim için de üniversite hazırlık yılımdaki ilk hocalarım hiçbir zaman unutulmayacaktır. Onlar olmadan bu tezin önsözüne bile başlayamazdım. İngilizce öğrenmemde büyük pay sahibi olan değerli hocalarım Burak TOMAK, Meral BALCI, Işıl RUACAN SİLAHTAROĞLU ve Zuhal PEK hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunmaktayım. İyi ki, onlar gibi iyi akademisyenlerden eğitim alabilme şansına sahip olmuşum.

Elbette 6 senelik lisans dönemimde bana dolu dolu bilgiler aktaran, sosyoloji-siyaset ve medya üçgeni içinde ufkumu genişleten, harika deneyimlerini paylaşan, hayatımda apayrı yerleri olan, bana öğretme ve öğrenme konusunda değerli fırsatlar sunan Ayşe Nilüfer DURAKBAŞA, İnci USER, Leyla ŞİMŞEK, Melih ÇOBAN, Ali Murat YEL, Ferit BELDER, Emel PARLAR DAL, Behlül ÖZKAN, Özgür ÜŞENMEZ, Bülent NOMER, Hakan MEHMETÇİK, Ali Murat KURŞUN hocalarıma da derin şükranlarımı sunuyorum.

Yüksek lisans döneminde sorgulama konusunda bana cesaret veren, saha çalışmasına teşvik eden, özgür düşünmemi ve iletişim çalışmalarını sevmemi sağlayan değerli hocalarım Dilruba ÇATALBAŞ, Nilgün TUTAL, Ece VİTRİNEL, Gülsün GÜVENLİ, Tolga ÇEVİKEL ve Barış KARA hocama sonsuz saygılarımı sunuyorum.

Üniversite yıllarında güzel dostluklar da edindim ve hepsinin bana katkısı çok ama çok farklı oldu. Bana kendimi ailesinden biriymiş gibi hissettiren, sinema ve müzik dehası sevgili dostum Deniz KILIÇ, 10 senedir kahrımı çektiğin için iyi ki varsın. D.K sayesinde tanıdığım sevgili Mete KÖKÜMER ve Samet KALKAN, paylaşmış olduğunuz her şey için çok teşekkür ederim. Uzakta da olsa üniversite hayatımı güzelleştiren Çansu ÜSTÜNEL'e ve üstün mizah yeteneği ile yüzümü güldüren Mr.-Mrs. MIHÇIOĞLU'na da ayrı teşekkürlerimi sunarım. Sosyoloji bölümünde başarılı bir öğrenci olmamı sağlayan ve arkadaşlığın çıkar ilişkisine dayanmadığını gösteren Yasin GÜRKAN ve Dilara ŞENEL, iyi ki hayatımdasınız ve 3 senelik yüksek lisans stresini sizinle ara ara buluşmalar sayesinde atlattım. Siyasal Bilgiler Fakültesi benim ikinci evimdi. Burayı evim gibi hissetmemi sağlayan ve unutulmaz anılar yaşamama vesile olan Siyasal Bilgiler Futbol Takımı

arkadaşlarıma buradan tüm sevgilerimi yolluyorum. İyi ki varsınız. Unutmayın: Our land, our rules... Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki dönem arkadaşım Burak ZEMBAT'a, Erol Oytun ERCAN'a ve Furkan ŞAHİN'e lisans dönemi boyunca güzel arkadaşlıkları için ayrı teşekkür ederim.

Sevgili Bodrum ekibi sizler olmasanız bu hayatın pek de bir anlamı olmazdı. Ergün-Müjgan LÜTOĞLU ve Egemen-Seren EKSİLMEZ, sizler bu tez sürecinin güzelleşmesine vesile oldunuz. Kısa Bodrum kaçamaklarım olmasa bu tez yazım süreci asla güzelleşmezdi. İyi ki varsınız!

Galatasaray Üniversitesi'ndeki arkadaşlarımdan Robin KANAT, Özlem KAHVECİ, Enes AKDAĞ, Beyza CERAN, Sümeyra SOYDAŞ, Kübra SOLMAZ ve Ilgaz GÖKIRMAKLI'nın yeri bende pandemi döneminin etkilerini en aza indirdikleri ve her zaman güzel enerji verdikleri için apayrı olacaktır. Bu tez hakkında değerli geri bildirimlerde bulunan ve beni sürekli ve düşünceli bir şekilde teşvik eden Ece ELMAS'a çok teşekkür etmek istiyorum: Onun sevgisi, zamanı ve ilgisi olmasaydı asla bu kadar çok şeyi başaramazdım.

Elbette Twitch.tv Türkiye topluluğuna ayrı teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Bu tez için gönüllü olan herkese apayrı ama başta yayıncı-gazeteci İbrahim HASKOLOĞLU'na ve Görkem ÇAYAN'a tezin örnekleme ulaşmamda verdikleri desteklerden ötürü sonsuz teşekkürlerimi iletmek isterim.

Son olarak, yıllar boyunca bana kattıkları her şey için Annem Kıymet ATAR'a, Babam Arif ATAR'a, Ablam Ayşe İmge ATAR'a, Kardeşim Ece Dilan ATAR'a, Üniversite'ye girmem için kapılarını açan Amcam Selçuk ATAR ve yengem Nevin ATAR'a, bu üniversite hayatını deneyimlememe vesile olan ve tercihlerimi yaparken yardımcı olan Yalçın ve İbrahim Abime sonsuz teşekkür etmek istiyorum. İyi ki ailemsiniz.

Nurhak ATAR
Haziran 2023
Bakırköy

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
RÉSUMÉ	x
ABSTRACT.....	xiv
ÖZET	xviii
GİRİŞ	1
1. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI	6
1.1. Siyasal İletişime Yönelik Farklı Tanımlamalar	8
1.2. Siyasal İletişimin Aktörleri	11
1.2.1. Seçilmiş Siyasi Aktörler	12
1.2.2. Diğer Örgütlü Aktörler	14
1.2.3. Medya	16
1.2.4. Halk/Seçmen Kitle	17
1.3. Geçmişten Günümüze Siyasal İletişim: Çağlar Ekseninde Analiz	18
1.4. Sosyal Medya Çağında Siyasal İletişim.....	25
1.4.1. ABD Başkanlık Seçimlerinde Youtube ve Twitter Kullanımı.....	27
1.4.2. Türkiye’de Youtube ve Twitter Kullanımı	28
2. TWITCH.TV	32
2.1. Justin.tv’den Twitch.tv’ye Geçiş Süreci.....	33
2.2. Twitch.tv’ye Yönelik Tanımlar	34
2.3. Twitch.tv’nin Ekosistemi ve Kullanıcıların Özellikleri	38
2.4. Dünyada ve Türkiye’de Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv Kullanımı.....	43
2.5. 14 Mayıs 2023 – 28 Mayıs 2023 Genel ve Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Twitch.tv Kullanımı	53

3. YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM ALANI OLARAK GENÇ SEÇMENLER TARAFINDAN TWITCH.TV KULLANIMI.....	63
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	63
3.1.1. Araştırmanın Yöntemi.....	66
3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	68
3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	69
3.2. Literatür İncelemesi.....	70
3.2.1. Çevrimiçi Topluluklar ve Üçüncü Alanlar Bağlamında Twitch.tv.....	71
3.2.2. E-spor, Oyun Yayıncılığı ve İzleyiciliği Kültürü Bağlamında Twitch.tv..	72
3.2.3. Kullanım Motivasyonları Bağlamında Twitch.tv.....	75
3.2.4. Dil ve Kültür Bağlamında Twitch.tv	79
3.2.5. Ekonomi Politik ve Sağladığı Olanaklar Bağlamında Twitch.tv	80
3.2.6. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Twitch.tv	83
3.2.7. Stratejik İletişim Bağlamında Twitch.tv	84
3.2.8. Yeni Yayıncılık Türü Bağlamında Twitch.tv	85
3.2.9. Siyasal İletişim Bağlamında Twitch.tv	87
3.3. Bulgular ve Genel Değerlendirme.....	90
3.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	90
3.3.2. Katılımcıların Twitch.tv Kullanımı ve Üyelik Süreleri	91
3.3.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Twitch.tv İzleme Sebepleri ..	92
3.3.4. Twitch.tv'nin Sağladığı Olanaklar ve Potansiyeli.....	101
3.3.5. Twitch.tv'nin Kategori İzlenimleri ve Gündem Takibi	106
3.3.6. Platform Kullanımı, Oyun Kültürü ve Siyasetçilerin Dil Uyumu: Twitch.tv'de Siyasetçilerin Dil Kullanımı.....	114
3.3.6.1. Twitch.tv Jargonunun Siyasete Uyarlanması	121
3.3.7. Twitch.tv, Siyaset ve Siyasal İletişim Süreci	125
3.3.7.1. Twitch.tv'de Siyasetçilerin Yer Almalarına İlişkin Katılımcı Görüşleri	125
3.3.7.2. Katılımcıların Siyasi Kanalları Takip Etme Davranışları.....	130
3.3.7.3. Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv'nin Uygunluğu ve Kullanım Yöntemleri	133
3.3.7.4. Siyasetçilerin Twitch.tv Potansiyelinin Farkındalığı.....	137
3.3.7.5. Katılımcıların, Siyasetçilerin Twitch.tv Performansları Değerlendirilmesi	142
3.3.7.6. Genç Kitleye Ulaşmak İçin Twitch.tv Platformuna Konuk Olma.....	146
3.3.7.7. Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv'nin Kullanılması	152
3.3.7.7.1 Siyasetin Twitch.tv Platformunda Yer Alması.....	156
3.3.7.8. Twitch.tv, Oy Verme Tercihi ve Siyasi Tutum Gelişimi.....	159

3.3.7.9. Siyasi Kullanım Anlamında Twitch.tv Platformundan, Yayıncılardan, İzleyicilerden, Siyasetçilerden ve Siyasi İçerik Üreten Yayıncılardan Beklentiler	166
3.3.8. Genel Değerlendirme ve Yorumlar	176

SONUÇ	189
KAYNAKÇA	196
EK: GÖRÜŞME KILAVUZU.....	211
EK2: KATILIMCILARLA GÖRÜŞMELERİN YAPILDIĞI TARİH	213
ÖZGEÇMİŞ	214
TEZ ONAY SAYFASI.....	215

KISALTMALAR

ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
TV	:	Televizyon
HIV	:	Human Immunodeficiency Virus- İnsan Bağışıklık Yetmezliği Virüsü
AIDS	:	Acquired Immune Deficiency Syndrome-Kazanılmış Bağışıklık Yetersizliği Sendromu
STK	:	Sivil Toplum Kuruluşları
STÖ	:	Sivil Toplum Örgütleri
BBC	:	British Broadcasting Corporation
CNN	:	Cable News Network
CHP	:	Cumhuriyet Halk Partisi
AKP	:	Adalet ve Kalkınma Partisi
AOC	:	Alexandria Ocasio-Cortez
İBB	:	İstanbul Büyükşehir Belediyesi
POG	:	Play of The Game
LGBTIQA:		Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transseksüel, İnterseksüel, Queer ve Ally
E-Spor:		Elektronik Spor
IRL	:	In Real Life – Gerçek Hayatta –
Y. Y	:	Yüzyıl

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 2.1. Ükelere Göre Toplam Twitch.tv İzleyicisi, Twitch Tracker, 2021	37
Şekil 2.2. Kategori Bazında Twitch.tv İzlenme Saati ve Oranı, Twitch Tracker, 2022 ..	38
Şekil 2.3. Aylık Twitch.tv Akışı İzleme Süresi, Twitch Tracker, 2022	39
Şekil 2.4. Aktif Twitch.tv Yayıncı Sayısı, Twitch. Tracker, 2022.....	40
Şekil 2.5. Twitch.tv Kullanıcılarının Yaş Grubuna Göre Dağılımı, Mayıs 2022 (Statista, 2022)	41
Şekil 2.6. Dünya Çapındaki Twitch.tv Kullanıcılarının Cinsiyete Göre Dağılımı, 2022, Statista	42
Şekil 2.7. İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Abonelik Hediye Etmesi, Reddit.com ..	52
Şekil 2.8. E-spor Oyuncusu 'Legoo' #OyVer Çağrısı Yaptığı Yayın.....	54
Şekil 2.9. "KendineMüziyen" Yayıncısının Seçim Öncesi Kılıçdaroğlu'nun Sloganını Kullandığı Yayın	55
Şekil 2.10. "BurakSakinOl" Yayıncısının Seçim Öncesi #ilkturdabitirelim Başlığı ile Açmış olduğu Yayın	56
Şekil 2.11. "Haskologlu" Yayıncısının İzleyicilerine Oy Kullanma Çağrısında Bulunduğu Yayın	56
Şekil 2.12. PurpleBixi Eşliğinde Yapılan Seçim Özel Yayın Afışı.....	57
Şekil 2.13. PurpleBixi'nin 14 Mayıs 2023 Seçim Gününde Yaptığı Yayın.....	58
Şekil 2.14. 14 Mayıs 2023 Seçim Günü Twitch.tv'de En Çok İzlenen Yayıncılar, TwitchTracker, 2023.....	58
Şekil 2.15. Haskologlu'nun 14 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını.....	59
Şekil 2.16. Haskologlu'nun 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını.....	60
Şekil 2.17. CavsKarahanlı'nın 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını	60
Şekil 2.18. PurpleBixi'nin 28 Mayıs 2023 Seçim Özel Yayını	60
Şekil 2.19. Twitch.tv'nin En Çok İzlenen Yayıncılarından HasanAbi'nin Seçim Yayını	60
Şekil 2.20. Jahrein'in 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yapmış Olduğu Twitch.tv Yayını...	61
Şekil 2.21. 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Twitch.tv'de En Çok İzlenen Yayıncılar, TwitchTracker, 2023.....	61
Şekil 2.22. Twitch.tv Yayın Odasının Görseli	101
Şekil 2.23. Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk'un #20liyaslarchallenge Paylaşımı	118
Şekil 2.24. Taylan Yıldız'ın İBB Meclisinde S ve kadim dostu J Kullanması, Reddit ..	119
Şekil 2.25. Twitch.tv'de Kanalı Olan Siyasetçiler, 2023	131
Şekil 2.26. Twitch.tv'de Gündem Yayını Yapan Kanallar	132

TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	91
Tablo 2.2. Katılımcıların Günlük Twitch.tv Kullanım Süreleri	92
Tablo 2.3. Katılımcıların Platforma Üyelik Süreleri	92
Tablo 2.4. Katılımcıların Twitch.tv İzleme Sebepleri	95
Tablo 2.5. Twitch.tv’de Siyasetçilerin Kullanabileceği Özellikler	135

RÉSUMÉ

Twitch.tv est un site web de diffusion en direct lancé en 2011 qui permet aux streamers de partager leurs jeux vidéo auxquels ils jouent ou le contenu qu'ils produisent avec les téléspectateurs en temps réel, où les streamers partagent eux-mêmes avec d'autres téléspectateurs via une vue caméra (Harpstead et al., 2019 ; Twitch, 2022 ; Hamilton et al., 2014 ; Scully-Blaker et al., 2017). Sur cette plateforme, les utilisateurs ont la possibilité de jouer à des jeux vidéo, de discuter, de parler et de créer des programmes de jeu, et même de faire du streaming eux-mêmes tout en effectuant diverses activités quotidiennes. Twitch.tv s'appuie sur une variété de contenus créés par des streamers pour attirer les internautes sur le site. Twitch.tv met à la disposition de ses utilisateurs une plateforme sur laquelle ils peuvent diffuser en direct tous les contenus qu'ils souhaitent, et s'impose ainsi comme une plateforme pionnière permettant à des millions de personnes de se retrouver et d'interagir. En examinant comment Twitch.tv est perçu comme une plateforme de la diffusion en direct, il est entendu que la plupart des gens voient la plateforme comme un portail de jeu ou l'associent à la culture du jeu. Cependant, dans le passé, la plateforme a été largement commercialisée auprès des joueurs et des téléspectateurs de jeux vidéo, et est utilisée par ceux qui s'intéressent à ce sujet. D'un autre côté, la plupart des recherches sur Twitch.tv soulignent spécifiquement le rôle des streamers et des téléspectateurs, les modèles et les dimensions de communication entre eux, l'écosystème de la plateforme et la montée rapide de la plateforme. Les recherches existantes montrent qu'il n'y a pas assez d'études sur la communication politique, la politisation des individus et leur participation politique. De plus, la présence de personnalités politiques sur la plateforme a rendu encore plus importantes les études sur les relations entre Twitch.tv et la politique. Ce site de vidéo simultanée, qui s'adressait à l'origine aux amateurs de jeux vidéo, est considéré comme un nouveau champ de communication politique pour cette thèse. Dans cette thèse intitulée « Un nouveau champ de communication politique : l'utilisation de Twitch.tv comme un outil de politisation par les jeunes électeurs », l'effet de Twitch.tv sur le processus de politisation des jeunes électeurs qui voteront pour la première fois et si c'est un nouveau champ politique qui a été exploré. Dans ce contexte, des recherches documentaires et des études exploratoires montrent que Twitch.tv est une plateforme où les jeunes passent en particulier du temps, et que les hommes politiques font divers investissements dans cette plateforme, bien que très lentement. En plus de ces études, il a été révélé que le contenu de Twitch.tv a changé au fil du temps et que des sujets politiques et d'agenda ont été discutés sur cette plateforme. Compte tenu de ces indicateurs, la principale question de départ de cette étude s'est posée comme suit : « Comment les jeunes électeurs, en particulier ceux qui voteront pour la première fois, utilisent Twitch.tv comme un outil d'information politique et de politisation? ».

Dans le premier chapitre de la thèse intitulée "Communication politique", les études de base sur le concept de communication politique et la manière dont la communication politique est utilisée à l'ère des médias sociaux sont discutées. De plus, dans cette section, par quoi le concept de communication politique a été utilisé pour la

première fois dans les études universitaires, diverses définitions de la communication politique, qui ont participé au processus de communication politique et comment la communication politique a changé au fil des âges sont données. Lorsque le premier chapitre est analysé en détail et que les définitions de la communication politique sont examinées, il est conclu que la communication politique a une structure complexe. En regardant les définitions faites par les différents théoriciens et chercheurs, on comprend que la communication politique a un contenu conceptuel complexe, mais elle a été utilisée sous diverses formes du passé au présent et ce champ est utilisé par les acteurs politiques comme une type de communication pour interagir avec les hommes politiques et les électeurs. Après les définitions de la communication politique, qui sont discutées en détail et dont le cadre conceptuel est déterminé, les acteurs impliqués dans le processus de communication politique sont expliqués en détail. En examinant les acteurs impliqués dans le processus de communication politique, il est détaillé qu'en plus des acteurs politiques élus, des acteurs organisés, des médias et des électeurs prennent une part active à la communication politique. Dans cette partie de la thèse, d'abord l'article écrit par Blumler et Kavanah (1999) puis l'article « Le quatrième âge de la communication politique » de Blumler en 2016 sont considérés comme les principales sources, les trois premiers âges de la communication politique puis les quatrièmes âges de la communication politique sont expliqués et l'évolution de la communication politique du passé au présent a été analysée sur l'axe des âges. De plus, à la fin de cette section, l'utilisation de YouTube et de Twitter aux États-Unis et en Turquie dans le cadre de la communication politique à l'ère des médias sociaux a été détaillée, indiquant que des plateformes telles que YouTube et Twitter, qui sont populaires plateformes de réseaux sociaux, permettent aux candidats d'atteindre directement les électeurs et de mobiliser leurs partisans.

Dans le deuxième chapitre de la thèse, il a été tenté d'expliquer ce qu'est Twitch.tv en général, sur la base des données entre les années 2021-2022. Tout d'abord, l'émergence et le développement historique de Twitch.tv sont soulignés, puis le processus de transition de Justin.tv à Twitch.tv est mentionné. Cette section attire également l'attention sur les différentes définitions de Twitch.tv. Lorsque les définitions de Twitch.tv sont examinées, cette plateforme a été définie en termes de fonctionnalités telles que les communautés interagissant simultanément les unes avec les autres, il existe un flux en direct important pour la communication stratégique et elle crée des troisièmes espaces pour les communautés virtuelles. Ensuite, sur la base des données actuelles, les caractéristiques de base des utilisateurs de Twitch.tv et Twitch.tv, le nombre de téléspectateurs de la plateforme Twitch par pays, le nombre de personnes regardées, le nombre de diffuseurs actifs, quelles catégories sont populaires sur Twitch. Tv, la répartition des utilisateurs par tranches d'âge et par sexe sur Twitch.tv est expliquée en détail. À la fin de cette section, l'utilisation de Twitch.tv dans le processus de communication politique et de politisation, qui constitue la base fondamentale de cette thèse, est discutée avec des exemples du monde et de la Turquie. Il a été évalué comment Twitch.tv est utilisé comme une espace de communication politique et de politisation par les utilisateurs et les éditeurs de la plateforme lors des élections tenues les 14 et 28 mai 2023 en Turquie, et comment ces formes d'utilisation contribuent à Twitch.tv et au domaine de politique.

Dans le troisième chapitre de cette thèse, intitulée « L'utilisation de Twitch.tv comme un nouvel espace de communication politique par les jeunes électeurs », la méthode de recherche, le but de la recherche, son importance, la question de départ de la recherche, là les hypothèses, l'échantillon et l'étendue de la recherche sont détaillés. Le fait que la fonctionnalité de diffusion en direct offerte par Twitch.tv montre de nouveaux effets dans le domaine de la politique nous montre également que ce domaine est un domaine de recherche important. Dans ce contexte, l'objectif principal de cette thèse est d'examiner l'utilisation par les hommes politiques de la plateforme Twitch.tv comme un nouvel outil de communication politique, leurs efforts pour participer à cette plateforme, la discussion de la politique sur cette plateforme et leurs approches de ce nouveau processus de communication politique du point de vue des utilisateurs de Twitch.tv. Dans cette thèse, dans laquelle la méthode de recherche qualitative a été utilisée, d'abord une revue de la littérature a été utilisée pour répondre aux questions de recherche sur la relation entre Twitch.tv et la communication politique, puis une technique d'entretien approfondi en ligne semi-structuré a été utilisée pour comprendre pourquoi, comment et de quelles façons les jeunes utilisent cette plateforme. Dans ce cadre, sur 210 personnes ayant souhaité participer à la thèse via Google Docs, 99 personnes ayant coché la phrase « Je n'ai jamais voté auparavant » ont été contactées via les adresses e-mail qu'elles ont partagées sur Google Docs. Des entretiens ont eu lieu avec les 18 premières personnes qui ont répondu par e-mail. Ensuite, on a demandé à 18 participants s'ils connaissaient des personnes qui étaient des téléspectateurs de Twitch.tv qui n'avaient pas voté auparavant, et 13 autres personnes ont été atteintes de cette manière. Dans ce contexte, des entretiens ont eu lieu avec 18 personnes qui ont participé via les publications sur différentes plateformes de réseaux sociaux. Par la suite, des entretiens ont été menés avec 13 autres personnes avec la méthode boule de neige en ligne, qui est la version numérique de la technique boule de neige, qui est l'une des méthodes utilisées pour créer un échantillon dans la méthode de recherche qualitative. Dans ce contexte, des entretiens en ligne semi-structurés ont été menés avec 31 utilisateurs de Twitch.tv (22 hommes et 9 femmes) de l'échantillon entre le 05.04.2023 et le 11.04.2023, et ces entretiens ont duré en moyenne 35 minutes.

Dans cette étude, l'approche d'analyse descriptive, qui est une technique de recherche qualitative, a été utilisée car les résultats obtenus à la suite d'entretiens approfondis seront analysés sous des sous-titres. Des discussions telles que la question de savoir si Twitch.tv est un lieu où se déroulent la communication politique et la politique, les opportunités offertes par Twitch.tv, la transformation des catégories dans Twitch.tv, l'utilisation de Twitch.tv par les hommes politiques, la politisation des utilisateurs et le développement des attitudes politiques sont détaillés dans les conclusions. En plus du troisième chapitre de la recherche, il y a une longue revue de littérature qui domine cette partie. Les principales raisons pour lesquelles la section littérature est si complète sont que les études sur Twitch.tv en Turquie n'ont pas beaucoup d'importance, le contact étroit de la plateforme avec la communication politique est ignoré et les études universitaires dans ce domaine sont rares. Pour cette raison, la section littérature est détaillée afin de faire connaître Twitch.tv et de montrer aux lecteurs les études réalisées dans le domaine.

À la suite de l'analyse des résultats, il a été conclu que Twitch.tv est apparu comme un nouveau domaine de communication politique présente un potentiel important. Il est entendu que cette plateforme, qui semble évoluer et se développer avec ses utilisateurs et les différents thèmes de contenu qui apparaissent au fil du temps, permettra aux hommes politiques de s'exprimer sincèrement auprès d'un public plus large lorsqu'elle est utilisée efficacement. Bien qu'il soit conclu que les hommes politiques en Turquie utilisent Twitch.tv de manière insuffisante, Twitch.tv en tant que plateforme de diffusion en direct indique qu'il s'agira d'un domaine critique pour comprendre l'activisme politique futur, les campagnes politiques pendant les périodes électorales et la communication politique entre les électeurs et les hommes politiques. Car sur cette plateforme, on parle de politique sur toutes les chaînes, y compris les diffusions de jeux, et comme tout peut être politique, il est naturel que cela se produise sur Twitch.tv. En plus de ces résultats, il a été conclu que Twitch.tv est généralement utilisé par les individus de la tranche d'âge entre 18-30 ans, la population féminine est le plus bas à la population masculine, le nombre d'utilisateurs et de vues de Twitch.tv a particulièrement augmenté après la période de la pandémie et c'est une plateforme alternative aux médias traditionnels. En regardant les avis des jeunes électeurs qui ont voté pour la première fois, il a été conclu que cette plateforme n'est plus une plateforme où se font principalement des diffusions de jeux, et que les contenus de Twitch.tv sont de plus en plus diversifiés allant des recettes aux émissions de chat, des chaînes éducatives aux chaînes qui discutent de l'agenda. En fait, on voit que Twitch.tv est de plus en plus utilisé comme un domaine important pour le processus politique et de communication politique. Dans ce contexte, il a été conclu que les participants utilisent généralement Twitch.tv pour suivre les développements économiques, politiques et sociaux et pour obtenir des informations, d'autre part, ils utilisent la plateforme pour interagir et socialiser avec d'autres personnes. Une autre conclusion des résultats est que les participants qui soutiennent l'existence et la discussion de la politique sur Twitch.tv, définissent les hommes politiques comme des "invités" ou des "non sincères" parce que les hommes politiques en Turquie n'utilisent pas fréquemment cette plateforme et ne peuvent pas découvrir le potentiel de Twitch. Tv dans le processus de communication politique, et les participants déclarent que les hommes politiques n'investissent pas suffisamment dans Twitch.tv.

Cette thèse examine l'impact du concept de communication politique, dont la définition change également selon les canaux auxquels elle est soumise, à travers Twitch.tv, une plateforme de diffusion en direct. Cette étude apportera une contribution unique aux études sur Twitch.tv, car peu de travaux ont été réalisés sur cette plateforme dans le monde et il n'y a pas eu d'étude approfondie sur Twitch.tv et la communication politique en Turquie. Nous espérons que cette thèse, qui est pionnière pour les futures recherches portant sur la relation entre Twitch.tv et la politique, contribuera à la littérature et éclairera de nouvelles études en augmentant l'intérêt pour ce domaine.

Mots clés: Twitch.tv, la plateforme de diffusion en direct, la communication politique, la politisation

ABSTRACT

Twitch.tv is a live streaming website launched in 2011 that allows streamers to share the video games they play or the content they produce with viewers in real time, where the streamers themselves share it with other viewers via a camera view (Harpstead et al., 2019; Twitch, 2022; Hamilton et al., 2014; Scully-Blaker et al., 2017). On this platform, users find the opportunity to play video games, just chatting, talk and make game programs, and even streamers themselves while doing various daily activities. Twitch.tv relies on a variety of content created by streamers to attract internet users to the site. Twitch.tv provides its users with a platform where they can broadcast any content they want live, and thus stands out as a pioneering platform that helps millions of people come together and interact. Examining how Twitch.tv is perceived as a live streaming platform, it is understood that most of the people see the platform as a gaming portal or associate it with gaming culture. However, in the past, the platform has largely been marketed to video game players and viewers, and is used by those interested in this subject. On the other hand, most of the research on Twitch.tv specifically points to the role of streamers and viewers, the communication patterns and dimensions between them, the ecosystem of the platform and the rapid rise of the platform. Existing research shows that there are not enough studies on political communication, the politicization of individuals and their political participation. In addition, the presence of political figures on the platform has made the studies on the relationship between Twitch.tv and politics even more important. This simultaneous video website, which was designed for video game enthusiasts when it first appeared, is considered as a new field of political communication for this thesis. In this thesis titled *"A New Field of Political Communication: The Use of Twitch.tv as a Tool for Politicization by Young Voters"*, the effect of Twitch.tv on the politicization process of young voters who will vote for the first time and whether it is a new political field has been investigated. In this context, desk-based research and exploratory studies show that Twitch.tv is a platform where especially young people spend time, and that politicians make various investments in this platform, albeit very slowly. In addition to these studies, it has been revealed that Twitch.tv contents have changed over time and politics and agenda topics have been discussed on this platform. Considering these indicators, the main starting question of this study determined as *"How do young voters, especially those who will vote for the first time, use Twitch.tv as a political information and politicization tool?"*.

In the first part of the thesis titled *"Political Communication"*, the basic studies on the concept of political communication and how political communication is used in the era of social media are discussed. Again, in this section, by whom the concept of political communication was first used in academic studies, various definitions of political communication, who took part in the political communication process, and how political communication has changed over the ages are given. When the first chapter is analyzed in detail and the definitions for political communication are examined, it is concluded that political communication has a complex structure. Looking at the definitions made by different theorists and researchers, it is understood that political communication has a

complex conceptual content, but it has been used in various forms from past to present and this field is used by political actors as a type of communication to interact with both politicians and voters. After the political communication definitions, which are discussed in detail and whose conceptual framework is determined, the actors involved in the political communication process are explained in detail. Looking at the actors involved in the political communication process, it is detailed that, in addition to the elected political actors, organized actors, media and voters take an active part in political communication. In this part of the thesis, firstly the article written by Blumler and Kavanah (1999) and then “*The Fourth Age of Political Communication*” article by Blumler in 2016 are considered as the main sources, the first three ages of political communication and then the fourth age of political communication are explained and the development of political communication from the past to the present has been analyzed on the axis of the ages. In addition, at the end of this section, the use of Youtube and Twitter in the United States and Turkey in the context of political communication in the era of social media has been detailed, stating that platforms such as YouTube and Twitter, which are popular social media platforms, allow candidates to reach voters directly and mobilize their supporters.

In the second part of the thesis, it has been tried to explain what Twitch.tv is in general, based on the data between the years 2021-2022. First, the emergence and historical development of Twitch.tv is emphasized, and then the transition process from Justin.tv to Twitch.tv is mentioned. This section also draws attention to the different definitions made for Twitch.tv. When the definitions for Twitch.tv are examined, this platform has been defined in terms of features such as communities interacting with each other simultaneously, there is an important live stream for strategic communication, and it creates third spaces for virtual communities. Then, based on current data, the basic features of Twitch.tv and Twitch.tv users, the number of viewers of the Twitch platform by country, how many people are watched, the number of active broadcasters, which categories are popular on Twitch.tv, the distribution of users by age groups and gender on Twitch.tv is explained in detail. At the end of this section, the use of Twitch.tv in the process of political communication and politicization, which forms the basis of this thesis, is discussed with examples from the world and Turkey. It has been evaluated how Twitch.tv is used as a political communication and politicization area by platform users and publishers in the elections held on 14 and 28 May 2023 in Turkey, and how these forms of use contribute to Twitch.tv and the field of politics.

In the third part of this thesis, titled “*The Use of Twitch.tv as a New Political Communication Area by Young Voters*”, the method of the research, the aim of the research, its importance, the starting question of the research, the hypotheses, the sample and the scope of the research are detailed. The fact that the live streaming feature offered by Twitch.tv shows new effects in the field of politics also shows us that this field is an important research area. In this context, the main purpose of this thesis is to examine the politicians' use of the Twitch.tv platform as a new political communication tool, their efforts to take part in this platform, the discussion of politics on this platform and their approaches to this new political communication process from the perspective of Twitch.tv users. In this thesis, in which the qualitative research method was used, firstly a literature

review was used to answer the research questions about the relationship between Twitch.tv and political communication, and then a semi-structured online in-depth interview technique was used to understand why, how and in what ways young people use this platform. In this context, out of 210 people who wanted to participate in the thesis via GoogleDocs, 99 people who marked the phrase "I have not voted before" were contacted via the e-mail addresses they shared on GoogleDocs. Interviews were held with the first 18 people who responded via e-mail. Then, 18 participants were asked whether they knew people who were Twitch.tv viewers who had not voted before, and 13 more people were reached in this way. In this context, interviews were held with 18 people who participated through the posts on different social media platforms. Subsequently, interviews were conducted with 13 more people with the online snowball method, which is the digital version of the snowball technique, which is one of the methods used to create a sample in the qualitative research method. In this context, semi-structured online interviews were conducted with 31 Twitch.tv users (22 Male- 9 Female) in the sample between 05.04.2023 and 11.04.2023, and these interviews lasted an average of 35 minutes.

In this study, the descriptive analysis approach, which is a qualitative research technique, was used as the findings obtained as a result of in-depth interviews will be analyzed under sub-headings. Discussions such as whether Twitch.tv is a place where political communication and politics take place, the opportunities provided by Twitch.tv, the transformation of categories in Twitch.tv, the use of Twitch.tv by politicians, the politicization of users and the development of political attitudes are detailed in the findings. In addition to the third part of the research, a long literature review dominates. The main reasons why the literature section is so comprehensive is that the studies on Twitch.tv in Turkey are not given much importance, the platform's close contact with political communication is ignored and academic studies in this field are few. For this reason, the literature section is given in detail in order to raise awareness about Twitch.tv and to show the readers the studies done in the field.

As a result of the analysis of the findings, it was concluded that Twitch.tv emerged as a new political communication area with significant potential. It has been understood that this platform, which seems to change and develop with its users and different content themes come to the fore over time, will enable politicians to express themselves sincerely to a wider audience when used effectively. Although it is concluded that politicians in Turkey are insufficient in their use of Twitch.tv, Twitch.tv as a live streaming platform signals that it will be a critical area for understanding future political activism, political campaigns during election periods and political communication between voters and politicians. Because on this platform, politics is talked about in every channel, including game broadcasts, and as everything can be politics, it is natural for this to happen on Twitch.tv. In addition to these findings, It has been concluded that Twitch.tv is generally used by individuals in the 18-30 age group, the female population is less than the male population, the number of users and views of Twitch.tv has increased especially after the pandemic period and it is an alternative platform to traditional media. Looking at the opinions of the young voters who voted for the first time, it was concluded that this platform is no longer a platform where mainly game broadcasts are made, and that the contents of

Twitch.tv are increasingly diversified from recipes to chat broadcasts, from educational channels to channels that discuss the agenda. In fact, it is seen that Twitch.tv is increasingly used as an important area for politics and political communication process. In this context, it has been concluded that the participants generally use Twitch.tv to follow economic, political and social developments and to obtain information, on the other hand, they use the platform to interact and socialize with other people. Another conclusion drawn from the findings is that participants who support the existence and discussion of politics on Twitch.tv, define politicians as "guests" or "insincere" because politicians in Turkey do not use this platform frequently and cannot discover the potential of Twitch.tv in the political communication process, and participants state that adequate investments in Twitch.tv are not made by politicians.

This thesis examines the impact of the concept of political communication, whose definition also changes according to the channels it is subject to, through Twitch.tv, a live streaming platform. This study will make a unique contribution to Twitch.tv studies, as there has been little work done on Twitch.tv in the world and there has not been a comprehensive study on Twitch.tv and political communication in Turkey. It is hoped that this thesis, which is a pioneer for future research focusing on the relationship between Twitch.tv and politics, will contribute to the literature and shed light on new studies by increasing the interest in this field.

Keywords: Twitch.tv, Live-Streaming Platform, Political Communication, Politicization

ÖZET

Twitch.tv, yayıncıların oynadıkları video oyunları veya ürettikleri içerikleri izleyicilerle gerçek zamanlı olarak paylaşmalarına olanak tanıyan, yayıncının kendisinin bir kamera görüntüsü aracılığıyla diğer izleyicilerle paylaştığı 2011 yılında kullanıma sunulan canlı akış web sitesidir. (Harpstead vd., 2019; Twitch, 2022; Hamilton vd, 2014; Scully-Blaker vd., 2017). Bu platformda kullanıcılar, video oyunları oynama, sadece sohbet etme, konuşma ve oyun programları yapma, hatta çeşitli günlük aktiviteleri yaparken kendilerini yayınlama imkânı bulmaktadırlar. Twitch.tv, internet kullanıcılarını siteye çekmek için yayıncılar tarafından oluşturulan birbirinden farklı içeriklere güvenmektedir. Twitch.tv, kullanıcılarına istedikleri her türlü içeriği canlı olarak yayınlatabilecekleri bir platform sağlamakta ve bu sayede milyonlarca kişinin bir araya gelip etkileşim kurmasına yardımcı olan öncü bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Twitch.tv'nin bir canlı akış platformu olarak nasıl algılandığı incelendiğinde, insanların çoğu, platformu bir oyun portalı olarak gördüğü veya onu oyun kültürü ile ilişkilendirdiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, geçmişte platform büyük ölçüde video oyunu oyuncuları ve izleyicilerine yönelik olarak pazarlanmakta ve bu platform bu konuya ilgi duyanlar tarafından kullanılmaktadır. Öte yandan Twitch.tv üzerine yapılan araştırmaların çoğu özellikle yayıncı ve izleyicinin rolüne, aralarındaki iletişim kalıplarına ve boyutlarına, platformun ekosistemine ve platformun hızlı bir şekilde yükselmesine işaret etmektedir. Mevcut araştırmalar da siyasal iletişim, bireylerin siyasallaşması ve siyasi katılımı konusunda yeterli çalışmaların olmadığını göstermektedir. Bunlara ek olarak, platformda artık siyasi figürlerin de yer alması Twitch.tv ve siyaset ilişkisine yönelik yapılan çalışmaları daha da önemli hale getirmiştir. İlk ortaya çıktığında video oyunu tutkunları için tasarlanan bu eş zamanlı video web sitesi, bu tez için yeni bir siyasal iletişim alanı olarak ele alınmıştır. “Yeni Bir Siyasal İletişim Alanı: Genç Seçmelerin Siyasallaşma Aracı Olarak Twitch.tv Kullanımı” başlıklı bu tezde Twitch.tv'nin ilk defa oy verecek genç seçmenlerin siyasallaşma sürecindeki etkisi ve yeni bir siyasal alan olup olmadığı araştırılmıştır. Bu bağlamda, yapılan masa başı araştırmalar ve keşif çalışmaları aslında Twitch.tv'nin özellikle gençlerin zaman geçirdiği bir platform olduğunu, siyasetçilerin çok yavaş da olsa bu platforma çeşitli yatırımlar yaptığını göstermektedir. Bu araştırmalara ek olarak, Twitch.tv içeriklerinin zaman içerisinde değişiklik gösterdiğini ve siyaset-gündem konularının bu platformda tartışıldığını ortaya koymuştur. Bu göstergeler göz önünde bulundurularak bu çalışmanın temel çıkış sorusu “Özellikle ilk defa oy kullanacak genç seçmenler Twitch.tv'yi siyasal bilgilenme ve siyasallaşma aracı olarak nasıl kullanmaktadır?” şeklinde belirlenmiştir.

Tezin “Siyasal İletişim” başlıklı ilk bölümünde siyasal iletişim kavramı ile ilgili yapılmış temel çalışmalar ve sosyal medya çağında siyasal iletişimin nasıl kullanıldığı ele alınmıştır. Yine bu bölümde, siyasal iletişim kavramının ilk olarak kimler tarafından akademik çalışmalarda kullanıldığına, siyasal iletişime yönelik çeşitli tanımlamalara,

kimlerin siyasal iletişim sürecinde rol aldığına, çağlar boyunca siyasal iletişimin nasıl değiştiğine yer verilmiştir. İlk bölüm detaylı bir şekilde analiz edildiğinde ve siyasal iletişime yönelik tanımlamalara bakıldığında, siyasal iletişimin karmaşık bir yapısının olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklı kuramcılar ve araştırmacılar tarafından yapılan tanımlamalara bakıldığında, siyasal iletişimin karmaşık bir kavramsal içeriğinin olduğu anlaşılmakla beraber geçmişten günümüze çeşitli formlarda kullanıldığı ve iletişimin bir türü olarak siyasal aktörler tarafından hem siyasetçilerle hem de seçmenlerle etkileşime girmek için bu alandan faydalandığı görülmektedir. Detaylı olarak ele alınan ve kavramsal çerçevesi belirlenen siyasal iletişim tanımlamaları kısmından sonra siyasal iletişim sürecine dahil olan aktörler detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Siyasal iletişim sürecine dahil olan aktörlere bakıldığında, seçilmiş siyasi aktörlerin yanı sıra, örgütlü aktörlerin, medyanın ve seçmenlerin siyasal iletişimde aktif bir şekilde yer aldıkları detaylandırılmıştır. Tezin yine bu bölümünde, öncelikle Blumler ve Kavanah'ın (1999) yazdıkları makale ve sonrasında da 2016 yılında Blumler tarafından siyasal iletişimin dördüncü çağı makalesi temel kaynaklar olarak ele alınarak, siyasal iletişimin ilk üç çağı, sonrasında dördüncü çağı açıklanmış ve geçmişten günümüze kadar siyasal iletişimin gelişimi çağlar ekseninde analiz edilmiştir. Ek olarak, bu bölümünün sonunda popüler sosyal medya platformlarından YouTube ve Twitter gibi platformların, adayların seçmenlere doğrudan ulaşmasına ve destekçilerini harekete geçirmesine olanak sağladığı belirtilerek, sosyal medya çağında siyasal iletişim bağlamında Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Türkiye'de Youtube ve Twitter kullanımı detaylandırılmıştır.

Tezin ikinci bölümünde, genel anlamda Twitch.tv'nin ne olduğu 2021-2022 yılları arasındaki veriler baz alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. İlk olarak, Twitch.tv'nin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimine vurgu yapılarak, ardından Justin.tv'den Twitch.tv'ye geçiş sürecinden bahsedilmiştir. Bu bölümde ayrıca, Twitch.tv'ye yönelik yapılan farklı tanımlamaların neler olduğuna da dikkat çekilmiştir. Twitch.tv'ye yönelik yapılan tanımlamalara incelendiğinde, toplulukların birbirileriyle eş zamanlı olarak etkileşime girdiği, stratejik iletişim için önemli bir canlı akışın olduğu ve sanal topluluklar için üçüncü alanlar oluşturması gibi özellikler açısından bu platform tanımlanmıştır. Daha sonrasında güncel veriler baz alınarak Twitch.tv'nin ve Twitch.tv kullanıcılarının temel özellikleri, Twitch platformunun ülkelere göre izleyici sayısı, kaç kişi tarafından izlendiği, aktif olarak yayıncı sayısı, Twitch.tv'de hangi kategorilerin popüler olduğu, Twitch.tv kullanıcılarının yaş gruplarına ve cinsiyete göre dağılımı detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Bu bölümün sonunda ise bu tez konusunun temelini oluşturan siyasal iletişim ve siyasallaşma sürecinde Twitch.tv kullanımı dünyadan ve Türkiye'den örneklerle ele alınmıştır. Türkiye'de 14 ve 28 Mayıs 2023'te gerçekleşen seçimlerde platform kullanıcıları ve yayıncıları tarafından Twitch.tv'nin bir siyasal iletişim ve siyasallaşma alanı olarak nasıl kullanıldığı, Twitch.tv ve siyaset alanına bu kullanım biçimlerinin ne gibi katkı sundukları değerlendirilmiştir.

Bu tezin “*Yeni Bir Siyasal İletişim Alanı Olarak Genç Seçmenler Tarafından Twitch.tv Kullanımı*” başlıklı üçüncü bölümünde ise, araştırmanın yöntemi, araştırmanın amacı, önemi, araştırmanın çıkış sorusu, hipotezleri, örnekleme ve kapsamı detaylandırılmıştır. Twitch.tv'nin sunduğu canlı akış özelliğinin siyaset alanında yeni yeni

etkilerini göstermesi, bu alanın bize önemli bir araştırma alanı olduğunu da göstermektedir. Bu bağlamda bu tezin temel amacı, siyasetçilerin Twitch.tv platformunu yeni bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmalarını, bu platformda yer almaya çalışmalarını, siyasetin bu platformda konuşulmasını ve bu yeni siyasal iletişim sürecine yönelik yaklaşımlarını Twitch.tv kullanıcılarının perspektifinden incelemektir. Niteliksel araştırma yönteminin kullanıldığı bu tezde, Twitch.tv ve siyasal iletişim ilişkisine yönelik oluşturulan araştırma sorularını cevaplamak için ilk önce kaynak taramasına, ardından gençlerin bu platformu neden, nasıl ve ne şekillerde kullandıklarını anlayabilmek için yarı yapılandırılmış çevrimiçi derinlemesine görüşme tekniğine başvurulmuştur. Bu bağlamda, GoogleDocs aracılığıyla teze katılım sağlamak isteyen 210 kişiden “Daha önce oy kullanmadım” ifadesini işaretleyen 99 kişiyle GoogleDocs üzerinden paylaşmış oldukları e-posta adresi üzerinden iletişime geçilmiştir. E-posta yoluyla dönüş sağlayan ilk 18 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ardından, görüşmeye katılan 18 katılımcıya, daha önce oy kullanmamış Twitch.tv izleyicisi olan kişileri tanıyıp tanımadıkları sorularak bu sayede 13 kişiye daha ulaşılmıştır. Bu bağlamda, farklı sosyal medya platformlarından yapılan paylaşımlar aracılığıyla katılım sağlayan 18 kişiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Akabinde niteliksel araştırma yönteminde örneklem oluşturmak için kullanılan yöntemlerinden biri olan kartopu tekniğinin dijital versiyonu olan çevrimiçi kartopu yöntemi ile 13 kişiyle daha görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, örneklemde yer alan 31 Twitch.tv kullanıcısı (22 Erkek – 9 Kadın) ile 05.04.2023- 11.04.2023 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmiş olup, bu görüşmeler ortalama 35 dakika sürmüştür.

Bu çalışmada, derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular alt başlıklar halinde analiz edileceği için bir niteliksel araştırma tekniği olan betimsel analiz yaklaşımı kullanılmıştır. Twitch.tv'nin bir siyasal iletişimin ve siyasetin yer aldığı bir alan olup olmadığı, Twitch.tv'nin sağladığı olanaklar, Twitch.tv'deki kategorilerin dönüşümü, siyasetçilerin Twitch.tv kullanımı, kullanıcıların siyasallaşma ve siyasi tutum gelişimi gibi tartışmalar elde edilen bulgulara detaylandırılmıştır. Araştırmanın üçüncü bölümünde ek olarak, uzun bir literatür taraması hakimdir. Literatür kısmının bu kadar kapsamlı olmasının temel nedenleri Türkiye’de Twitch.tv hakkında yapılan çalışmalara pek önem verilmemesi, platformun siyasal iletişimle olan yakın temasının göz ardı edilmesi ve bu alandaki akademik çalışmaların az olmasıdır. Bu sebeple, Twitch.tv’ye dair farkındalığı arttırmak ve alanda yapılan çalışmaları okuyucuya gösterebilmek için literatür kısmına detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

Bulguların analizi sonucunda Twitch.tv’nin, önemli potansiyeli olan yeni bir siyasal iletişim alanı olarak karşımıza çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcılarıyla beraber değişip gelişen ve farklı içerik temalarının da zamanla öne çıktığı görülen bu platformun etkin bir şekilde kullanıldığında, siyasetçiler için kendilerini daha geniş bir kitleye samimiyetle ifade etmelerine olanak sağlayacağı anlaşılmıştır. Her ne kadar Türkiye’deki siyasetçilerin Twitch.tv kullanımlarında yetersiz olduğu sonucuna ulaşılsa da canlı akış platformu olarak Twitch.tv, gelecekteki siyasi aktivizmi, seçim dönemlerindeki siyasi kampanyaları ve seçmen-siyasetçi arasındaki siyasi iletişimi anlamak için kritik bir alan olacağı sinyali vermektedir. Çünkü, bu platformda oyun yayınları dahil her kanalda bir

şekilde siyasetin konuşulduğu ve her şeyin siyaseti olabileceği gibi Twitch.tv’de de bunun olmasının doğal olabileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bulgulara ek olarak, Twitch.tv’nin genel anlamda 18-30 yaş grubundaki bireyler tarafından kullanıldığı, kadın popülasyonunun erkek popülasyonuna göre daha az olduğu, Twitch.tv’nin özellikle pandemi dönemi sonrası kullanıcı sayısı ve izlenme sayılarında artış meydana geldiği, geleneksel medyaya karşı alternatif bir platform olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlk defa oy veren genç seçmenlerin görüşlerine bakıldığında ise, bu platformun artık ağırlıklı olarak oyun yayınlarının yapıldığı bir platform olmadığı, Twitch.tv’nin içeriklerinin yemek tarifinden sohbet yayınlarına, eğitici kanallardan gündemi tartışan kanallara kadar gittikçe çeşitlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Hatta, Twitch.tv’nin git gide siyaset ve siyasal iletişim süreci için önemli bir alan olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, katılımcılar genel anlamda Twitch.tv’yi ekonomik, siyasi ve toplumsal gelişmeleri takip etme ve bilgi edinme için kullanırken diğer yandan ise platformu diğer insanlarla etkileşim içine girmek ve sosyalleşmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bulgulardan çıkarılan diğer bir sonuç ise, siyasetin Twitch.tv’de var olmasının ve tartışılmasının destekleyen katılımcılar, Türkiye’deki siyasetçilerin bu platformu sıklıkla kullanmamaları ve Twitch.tv’nin siyasal iletişim sürecindeki potansiyelini keşfedememeleri sebebiyle siyasetçileri “misafir” ya da “samimiyetsiz” olarak tanımlayarak, Twitch.tv’ye siyasetçiler tarafından yeterli yatırımların yapılmadığını ifade etmektedirler.

Bu tez, konu edildiği mecralara göre tanımlamasının da değiştiği siyasal iletişim kavramının etki alanını, bir canlı akış platformu olan Twitch.tv üzerinden incelemektedir. Dünyada Twitch.tv üzerinde az çalışma yapılmış olması ve Türkiye’de Twitch.tv ve siyasal iletişim üzerine kapsamlı bir çalışma yapılmamış olması nedeniyle bu çalışma Twitch.tv çalışmalarına özgün katkı sağlayacaktır. İleride yapılacak Twitch.tv ve siyaset ilişkisini odağına alan araştırmalar için öncü nitelikteki bu tezin, literatüre katkı sunması ve bu alana olan ilgiyi arttırarak yeni çalışmalara ışık tutması umut edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Twitch.tv, Canlı Akış Platformu, Siyasal İletişim, Siyasallaşma

GİRİŞ

Gelişmekte olan internet teknolojisi birlikte ve buna bağlı olarak gelişen sosyal medya araçları milyonlarca insanın günlük yaşamının en önemli parçalarından biri olmuştur. İnternet'in kendisi de dünya çapındaki kullanıcılar tarafından benimsendiği kadar hızlı bir şekilde değişmekte ve bilgi paylaşımını teşvik eden ağ yapısı onun belki de en önemli özelliklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternetin ortaya çıkışının ardından, gelişen altyapısal olanaklar ve İnternet'in artan gücü sayesinde, kullanıcılar, diğer kişilerle hızlı iletişim kurmak, fikirlerini ve hayatlarının en önemli anlarını paylaşmak için kullanabilecekleri platformlar aramaktadırlar. Özellikle, kullanıcılar geleneksel medya araçlarının sunduğu hizmetler dışında sosyal medyanın sunduğu farklı olanaklardan yararlanarak, karşılıklı iletişim ve içerik üretme sürecine dahil olmaya başlamışlardır. Öyle ki kullanıcılar hem sosyal medya platformlarının içeriklerini tüketen tarafta yer almış hem de adeta içeriğin kendisine dönüşmüşlerdir. İnternetin daha kolay erişilebilir hale gelmesi kullanıcıların da bu yeni medya ortamında kendi istekleriyle gönüllü olarak yer almalarını mümkün kılmıştır.

İnternetin sunduğu olanaklarla gelişen platformlar geleneksel medya araçlarının sunduğu iletişim ortamından yapılabileceklerin sınırları ve kapsamı bakımından farklılaşmaktadır. İnternet ve sosyal medya araçlarının sunduğu yeni iletişim biçimlerinin gazeteler ve televizyon haberleri gibi daha geleneksel iletişim biçimlerinden ayıran şey, politikacıları, adayları ve vatandaşları cezbeden siyasi tartışma alanları fırsatları sunmasıdır (Davis ve Owen, 1998 s.7). Bunlara ek olarak, internetin, özellikle de sosyal medyanın, başlangıçta ifade edilen vaatlerinden biri, bu tür teknolojilerin toplumsal tartışmaların canlanması için sahip olabileceği potansiyelle ilgilidir. İlk etapta bireye düşüncelerini ifade etmek için özgür bir ortam sunacağı umulan İnternet'in çoğulcu, çok sesli ve düşünsel çeşitliliği önceleyen bir alan açacağı düşünülmektedir. Bu mecraların bir

kısmı, halkın toplumsal, ekonomi ve siyasi alanlardaki konulara sadece seyirci olmaktan ziyade aktör olma yeteneğini geliştirmekte ve siyasetin artık bu mecralarda daha çok konuşulmasının önünü de açmaktadır. Bu sebeple, modern dünyada internet ve siyasetin birbirinden ayıramaz hale geldiği görülmektedir ve İnternet'in siyasal iletişim alanına sığdırılmasına ilişkin çağdaş eğilimlerle de karşılaşmaktadır (Emruli and Baça, 2011 s.154). Böylece internet ve siyaset gibi kapsamı oldukça geniş iki alanın kesişim noktaları üzerinde tartışılmaya değer sorular ve konular ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya platformları ve daha geniş anlamda internet her geçen gün sürekli olarak gelişmekte olup, bu gelişmeye bağlı olarak geçtiğimiz son on yılda, sosyal medya platformları, günümüzün hızlı ve tempolu yaşam ihtiyaçlarına hizmet sunmaktadır. Bu hizmetlerden birisi de canlı akış platformlarıdır (Dux, 2018 s.47). Muazzam miktarda benzersiz içerik üreten canlı akış platformları mevcuttur, bu nedenle insanların canlı akış platformlarını ve akışlarını nasıl, neden ve ne için izlediğini ve kullandığını ortaya çıkarmak oldukça önemlidir. Kullanıcıların hangi motivasyonla bu tür platformlarda izleyici olarak yer almak istedikleri ve bu bağlamda platformların olanaklarının örtüşme durumu öne çıkmaktadır. Canlı akış platformları, herkesin canlı etkinliklerde deneyimlerini paylaşmasına, sohbet programları düzenlemesine ve daha birçok amaç için kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, Twitch.tv de bu olanakları kendi bünyesinde barındıran bir canlı akış platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Twitch.tv, yayıncıların oyun oynarken kendilerini web kamerası aracılığıyla kaydettikleri, kullanıcıların video oyunları oynayarak yayın yapmalarına ve izleyicilerle gerçek zamanlı olarak etkileşim kurmalarına olanak tanıyan ücretsiz, geçmişte sadece oyun odaklı şu anda birçok konuda yayın yapılabilen bir canlı görüntü akış platformudur (Wulf vd. 2020 s.329-30).

Twitch.tv, 2014 yılında 970 milyon dolara e-ticaret alanında faaliyet gösteren Amazon şirketi tarafından satın alınmış ve e-spor yayıncılarının bu platformda yayın açmasıyla birlikte hızla gelişimini sürdürmüştür. Twitch.tv, video oyun topluluğu içinde inanılmaz derecede popüler olmasına rağmen yıllar geçtikçe Twitch.tv, hem diğer niş

topluluklarda hem de ana akımda daha genel kitlelere sahip olmuş ve bu da Twitch.tv'yi kullanıcılar için bir platformdan çok daha fazlasına dönüştürmüştür. Twitch.tv popülerlik kazandıkça diğer içerik üreticiler de bu platforma katılmıştır. İçerik olarak siyasi tartışmalar, müzik performansları ve içerik oluşturucularla genel sohbet içeren yayınların tümü Twitch.tv'de gittikçe daha popüler olmuştur. Twitch.tv'de belirli bir içeriği aramak için “Gözet” kısmına tıklanabilmekte ve yayıncının oynadığı video oyununa göre kanallar filtrelenabilmektedir. Bunun yanında oyun dışı içerik, "Spor" ve "Politika" gibi daha genel kategorilere ayrılmaktadır, ancak oyun oynamayan içerik oluşturucularının çoğu yalnızca "Sadece Sohbet" kategorisi altında yayın yapmakta ve bu kategorinin altında genel anlamda gündem ve siyasi içerikli yayınlar ve siyasi tartışmaların yapıldığı kanallar daha ön plana çıkmaktadır (Binder, 2021). Hangi kategorinin daha çok izlendiği, tezin ileriki bölümlerinde, Twitch.tv kısmında, daha detaylı olarak incelenecektir.

Canlı akış platformu olan Twitch.tv, platforma dair fikir sahibi olmayan ya da burayı sadece oyun yayınlarıyla özdeşleştirenler için dikkat çekici olmayabilmekte ve önemi göz ardı edilebilmektedir. Bu çalışmaya katılım sağlayanlar için ise örneğin; bir aidiyet duygusu bulmak, çeşitli etkileşim türlerini keşfetmek ve vakit geçirmek, gündemi takip edebilmek, bilgi edinmek, sanal olarak inşa edilen ilişkiler kurmak ve e-spor yayınlarını izlemek için bir önemli bir yer olarak ifade edilmektedir. İlk ortaya çıktığında video oyunu tutkunları için tasarlanan bu eş zamanlı video web sitesi, bu tez için siyasal iletişim üzerinden ele alınacaktır. Twitch.tv'deki tüm kullanıcıları temsil etmese de bu tez, canlı akış web sitesinin ilk defa oy verecek genç seçmenlerin siyasallaşma sürecindeki etkisini irdeleyecek ve Twitch.tv'nin yeni bir siyasal alan olup olmadığına odaklanacaktır.

Bu tezin ilk bölümünde, siyasal iletişim kavramı ile ilgili yapılmış ilk çalışmalar ve sosyal medya çağında nasıl kullanıldığı ele alınacaktır. Bu bölümde, siyasal iletişim kavramının ilk olarak kimler tarafından kullanıldığı, siyasal iletişime yönelik çeşitli tanımlamalar, kimlerin siyasal iletişim sürecinde rol aldıkları, çağlar boyunca siyasal iletişimin nasıl değiştiği incelenecektir. Ek olarak, bu bölümünün sonunda sosyal medya çağında siyasal iletişime yönelik yapılan temel çalışmalar ABD'de ve Türkiye'de Youtube

ve Twitter kullanımı örnekleri üzerinden ele alınacaktır. Tezin ikinci kısmını oluşturan "Twitch.tv" bölümünde ise genel anlamda Twitch.tv'nin ne olduğu 2021-2022 yılları arasında oluşan verilerle açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bölümde ayrıca Twitch.tv'ye yönelik yeni tanımlamaların neler olduğu, kullanıcılarının temel özellikleri, Twitch.tv'de hangi kategorilerin popüler olduğu, dünyada ve Türkiye'de siyasetçilerin bu platformu siyasal iletişim sürecinde nasıl kullandıkları tartışılacaktır. Bu tartışmalara ek olarak, bu çalışma, Türkiye'deki genel seçim dönemine denk gelmesi ve Twitch.tv'de yayıncıların seçim günü yayın yapacaklarını belirtmeleri nedeniyle 14 ve 28 Mayıs seçimlerinin olduğu gün platformda yer alan yayıncıların seçimlere yönelik yaptıkları yayınlar yakından takip edilecek olup, çevrimiçi derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilecek verileri de güçlendirileceği düşünüldüğünden bu yayınlara dair izlenimler "Twitch.tv" başlığı altında ek bir başlık olarak detaylı bir şekilde incelenecektir. Araştırmanın temel sorunsalını meydana getiren hipotezlerin, araştırmanın yapıldığı dönemdeki güncel gelişmelerden 14 ve 28 Mayıs seçimleriyle olan paralellliğini inşa etmek amacıyla Türkiye'de 14 ve 28 Mayıs 2023'te gerçekleşen seçimlerde platform kullanıcıları ve yayıncıları tarafından Twitch.tv'nin bir siyasal iletişim ve siyasallaşma alanı olarak nasıl kullanıldığı, siyaset ve Twitch.tv alanına bu kullanım biçimlerinin ne gibi katkı sundukları ele alınacaktır.

Bu tezin "Yeni Bir Siyasal İletişim Alanı Olarak Genç Seçmenler Tarafından Twitch.tv Kullanımı" başlıklı üçüncü bölümünde, öncelikle araştırmanın amacı, önemi, çıkış sorusu, hipotezleri, yöntemi, örnekleme ve kapsamı detaylıca açıklanacaktır. Sonrasında Twitch.tv platformu ile ilgili literatürdeki çalışmalar detaylıca analize tabi tutulacaktır. Bu kapsamda canlı akış platformlarından biri olan Twitch.tv, küçük ama gelişmekte olan bir literatür ile göze çarpmaktadır. Bu bölümde, Twitch.tv ile yapılan çalışmalar 9 kategoriye ayrılmış ve her biri kendi içinde detaylandırılmıştır. Araştırmanın yöntem kısmında ise ilk defa oy kullanacak genç seçmenlerin Twitch.tv platformunda siyasetin ve siyasetçilerin yer almasına yönelik görüşleri inceleneceği için bu çerçevede, 5 Nisan – 11 Nisan 2023 tarihleri arasında daha önce hiç oy kullanmamış 31 Twitch.tv izleyicisiyle (22 Erkek – 9 Kadın) çevrimiçi derinlemesine görüşmeler

gerçekleştirilmiştir. Bunlara ek olarak, genel anlamda mevcut akademik araştırmalar, Twitch.tv'ye genellikle ekonomi politik ve kullanımlar doyumlar perspektifinde yaklaşarak platformu ele almaktadır. Bununla birlikte, Twitch.tv'ye yönelik yapılan akademik araştırmalar incelendiğinde, siyaset veya siyasal iletişim odaklı çalışmaların neredeyse mevcut olmadığı görülmektedir. Bu anlamda bu tezin amacı, Twitch.tv platformunun siyasal iletişim ve gençlerin siyasallaşma sürecinde nasıl kullanıldığını konu edinmektir. Bir diğer amaç ise literatürdeki Twitch.tv ve siyaset alanındaki boşluğu saha araştırmasında elde edilen bulgular ile doldurmaya çalışmaktır. Yine bu bölümde, bulguların daha geniş çıkarımlarına, özellikle Twitch.tv ile siyaset ilişkisine odaklanılarak, Twitch.tv'nin siyasal iletişim sürecinde nasıl kullanıldığı ve gençlerin siyasallaşması sürecindeki rolü analiz edilecektir.

1.SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim ve siyaset arasındaki bariz ve yakın ilişki tarih boyunca çeşitli biçimlerde varlık göstermiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında fikir değiştirme süreçleriyle ilgilenen araştırmacıların yapmış oldukları ampirik araştırmaların gelişmesiyle bu iki alanın iç içe geçtiği görülmektedir. Özellikle ABD'de seçim dönemlerinde yapılan çalışmalarda, medya ve seçim dönemlerinde bireylerin seçim tutumlarındaki değişim ve süreklilik ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Walter Lippmann, Harold Lasswell ve Paul F. Lazarsfeld hem siyasal iletişim alanında referans alınan öncü çalışmalar yapmış hem de bu çalışmalarıyla kendilerinden sonra gelen araştırmacılara yol göstermişlerdir. 1920'ler ve 1930'larda devletler tarafından yapılmış olan propagandalar, Lippmann ve siyaset bilimcisi Harold Lasswell gibi bilim insanlarının dikkatini çekmiştir. Rogers'a göre siyasal iletişim çalışmalarının tarihi, Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Lippmann'ın Kamuoyu (1922) ve Lasswell'in (1927) propaganda çalışmaları ile başlamaktadır (Rogers, 2004 s.4).

Bazı araştırmacılar, W.Lippmann'ın yazdığı “Kamuoyu” (1922) kitabını siyasal iletişim, kamuoyu ve gündem oluşturma alanları için hem önemli hem de öncül bir kaynak olarak kabul etmektedirler (Rogers, 2004 s.4; Gonçalves, 2018 s.6). Lippmann, demokratik toplumlarda kamuoyu oluşumunda kitle iletişim araçlarının rolünü keşfetmiş ve medyanın, bir fikir yaratmada çok önemli olduğunu savunmuştur. 1922'de Walter Lippmann, kamuoyunun üretildiğini ve bundan çıkarı olanlar tarafından şekillendirilebileceğini ve manipüle edilebileceğini belirtmiştir. Ona göre, çağdaş toplumda, kamuoyunu neyin oluşturduğunu büyük ölçüde belirleyen, kamusal meseleler ve siyasi aktörler hakkında edinilen bilgilerin çoğunu sağlayan medyadır. Bu anlamda Lippmann halkı bilgilendirmek, kamuoyu oluşturmak ve seçkinlere görüş iletmek için kitleler iletişim yöntemlerinin gerekli olduğunu savunmaktadır (Lippmann, 1922). Bu

nedenle, eğitimli bir elit grubu tarafından edinilen bilgiyi basın aracılığıyla halka aktarıp bir kamuoyu oluşturulmak amaçlanmıştır.

Siyasal iletişim teorileri, büyük ölçüde, ilk olarak Harold Lasswell tarafından propagandanın etkilerini inceleyen bir doktora tezinde geliştirilen ortak bir temele sahiptir (Lilleker, 2006 s.17). Lasswell'in Amerika Birleşik Devletleri'ndeki propagandanın etkilerine ilişkin sorduğu soru "*kim, kime, hangi kanallar aracılığıyla, hangi etkilerle ne söylüyor?*" siyasal iletişim alanındaki pek çok araştırmanın temelini oluşturmaktadır (Lasswell, 1927). Lasswell formülleştiirdiği bu iletişim akışıyla, kaynakla başlayan, ardından mesajla ve sonrasında kanalla devam eden ve alıcıda biten basit bir iletişim çerçevesi önererek iletişim süreçlerini anlatmaya çalışmıştır. Aslında bu soru, genel olarak iletişim süreci ve özellikle siyasal iletişim süreci için temel hatları oluşturmaktadır. "Lasswell ayrıca siyasal iletişimin kitleler üzerinde uygulayabileceği etkileri ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Lasswell, bu etkileri tanımlamak için -propaganda- kavramını kullanmış, özellikle Hitler'in Nazi Partisinin, bir zamanlar demokratik bir ülke olan Almanya'nın halkını korkunç bir dünya hakimiyeti politikası benimsemeye ikna etmek için kitle iletişim araçlarını nasıl kullandığı üzerine araştırmalar yapmıştır" (Perloff, 2018 s.69).

İletişim ve siyasal iletişim çalışmalarının bir başka önemli ismi Paul F. Lazarsfeld'tir. Lazarsfeld, kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yaptığı kantitatif araştırmalarla ön plana çıkmıştır (Rogers, 2004 s.5). Lazarsfeld yapmış olduğu çalışmalarda bireylerin oy kullanma davranışları üzerine yoğunlaşmış ve medyanın insanların siyasal davranışlarındaki değişimi etkileyebilecek koşulların daha ayrıntılı olarak belirtilmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Lazarsfeld, yapmış olduğu çalışmalarda, insanların bir başkanlık seçimlerinde nasıl oy kullandığını belirlemede medyanın doğrudan etkisinin olmadığını göstermeyi amaçlamıştır" (Rogers, 2004 s.6). Bu amaçla, 1940-48 yıllarında gerçekleşen ABD seçimlerinde oy kullanan kişilerle farklı zamanlarda yapmış olduğu mülakat çalışmalarında vatandaşların oy kullanma davranışlarını saptamaya çalışmıştır. Yapmış olduğu bu çalışmada medyanın bireylerin oy

kullanma davranışlarını etkilemede sınırlı kaldığını; bireylerin farklı faktörlerden (bireyin karakteri, yaşadığı toplum ve bireyin diğer özellikleri) daha çok etkilenecek oy tutumunda değişiklik olduğunu ortaya koymuştur (Lang, 2005 ss.37-38).

1.1.Siyasal İletişime Yönelik Farklı Tanımlamalar

Literatürde pek çok araştırmacı tarafından farklı biçimlerde tanımlandığı görülen siyasal iletişim kavramının tek bir tanımı olmamakla birlikte kavramsal çerçevesini de çizmek oldukça güçtür. Konu edildiği mecralara göre tanımlamasının da değiştiği bu kavramın etki alanının, sürekli değişim halinde olan medya ortamıyla paralel bir karmaşık yapıya sahip olduğu söylenebilir. Genel anlamda siyasal iletişim, siyasi güç elde etmek ve hedeflenen bir grup insanın kararlarını yönlendirmek için siyasi aktörler tarafından siyasetin ve iletişimin stratejilerinin bir arada kullanılması olarak ifade edilebilir. Diğer yandan bu kavramla ilgili birçok araştırmacı farklı tanımlamalar da yapmaktadır. Siyasal iletişimin birçok araştırmacı tarafından farklı kavram setleriyle tanımlandığı da görülmektedir.

Bu alandaki çalışmalarıyla tanınan Aysel Aziz “Siyasal İletişim” adlı kitabında siyasal iletişimin kapsamlı tek bir tanımının mevcut olmadığından bahsetmektedir. Aziz, siyasal iletişimin tanımı yaparken politikacıların ideolojik amaçlarını kitlelere hangi yolla ulaştırdığının üzerinde durarak bir siyasal iletişim tanımı yapmıştır. Aziz'e (2021) göre siyasal iletişim, "Belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve teknikleri kullanmaktır" (s.3). Alexander ise siyasal iletişimin demokraside vazgeçilmez olduğunu, hesap verilebilirliği mümkün kıldığını ve bilinçli yurttaşlar yetiştirdiğini vurgulayarak siyasal iletişimin, siyasi aktörleri ve vatandaşları birbirine bağladığını, toplumsal uyum yarattığını, siyasette hesap verilebilirliği arttırdığını ve genel olarak siyasi okuryazarlığı olan bireylerin oluşumuna yardımcı olan bir süreç olarak belirtmektedir (Alexander, 1969 s.256).

Yukarıdaki tanıma ek olarak siyasal iletişim, haber medyası ve halk arasındaki bilgi aktarımına, toplumsal uyuma, siyasette hesap verebilirliğe ve genel olarak iyi bilgilendirilmiş yurttaşların oluşumuna yardımcı olduğu etkileşimli bir süreçtir. Bu anlamda McNair (2011), medya ve kaynakları arasındaki iletişimi dengeleyen, her ikisini de demokratik hükümet bağlamında inceleyen ve konuşma konusunun bir şekilde politik olması koşuluyla, her türlü iletişimi kapsayan bir siyasal iletişim yaklaşımı geliştirmiştir. Ona göre bu yaklaşım şöyle açıklanabilir:

1. Belirli hedeflere ulaşmak amacıyla politikacılar ve diğer siyasi aktörler tarafından üstlenilen her türlü iletişim,
2. Seçmenler ve aktivistler gibi siyaset dışı kişiler tarafından bu aktörlere yönelik iletişim,
3. Ve son olarak, haberlerde, köşe yazılarında ve bloglar ve sosyal medya gönderileri gibi siyasetin diğer medya tartışmalarında yer aldığı şekliyle bu aktörler ve faaliyetleri hakkındaki iletişim (s.4).

Yani siyasal iletişim; kitle iletişim araçları, televizyon istasyonları, radyo istasyonları, sosyal medya siteleri, yazılı basın ve bunlara ek olarak siyasi aktörler- siyaset dışı kişiler ve halkla olan iletişimin tüm sürecindeki doğasına ve kapsamına odaklanmaktadır. Bunlara ek olarak McNair, siyasal iletişimin stratejik doğasına da vurgu yaparak onun sadece sözlü veya yazılı ifadelerden oluşmadığını, aynı zamanda elbise, makyaj, saç modeli veya logo tasarımı gibi görsel temsilleri de kapsadığını ifade etmektedir (McNair, 2011 s.4).

Foster (2010) “*Political Communication*” adlı çalışmasında, siyasal iletişimi karmaşık ve kapsamlı bir kavram olarak ele almış ve bu kavramı, siyasi aktörlerin seçmenlerle olan ilişkisi ve seçmenlerin oy kullanma davranışı ile tanımlamıştır (s.4). Benzer bir tanımlama da Perloff tarafından farklı boyutlar üzerine odaklanılarak yapılmıştır. Ona göre siyasal iletişim; liderler, medya ve vatandaşlar tarafından yürütülen veya kullanılan dil ve sembollerin hem bireyler hem de toplum üzerinde etki yaratması ve

kamu politikası ile ilgili sonuçlar sağlaması nedeniyle mikro ve makro düzeyde gerçekleşen karmaşık bir iletişim faaliyetidir (Perloff, 2018 s.13). Yukarıda yapılan iki tanımdan da anlaşılacağı üzere iki araştırmacı da siyasal iletişimi, politikacılar, medya ve halk arasında bilgi aktarımını ilgilendiren karmaşık ve birçok iletişim/etkileşim sürecini de içine alan kapsayıcı bir süreç olarak sunmaya çalışmışlardır.

Siyasal iletişimin klasik tanımları, kaynağa ve motivasyona odaklanır; Lilleker'e (2006) göre siyasal iletişim, siyasal alandan doğar ve siyasal bir amacı olmalıdır. Siyasal iletişim, Lilleker'in tanımladığı iletişim sürecine dahil olan üç aktöre odaklanır: Siyasi alan; devlet dışı aktörler ve medya kuruluşlarıdır. Siyasal iletişim, siyasi aktörler, vatandaşlar/devlet dışı aktörler ve medya arasındaki bilgi akışını ve mesaj alışverişini ifade eder. Her üç katılımcı da politik kamusal alanların yaratılmasına katkıda bulunur. Lilleker'e göre, devlet ve ona bağlı siyasi aktörlerin asıl amacı insanlar arasında meşruiyet sağlamak için eylemlerini topluma iletmektir. İkinci olarak, siyasi motivasyonları olan bir dizi örgütü, tüzel kişileri ve tabii ki seçmenleri dahil edeceğimiz devlet dışı aktörler vardır. Bu örgütlerin ve grupların her biri, bir düzeyde güce sahip olma umuduyla, siyasi alana mesajlar iletir. Son olarak, medya organları varlığı, medya siyaset hakkında iletişim süreci oluşturmakta hem kamuoyunu hem de siyasi alanları etkilemektedir (Lilleker, 2006 s.1).

Yukarıdaki siyasal iletişim tanımına benzer bir tanımı Graber de yapmaktadır. Graber (1993) siyasal iletişimi tanımlarken, siyasal iletişim alanının, bireylerin siyasi davranış süreçleri üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak önemli bir etkiye sahip olma potansiyeli olan mesajların oluşturulmasını, gönderilmesini, alınmasını ve işlenmesini kapsadığının altını çizerek. Graber (1993), siyasal iletişim sürecinde sadece siyasal aktörlerin olmayacağını aynı zamanda siyasi mesaj gönderenler ve bu mesajı alanlar; politikacılar, gazeteciler, çıkar gruplarının üyeleri veya özel, örgütlenmemiş vatandaşların olabileceğini belirtir. Ona göre siyasal iletişimde “temel unsur mesajın bireylerin, grupların, kurumların ve tüm toplumların ve içinde bulundukları çevrelerin düşünce, inanç ve davranışları üzerinde önemli bir siyasi etkiye sahip olmasıdır” (s.305). Bu anlamda siyasal iletişim, siyaset üzerinde toplumdaki herkes tarafından doğrudan veya dolaylı

olarak önemli bir etkiye sahip olan mesajların yaratılmasını, gönderilmesini ve alınmasını kapsamaktadır.

Farklı kuramcılar ve araştırmacılar tarafından yapılan tanımlamalara bakıldığında, siyasal iletişimin karmaşık bir kavramsal içeriğinin olduğu anlaşılmakla beraber geçmişten günümüze çeşitli formlarda kullanıldığı ve iletişimin bir türü olarak siyasal aktörler tarafından hem siyasetçilerle hem de seçmenlerle etkileşime girmek için bu alandan faydalanıldığı görülmektedir.

1.2.Siyasal İletişimin Aktörleri

Siyasal iletişim sürecinin nasıl oluştuğuna baktığımızda bu alandaki en önemli soru; hangi aktörler tarafından siyasal iletişimin üretildiğidir. Her türlü siyasal konuyu içeren siyasal mesajların siyasal aktörler, kişiler ve diğer kamu kuruluşları arasında dolaşımı, bu aktörler arasındaki etkileşimin dinamikleri ve kamuoyundaki değişimler bu süreçte siyasal aktörlerin önemini ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda siyasal iletişim alanındaki araştırmalara bakıldığında siyasal iletişim sürecinin aktörleri farklı şekillerde kategorilere ayrıldığı görülmektedir. Siyasal iletişim sürecinde, çoğunlukla siyasi aktörler (hükümet, siyasal partiler, yerel yönetimler), reklam kuruluşları ve medya profesyonelleri, medya aktörleri, sivil toplum örgütleri ve seçmenler yer almaktadır. Tüm bu grupların paylaştığı en önemli ortak özelliklerinden biri, hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için mevcut tüm farklı medya biçimlerini kullanmak istemeleridir (Wolfsfeld, 2022 s.32).

Aziz (2021) siyasal iletişim sürecinde bulunanları “aktörler” olarak tanımlamaktadır. Ona göre bu aktörler, bağlı oldukları grupların amaçları ve kuralları içinde hareket edip iletişim kurmaktadır (s.21). Siyasal iletişim; birey-birey, birey-örgüt, toplum-örgüt veya örgüt-örgüt arasındaki ilişkileri inceleyen bir süreçtir. Bu anlamda, çok sayıda siyasi aktör diğerlerini etkilemek için çeşitli geleneksel medya türlerini ve dijital medya biçimlerini/araçlarını kullanmaktadır. Burada siyasi aktörün etkilediği ve “diğerleri” olarak ifade edilenler Aziz’in yorumuna göre, birey ya da örgüt

olabilir. Siyasal iletişim sürecine dahil olan aktörler, dahil oldukları grupların amaçları ya da hedefleri doğrultusunda farklı iletişim araçları ve ortamlarını kullanarak süreç boyunca aktif olarak faaliyet gösterebilirler.

Wolton (1990), siyasi liderler, gazeteciler ve kamuoyu araştırmaları yapan kişilerin siyasal iletişim sürecinin en önemli meşru aktörleri olduğunu belirtmektedir (s.9). Fakat Özdemir'e (2021) göre Wolton'un siyasi aktörleri meşruluk anlamında kısıtlaması diğer siyasi aktörlerin meşruiyetini sorgulamasına ve hangi örgütlerin iletişiminin siyasi olacağı tartışmasına yol açmaktadır (s.34-35). Bu anlamda siyasal iletişim aktörlerinin daha kapsayıcı şekilde ele alınması gerekmektedir. Bu bağlamda siyasal iletişimin aktörlerine kapsayıcı bir bakışla yaklaşan Lilleker (2006) siyasal iletişimin katmanlarını açıklarken aynı zamanda siyasal iletişimin aktörlerini “seçilmiş politikacılar, medya ve halk, diğer organizasyonlar” olarak belirtmiştir (s.6).

Bu tez kapsamında araştırma sorunsalının temelinde siyasi aktörlerin siyasal iletişim süreçlerine katılımları ve Twitch.tv kullanımlarının yer alması nedeniyle, tezin bu bölümünde genel anlamda siyasal iletişim sürecine katılan aktörlerin tanıtılması oldukça önemlidir.

1.2.1. Seçilmiş Siyasi Aktörler

Seçilmiş siyasi aktörler; devlet başkanı, hükümetler, siyasi partiler ve yerel yönetimlerden oluşmaktadır.

- **Devlet Başkanı**

Bir ülkede geniş kitlelere iletilecek mesajlar hakkında (ekonomik, siyasal veya ülke güvenliği) siyasal iletişim sürecinde bulunan en üst düzey yönetici devlet başkanıdır. Bu süreçte çoğunlukla devlet tarafından yönetilen kitle iletişim araçlarını (radyo, TV ve yazılı basın araçlarını) kullanarak halka ulaşmak amaçlanmaktadır (Aziz, 2021 s.21-22). Günümüzde özellikle siyasi liderlerin seçmenlere ve/veya halka ulaşmak için sosyal

medya platformlarını kullanmaları onlara geleneksel medya dışında hareket etme olanağı sağlamaktadır (Wolfsfeld, 2022 s.33). Siyasi liderlerin neredeyse tümü, çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla zamanlarının çoğunu, bir konu hakkında konuşmak, yeni yasa veya düzenlemeleri teşvik etmek, çeşitli seçkinleri kendi politikalarını desteklemeleri için ikna etmek ve baskı yapmak için kullanmaktadırlar (Wolfsfeld, 2022 s.58).

- **Hükümetler**

Diğer bir siyasi aktör ise ülkeyi yönetmekte olan kadroların oluşturduğu hükümetlerdir. Siyasi partilerin bir devamı olan hükümetler siyasal iletişim sürecini genellikle diğer ülkelerle ilişki kurmak ve kendi halklarını bilinçlendirmek için kullanmaktadırlar. Amaçları yapmış oldukları çalışmaları hem dünyaya hem de halkına duyurarak bir sonraki seçimde yönetimde olmayı sürdürmektir (Aziz, 2021 s.23). Hükümetlerin bir siyasi aktör olarak kendi halklarını bilinçlendirmek için medyayı kullanmalarına örnek olarak Birleşik Krallık'ta Margaret Thatcher hükümeti gösterilebilir. Thatcher hükümeti medyayı ilk kez HIV/AIDS karşıtı bir eğitim aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Medya bu anlamda HIV/AIDS'i kamuoyunun gündemine taşımış ve salgına resmi düzeyde yanıt verilmesine olanak sağlamıştır. Bu süreçte medya, HIV karşıtı halk sağlığı mesajlarının ve politikaların halka iletilebileceği önemli bir kanal haline gelmiştir (McNair, 2011 s.48-49). Bu bağlamda bu sürecin hükümetlerin medyayı kullanarak kendi eylemlerini veya almış oldukları kararları meşrulaştırmalarına yardımcı olduğunu söyleyebiliriz.

- **Siyasi Partiler**

Siyasi partiler, ortak hedefler peşinde koşmak için üzerinde anlaşmaya varılmış bir örgütsel ve ideolojik yapı içinde bir araya gelen, aşağı yukarı benzer fikirlere sahip bireylerin oluşturduğu topluluklardır (McNair, 2011 s.5). Aziz'e (2021) göre farklı düzeylerde siyasi kimliği olan herkes birer siyasal aktördür (s.24). Siyasi partilerin özellikle seçim dönemlerinde yapmış oldukları stratejik iletişim teknikleri ve faaliyetlerin temeli siyasi çıkara dayanması nedeniyle bu tür iletişim pratikleri siyasal iletişimin bir boyutunu kapsamaktadır. Ayrıca pek çok ülkede gazeteler belirli siyasi partilere aittir ve

siyasi partiler tarafından yönetilmektedir (Wolfsfeld, 2022 s.121). Bunların yanında, siyasi partilerin her birinin kendilerine ait web siteleri vardır.

- **Yerel Yönetimler**

Yerel yönetimler de seçilmiş siyasi aktörler olarak siyasal iletişim sürecinin önemli bir figürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Belediye başkanları yerel yönetimlerde temel siyasal aktörlerdir. Fakat belediye meclisi üyeleri de bu kapsamda değerlendirilebilir (Aziz, 2021 s.24-25). Belediyeler siyasi partilerin uzantıları olduğu için seçim dönemlerinde belediye başkan adayları siyasi partiler ile ortak hareket ederek seçim kampanyaları yürütmektedirler. Bunlara ek olarak belediyelerde halkla ilişkiler ya da kurumsal iletişim birimlerinin kurulması siyasal iletişim sürecine giren faaliyetlerin de yoğunlaşmasına olanak tanımıştır (Aziz, 2021 s.25).

1.2.2.Diğer Örgütlü Aktörler

Partiler, demokratik siyasi sürecin anayasal merkezinde yer alıyorsa, elbette tek siyasi aktörler değildir (McNair, 2011 s.7). Siyasal iletişim süreci geçmişte siyasi liderlerden halka doğru aktarılan çoğunlukla doğrusal, yukarıdan aşağıya bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerde siyasi sürecin demokratikleşmesi ve belli teknolojik gelişmeler, toplumdaki diğer aktörlerin siyasal iletişim süreci içine katılımına olanak tanımıştır. Teknoloji her zaman siyasal iletişimdeki değişimlerin merkezinde yer almış, etkileşim yollarını dönüştürmüştür. Siyasi aktörler arasında meydana gelen iletişim süreçlerini ve aktörlerin iletmek istedikleri mesajları anlamak için artık geleneksel medya, radyo, internet ve son zamanlarda sosyal medya önemli bir araç haline gelmiştir (Serrano, 2021 s.4). Bu bağlamda internet ve buna bağlı sosyal medya araçlarının gelişimiyle birlikte seçilmiş siyasi aktörler dışında toplumda yer alan STK'lar, baskı grupları ve terör grupları bu teknolojileri kullanarak mesajlarını iletmışlerdir. Bu bağlamda, seçilmiş siyasi aktörlerin dışında kalan organizasyonlar da yapmış oldukları iletişim faaliyetleri doğrultusunda birer siyasal aktör olarak nitelendirilmiştir (Aziz, 2021).

- **Sivil Toplum Örgütleri**

Demokratik toplumlarda sivil toplum düşüncesinin güçlenmesi, sivil toplum örgütlerinin yavaş yavaş toplumda seslerini duyurması ve toplumu ilgilendiren olaylarda (siyasi veya ekonomik) sivil toplum örgütlerinin görüş belirtmesi artık onların birer siyasi aktör olarak görülmesini sağlamıştır. Meslek gruplarının, vakıfların, derneklerin ve sendikaların oluşturdukları federasyonlar sivil toplum örgütlerine örnek olarak verilebilir. Özellikle STÖ'lerin Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne giriş sürecinde yapmış oldukları çalışmalarla görüş bildirmeleri onların birer siyasal aktör olduğunu göstermiştir (Aziz, 2021 s.29). Bunun yanında, sivil toplum örgütlerinin 1980'lerin başındaki nükleer karşıtı hareketleri ve 21.yy'ın başındaki küresel ısınmayla mücadeleyle yönelik hareketleri gibi tekil meseleler etrafında kampanya yürütme eğiliminde olmaları örnek verilebilir. Sivil toplum örgütleri, ulusal sınırları aşan sorunların çözümüne odaklanan küresel lobilerin büyümesinin bir örneğidir (McNair, 2011 s.8).

- **Baskı Grupları**

Hukuki ve yasal dayanakları olmamasına rağmen baskı grupları da belli amaçlar çerçevesinde bir araya gelerek kamuoyuna seslerini duyurmak hem siyasal erklere hem de ulusal politikalara destek vermek için çeşitli iletişim teknikleri ve faaliyetlerde bulunurlar. Bu oluşumlar, meslek odalarına mensup kişiler tarafından oluşturulabileceği gibi aynı zamanda siyasi parti, sivil toplum örgütleri veya sendikalar tarafından da oluşturulup desteklenebilmektedirler (Aziz, 2021 s.30-31). Örneğin; işçilerin oluşturdukları baskı grupları olan işçi sendikaları daha fazla ücret talep etmek için greve gittiklerinde, siyasetçilerin veya patronların işçilerin çalışma hayatlarının iyileştirilmesine olanak sağlayan düzenlemeler yapılmasını sağlamıştır (Wolfsfeld, 2022 s.19).

- **Terör Grupları**

Hukuki bağlamda terör grupları yasa dışı siyasal aktörler olarak kabul edilmektedir. Bu gruplar belli haklar elde etmek ve çeşitli isteklerini yerine getirmek için şiddetli eylemlerle başvurarak hem eylemi gerçekleştirdikleri ülkede hem de tüm dünyada etki yaratmışlardır. Bu örgütlerin, yaptıkları eylemleri ve vermek istedikleri siyasi

mesajları kitle iletişim araçlarıyla ve son yıllarda sosyal medyayı aktif olarak kullanmalarıyla geniş kitlelere ulaştırması, terör gruplarının da siyasal iletişim yönünden amacına ulaştığını göstermiştir (Aziz, 2021 s.38-42). Terörist gruplar, eylemlerinden önce, sonra ve hatta bazen saldırılar sırasında video klipler yayınlama konusunda giderek daha popüler hale gelmiştir. Bu tanıtım, bu eylemlerin etkisini muazzam bir şekilde arttırmaktadır. Medya profesyonelleri bu grupları küçümsemelerine rağmen, hayatın içindeki haberlerden çok daha fazla ilgi çektiğinden bu klipleri tekrar tekrar göstermekten kendilerini alamamaktadırlar (Wolfsfeld, 2022 s.147).

1.2.3. Medya

Siyasal iletişim sürecinde yukarıda açıklanmış olan diğer aktörlerin dışında medya, siyasal iletişim sürecinin başat aktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. McNair (2014) , siyasal iletişim sürecinde medya organının önemini şu şekilde açıklamaktadır:

“Medya kuruluşlarını ve uygulamacılarını siyasi aktörler olarak tanımlamak, onların yalnızca siyasi süreçleri gözlemleme ve haber yapma değil, aynı zamanda bu süreçleri şekillendirme ve etkileme kapasitesine sahip olduklarını öne sürmektir” (s.290). Yani bugün basın, yayın organları ve çevrimiçi kanallardan oluşan medya, siyasal iletişim sürecinde önemli etkilere sahiptir. Özellikle siyasi paralelliklerle şekillenen medya sistemlerinde medya, üst seviyede siyasi propaganda altında faaliyet göstermekte ve çok açık bir şekilde siyasi hedefler gütmektedir.

Bunlar arasında BBC, CNN ve Wall Street Journal gibi köklü medya kuruluşları tarafından işletilen web siteleri; Wikileaks gibi siyasi meseleler hakkında haber yapmaya, kullanıcıları bir araya getirmeye veya yorum yapmaya adanmış bloglar, bağımsız siteler ve internet kullanıcılarının hızlı bir şekilde bilgi paylaşımlarına olanak sağlayan Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri vardır.

Demokratik siyasal sistemlerde medya, hem kendi medya örgütünün dışından kaynaklanan siyasal iletişimin aktarıcıları hem de gazeteciler ve blog yazarları gibi diğer üreticiler tarafından oluşturulan siyasal mesajların göndericileri olarak işlev görmektedir (McNair, 2011 s.10-11). Bu anlamda medya ise, siyasal aktörlerin diğer insanları etkilemek için kullandıkları unsurları barındırdığından siyasal iletişim için önemli bir araçtır. Çok sayıda siyasi aktör, diğerlerini etkilemek için çeşitli medya biçimlerini kullanmaktadır (Wolfsfeld, 2022 s.20). Örneğin; haberler, siyasal aktörler yeni üyeler ve destekçiler getirebilir, para toplamalarına yardımcı olabilir, sorunlarını kamuoyunun gündemine taşıyabilir, siyasi ittifaklar kurmalarını sağlayabilir ve siyasi liderler üzerinde baskı kurmalarına izin verebilir (Wolfsfeld, 2022 s.32).

Bu anlamda medya, gündemi oluşturarak ve zaman zaman ele geçirerek, vatandaş ve siyasal aktör arasında önemli bir köprü görevine sahip olması nedeniyle önemli bir siyasi aktör olarak görülmektedir.

1.2.4.Halk/Seçmen Kitle

Siyasi motivasyonları olan bir dizi siyasal organizasyonun yanı sıra siyaset dışı aktörler olarak belirterek dahil edilen seçmenler de siyasal iletişim sürecinde önemli rol oynamaktadır. Bu seçmenlerin her biri, bir düzeyde etkiye sahip olma umuduyla, siyasi alana bireysel olarak mesajlarını iletmektedirler (Lilleker, 2006 s.1). Özdemir (2021), gelişmiş bir siyasal kültüre sahip olan toplumlarda, asıl siyasal aktörlerin yurttaşlar olduğunu ve siyasal aktörlerin sadece siyaset profesyonellerinden oluşması görüşünün artık aşılması gerektiğini belirtmektedir (s.40). Genellikle hem yurttaşlar hem de seçmenler olarak tanımlanan siyasal iletişim izleyicisi, siyasi gruplarla, bazen üyelik veya lobicilik yoluyla ve medya aracılığıyla iletişim kurabilmektedir (Lilleker, 2006 s.10). Günümüzde internetin sağladığı olanaklar sayesinde yurttaşlar siyasal iletişim sürecinde önemli bir yere sahip olmuş ve alınacak önemli kararlar için sosyal medya aracılığıyla kamuoyu oluşturmuştur. Bu sayede seçmenler etkili bir şekilde iletişim kurmuş, oldukça

etkili ve görünür etkinlikler düzenlemiş ve böylece siyasal aktörlerin önemli ölçüde ilgisini çekmiştir (Lilleker, 2006 s.10).

1.3. Geçmişten Günümüze Siyasal İletişim: Çağlar Eksininde Analiz

Siyasal iletişim, geleneksel haber medyasının merkezinde yer almanın yanında günümüzde sosyal medya gibi diğer medya platformlarında da giderek gücünü arttırmaktadır. Bu sebeple siyasal iletişim hem kitle iletişim araçlarını hem de yeni medyayı irdelemekle birlikte özellikle eski ve yeni medya arasındaki karşılıklı ilişkiyi ve bunların siyasi süreçlerle nasıl ilişkilendirildiğiyle ilgilenmektedir. Siyasal iletişimde önemli olan farklı aktörler ve kurumlar arasındaki etkileşimdir. Mesajlar, idari makamlardan vatandaşlara doğru, siyasi aktörler arasında yatay olarak ve vatandaşlar ve gruplardan siyasi kurumlara yukarı doğru gitmektedir. Bu anlamda, siyasal iletişim sürecinde geçmişten günümüze olan değişimleri, Blumler & Kavanagh (1999) birlikte yazmış oldukları *"The third age of political communication"* adlı makalede detaylı bir şekilde açıklamaktadırlar. Blumler ve Kavanagh (1999), İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana, toplumdaki ve medyadaki değişimleri ve siyasal iletişimin zaman içerisinde gelişiminin ve dönüşümünün nasıl şekillendirdiğine dair ilk başta üç çağ tanımlamaktadır. Ancak teknolojik gelişmelere bağlı olarak bu gelişim sürecine daha sonra Blumler (2016) yazmış olduğu *"The fourth age of political communication"* adlı makalede bir çağ daha eklemektedir.

- **Siyasal İletişimin Birinci Çağı**

Blumler ve Kavanagh'ın partilerin ve gazetelerin çağı olarak adlandırdıkları ilk çağ (Tasente, 2020 s.77), İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemin ilk yirmi yılını kapsamaktadır. Parti siyasetinin ve gazetelerin altın çağı olarak da adlandırılan bu çağda, siyasal iletişim süreci büyük ölçüde nispeten güçlü ve istikrarlı siyasi kurumlara bağımlıdır (Blumler & Kavanagh, 1999 s.211). Bu dönemde baskın medya, siyasi elitler tarafından kontrol edilen yazılı basın ve radyodan oluşmaktadır. Fakat, siyasetçiler bu dönemde, mesajlarını daha çok yerel düzeyde halka açık toplantılarda ileterek iletişimi sıkı bir şekilde kontrol

etmektedir (Lilleker, 2006 s.31). Bu dönemde, siyasi seçkinler, pasif katılımcılar olarak görülen, sınıflara bölünmüş bir dinleyici kitlesiyle doğrudan iletişim kurmuşlardır ve siyasal iletişim, politikacılar ve onların seçmenleri arasındaki fikir birliği, siyasi kurumların olumlu itibarına dayanan fikir birliği temelinde inşa edilmiştir (Tasente, 2020 s.78).

Jay Blumer ve Dennis Kavanagh, parti egemenliğine dayalı bir sistem olan siyasal iletişimin ilk çağının özelliklerini şu şekilde tanımlamıştır: İlk olarak, siyasi mesajlar önemliydi. Politikacılar, onları rakiplerinden ayıran politikalar üzerine yoğunlaşmışlardır (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212). Siyasetçiler, kendilerini daha çok ön plana çıkaran konulardan söz etme eğilimindedirler. İkinci olarak, politikacılar, dönemin yazılı basınına ve radyolarına kolayca erişebilmektedirler. Siyasal iletişim için bu dönemde en önemli kampanya araçları, seçmenlerin politikacılarla yüz yüze etkileşimleri, yazılı basın, gazete reklamları, radyo yayınları, posterler; bunlara ek olarak yerel kampanyaların önemi, seçim iletişiminde partilerin merkezi rolü ve bu iletişimin doğrudan kapıdan kapıya propaganda yoluyla yürütülmektedir (Melanie Magin vd, 2016 s.1701; Tasente, 2020 s.78). Üçüncü önemli özellik ise, birçok seçmen, seçicilik ve pekiştirme yoluyla siyasi mesajlara uygun şekilde yanıtlar vermiştir. Oylama kararı, çoğu durumda belirli bir siyasi partiye duyulan sempati ve sadakate dayanmaktadır, seçmenler istikrarlıdır ve zaten oluşturulmuş bir seçeneği değiştirmek imkânsız değilse bile çok zordur (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212; Tasente, 2020 s.78).

1960'ların ortalarına kadar süren birinci çağın ayırt edici en önemli özelliği ise siyasi kurumlara güvenin güçlü olmasıdır (Özçetin, 2021 s.14). Bu çağda istikrarlı bir toplumsal yapı, sağlam ve uzun süreli parti kimlikleri, siyasi kurumlara ve kamu kurumlarına yüksek düzeyde güven ve politikacıların alternatif siyasi yönler ve politikalar hakkında önemli mesajlarıyla karakterize edilmiştir (Wolf, 2010 s.17).

- **Siyasal İletişimin İkinci Çağı**

İkinci çağ, 1960'larda, sınırlı sayıda olan televizyon kanallarının siyasal iletişimin baskın aracı haline geldiği ve parti sadakatinin seçmenler üzerindeki etkisinin azaldığı dönemdir (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212). Modern siyasal iletişimin artık televizyonun ihtiyaç ve önceliklerine göre şekillendiği, televizyonun diğer iletişim araçlarına göre görselliği ön plana alan yapısı, evrensel oluşu ve kolay ulaşılabilir olması siyasal iletişimin eski çağdaki mevcut kurallarını değiştirmiştir (Özçetin, 2021 s.15). Bu dönemde (1960-1990) elektronik kitle iletişim araçları, ulusal anlamda etkisini genişletmesine rağmen birinci çağda olduğu gibi sadece pasif izleyici kitlesine ulaşmıştır. Ayrıca bu dönemin bir diğer özelliği ise çıkar gruplarının, hükümetin karar alma süreçlerine doğrudan katılım yoluyla daha fazla etkin rol oynamasıdır.

Blumler ve Kavanagh'a göre ikinci çağdaki bu dönüşümün dört farklı sonucu olmuştur. Birincisi, televizyonda tek taraflı siyasi haberlerin, propagandaların ve mesajların gittikçe azalmakta oluşu; çeşitli tarafları dikkate alan tartışmalar ve iletişim kalıplarının artmakta oluşudur (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212). İkincisi, siyasi gazetecilik partizan olmayan normlara dayanmakta ve tarafsız ve nesnel bir sunumu amaçlamaktadır. Bu bağlamda, gazetecilerin partizan tutumlarını ortadan kaldırmak ve adaleti, tarafsızlığı ve yansızlığı teşvik etmek için normla daha önemli olmuştur. Bu ilkelere saygı duyan iletişim kanalları, siyasi iletişim için merkezi platformlar haline gelmiştir (Tasente, 2020 s.79). Bu dönemde, ABD'deki geleneksel TV ağları ve çoğu (Batı) Avrupa ülkesinde egemen olan kamu televizyonu, adil, partizan olmayan ve tarafsız bir siyasi yayın idealine mecbur kalmıştır ve böylece eski tarz parti propagandası sona ermiştir (Wolf, 2010 s.17). Yine bu dönemde, partizan olmayan medya ve sınırlı kanallı televizyon, dağınık kitlelere tek yönlü mesajlarla hitap etme fırsatı sağladığından kitle merkezli kampanyalar da ortaya çıkmıştır (Melanie Magin vd, 2016 s.1701). Üçüncüsü, televizyonun son derece popüler hale gelmesiyle, siyaset ve gündem yayınlarını takip eden izleyiciler önemli ölçüde genişlemiştir. Televizyon, kadınlar, gençler ve daha önce siyasetle ilgilenmeyen bireyler gibi ulaşılması daha zor olan kamusal kesimlere ulaşarak siyasal iletişim kampanyalarının izleyici kitlesini genişletmiştir. Anlık haberler ve siyasi

mesajlar, toplumda daha belirgin hale gelmiştir (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212; Taseñte, 2020 s.79). Böylece, dördüncü olarak, televizyon haberleri, medya gündemini etkilemeye yönelik stratejilerin geliştirilmesini destekleyerek, siyasi mesajların programlanmasını ve çerçevelenmesini giderek daha fazla etkileyen gazetecilik formatının en önemli biçimleri haline gelmiştir (Blumler & Kavanagh, 1999 s.212). Tüm bu iletişim stratejilerinin arkasında, iletişim uzmanları ve parti dışından danışmanlar vardır. Haberlere girmek ve medya gündemini şekillendirmek için bir dizi taktik benimsenmiştir. Politik olaylar, tartışmalar ve hatta adaylar, resimlere, kişiliklere ve seslendirmelere odaklanan televizyonun ihtiyaçlarına göre seçilmiştir (Wolf, 2010 s.17).

- **Siyasal İletişimin Üçüncü Çağı**

Siyasal iletişimin üçüncü çağı, halen var olan post-modern, diğer adıyla dijital çağdır. Kablo ve uydu teknolojisi, medya platformlarının çoğalmasına, çoklu kanallara, küresel erişime ve medya kuruluşlarının hızla çoğalmasına yol açmıştır (Blumler & Kavanagh, 1999 s.213; Wolf, 2010 s.17). Siyasal iletişimin gelişiminin bu döneminde hem teknolojiye hem seçmenlerin tüketici davranışlarında hem de iletişim stratejilerinde büyük değişiklikler meydana gelmiştir (Taseñte, 2020 s.79). Bu dönemde hedef grup merkezli kampanyalar, partilerin çok kanallı televizyon ve daha sonra internet aracılığıyla benzer ilgi alanlarına sahip seçmen kesimlerine hitap ederek giderek daha değişken seçmen kitlesine daha amaçlı bir şekilde hitap etmesiyle gelişmiştir (Melanie Magin vd, 2016 s.1701).

Darrent Lilleker (2006), Amerikalaştırılmış bir kampanya modelinin yaygın olduğu Üçüncü Çağ'ın temel özelliklerini şu şekilde belirtmiştir: “Bu çağda ulusal politikaların yerel bağlama çevrilmiş olduğunu görüyoruz. Ancak bu, güçlü bir yerel örgütlenmeyi gerektirmektedir” (s.32). Böylece, bir ağ şeklinde siyasal iletişimin, yani ağın her düğümünde toplumsal grupları etkilemek için kanaat önderlerinin (ister siyasi aktörler ister gazeteciler ister sivil toplum temsilcisi olsunlar) varlığının olduğu tespit edilmiştir. Bu ağa ait olmak, merkezi örgütlerin her bir sosyal grubun özelliklerini,

ihtiyaçlarını, siyasi veya yurttaşlık kültürünü bilmediği merkezi bir siyasi iletişim modelinden daha etkilidir (Tasente, 2020 s.79).

Siyasi iletişim çoğunlukla medya aracılığıyla iletişim faaliyetlerinin yayınlanmasını sağlar; bununla birlikte, halka ulaşmanın alternatif bir biçimini tanıtmaya girişimleri de vardır: Dar tahmin “*Narrowcasting*”. Dar tahmin, seçmen içindeki kilit gruplara veya kesimlere yönelik doğrudan iletişimi içermektedir (Lilleker, 2006 s.47). Post-modern iletişimin ilk aşamalarında, politikacılar hedef kitleye ulaşmak için dergileri, gazeteleri veya niş TV kanallarını kullanmıştır. İnternet iletişiminin gelişmesiyle birlikte, hedef kitleye ulaşmak için e-postalar, haber bültenleri veya son zamanlarda çevrimiçi sosyal ağlar aracılığıyla daha karmaşık yöntemler kullanılmaya başlanmıştır (Tasente, 2020 s.80).

Kalıcı kampanya ise bu dönemin diğer bir özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Kalıcı kampanya, seçilmiş politikacılar tarafından halk desteğini sürdürmek için devlet kurumlarının kullanılması anlamına gelir. Bu terim ilk olarak 1976'da eski ABD Başkanı Jimmy Carter'ın danışmanı Pat Cadell tarafından kullanılmıştır ve Carter'a seçimler tamamlansa bile kampanyaya devam etmesini tavsiye etmiştir (Lilleker, 2006 s.143). Önceki dönemlerin tüm bu belirgin özellikleri, birçok yazarın siyasal iletişimin "Amerikanlaşması", "standartlaşması" veya "profesyonelleşmesi" olarak adlandırdığı siyasal iletişim sistemlerinde büyük değişikliklere yol açmıştır (Tasente, 2020 s.80).

Bu dönemin siyasal iletişim sistemleri ve mekanizmaları, önceki aşamalardan çok daha karmaşık hale gelmiştir ve Blumler & Kavanagh (1999), bu çağı formüle eden üç temel eğilim belirlemiştir: Profesyonel bir siyasal iletişim, rekabet baskısı ve çeşitlenen iletişim araçlarının içerisinde ortaya çıkan karşıt siyasal iletişim yöntemidir.

Üçüncü çağda, 1990'lardan başlayarak, fazla sayıda oy kullanmayan kişiler, kararsız seçmenler ve yeni partiler ortaya çıkmasıyla parti rekabeti daha da yoğunlaşmıştır. Artık çok kanallı televizyon yayıncılığı hala baskın medya iken, internet

de yeni bir iletişim kanalı olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Melanie Magin vd, 2016 s.1700). Siyasetçilerin yeni bir platformda yer almaları ve yeni medyanın siyasal alanda artan önemi artık siyasal iletişimin biraz daha profesyonelleşmesine olanak tanımıştır (Özçetin, 2021 s.21). Özellikle ABD'deki seçim stratejistlerinin interneti kullanarak yapmış oldukları siyasi kampanyaların başarılı olması artık bu sürecin sadece siyasi parti yöneticileri tarafından yapılmadığı ve giderek daha profesyonelleştiği anlamına gelmektedir (Lilleker, 2006 s.31).

Bu dönemde siyasal iletişim sürecine dahil olan herkes için yeni modeller ve uyarlamalar ortaya çıkmaktadır. Bu uygulamalar özünde, şimdiye kadar çok az çalışılmış olan yollarla insanların siyaseti algılama biçimini değiştirmekte ve internet ve mobil iletişim teknolojileri, medyayı, siyasi ve sosyal sistemleri istikrarsızlaştırmaktadır (Blumler & Kavanagh, 1999 s.213). İnternet tabanlı iletişim platformları ve sosyal medya hem haber hem de eğlence alanında yerleşik medyadan izleyici çekmektedir. Bu durum, reklam düzeyini ve geleneksel medyanın ekonomilerini ciddi şekilde etkilemektedir. Haberlerin nasıl bir içerik ve sunum biçimleri içermesi gerektiği konusunda da yeni beklentiler yaratmaktadır. Özellikle geleneksel gazetecilik büyük bir baskı altına girmiş ve eskiden sahip olduğu güvenini kaybetmiştir çünkü artan rekabet, özellikle aranabilir ve paylaşılabılır mobil platformlarda sürekli ve hiç bitmeyen anlık haber, bilgi ve dezenformasyon, eğlence ve ticari içerik akışını içermiş ve bu süreç de siyasi ve gazetecilik üzerine düşünme ve yargılama zamanının daralmasına yol açmıştır (Blumler & Kavanagh, 1999 s.213).

Seyirci açısından medya sisteminin üçüncü aşaması çok büyük bir parçalanma anlamına gelmektedir. Neredeyse sınırsız sayıda medya kuruluşu, izleyicilerin, dinleyicilerin, okuyucuların ve kullanıcıların sınırlı olan ilgileri için rekabet etmekte ve artan sayıdaki iletişim mecraları birçok kişiye hitap etmektedir (Wolf, 2010 s.17-18). Platformların her biri birden fazla mesaj sağlamakta ve eşit şekilde birden çok şekilde yorumlanmaktadır, bu da siyasi ve ideolojik bağlantıların değişkenliğine ve genellikle geçici desteğe neden olmaktadır. Ayrıca bu süreçte kurulan iletişime çok çeşitli siyasi

örgütler, özel şirketler, yerel tabanlı çıkar grupları, kamu kuruluşları, sendikalar, yeni siyasi partiler, düşünce kuruluşları vb. katılmaktadır (Blumler, 2016 s.26).

- **Siyasal İletişimin Dördüncü Çağı**

İlk olarak, üçüncü çağın bazı özellikleri ve farklı bir şekilde dördüncü çağda daha çok belirginliğini göstermiştir (Blumler, 2016 s.24). Dördüncü çağda, üçüncü çağın bazı özelliklerinin daha da geliştiği ve farklılaştığı, oy vermeyenlerin ve kararsız seçmenlerin sayısının son derece yüksek ve iletişim bolluğunun katlanarak arttığı bir çağdır. Bu çağda medya ve dijitalleşme mantığı kamusal alanı şekillendirmekte ve algoritmalar giderek artan bir şekilde neyin farkına vardığımızı belirlemektedir.

Blumler'in dördüncü çağda daha da geliştiğini öne sürdüğü özelliklerden biri "Merkezkaç çeşitlendirme" (*centrifugal diversification*)dir. Merkezkaç çeşitlendirme, dördüncü çağda daha da gelişmiş bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni ortaya çıkan Web 2.0, sosyal ağ servisi, mikro-blog hizmetleri ve video platformları dahil olmak üzere birçok yeni iletişim kanalı sunmaktadır. Bu süreçte, iletişim bolluğunun daha çeşitli içeriklerin üretilmesi için olanaklar sağladığı ve bu sayede daha çok sesin duyulduğu ve daha çok kişiye ulaşıldığı belirtilmiştir (Blumler & Kavanagh, 1999 s.221-223). Ve öyle görünüyor ki, internetin gelişi sivil derneklerin çoğalmasını kolaylaştırmış; harekete geçirmelerini, eylemleri koordine etmelerini, üyeler ve sempatizanlarla düzenli olarak iletişim halinde olmalarını ve genellikle oradan oraya mesajlar göndermelerini daha kolay ve daha az maliyetli hale getirmiştir (Blumler, 2016 s.26).

Diğer bir özellik ise iletişimin bolluğudur. Ana akım medyada, çevrimiçi ortamda ve ayrıca insanların artık üzerinden iletişim kurabildiği cihazlar, insanların iletişim biçimini değiştirmiştir. Ancak iletişimin bolluğu, siyaset izleyicisinin yapısını da değiştirmiştir (Blumler, 2016 s.24-25). Bu çağın en önemli noktası, internet olanaklarının toplum genelinde, siyasi hedefleri ve siyasi kaygıları olan tüm kurumlar arasında sürekli genişleyerek kullanılmasıdır. Tüm bunlar, açıkça, ifade ve fikir alışverişi için birçok yeni fırsat içeren canlı bir iletişimsel alan üretmiştir. Bu nedenle, siyasette kişiler arası iletişim dediğimiz şey- ailede, arkadaşlar arasında ve iş arkadaşları arasında- tamamen değişmiştir

(Blumler, 2016 s.26-27). Daha çeşitli içeriklerin üretilme olanakları; daha fazla sesin duyulması ve daha fazla siyaset izleyicisine ulaşılması bu dönemde artmıştır.

Bu çağın üçüncü bir özelliği ise siyasi iletişim biliminde fırtına gibi esmiş bir uygulama olan medyatikleştirme (*mediatization*) dir. Medyanın bu dönemde gittikçe toplumsal süreçlerin (aile yapısı, toplumsal cinsiyet, ekonomik yapılar ve siyasi pratikler) merkezine doğru yerleşmesi söz konusudur. Toplumsal, ekonomik ve siyasi konuların artık medya mantığıyla eşleşmesi söz konusudur (Özçetin, 2021 s.14-17). Bu çağda siyasetçiler, mesajlarını kendi toplumlarının ana akım medyasında yaygın olarak algılanan haber değerlerine, haber odası rutinlerine ve gazetecilik kültürlerine uyarlayarak iletmektedirler (Blumler, 2016 s.25). Diğer bir deyişle, "yeni kitle iletişim kanallarının özellikleriyle geliştirilen yeni siyasal iletişim modelleri hem toplumsal aktörlerin hem de siyasetçilerin, özellikle seçmenlerin aktif katılımını yoğunlaştırmış, ancak konuşmanın niteliğini düşürmüştür. Söylem kalitesinden çok tartışılan temalar, kamu yararı ile ilgili olmayan, daha çok politikacıların kişisel yaşamlarıyla" yani medyatikleştirilmiş konulardan oluşmuştur (Tasente, 2020 s.81).

Özetlemek gerekirse, dördüncü çağın çatallı siyasal iletişim sistemi öncekilerden oldukça farklıdır. Bir zamanlar göreceli bir tekdüzelik, tutarlılık ve basitliğin hüküm sürdüğü yerde, şimdi her şey karmaşıklık, çokluk, çeşitlilik ve zıt akımlarla örülü görünmektedir (Blumler, 2016 s.28). Siyasal iletişimin bu küresel dönüşüm süreci, medyanın liberalleşmesine, hükümet kontrolünün azaltılmasına ve tabii ki yeni kitlesel iletişimin yayılmasına ve geliştirilmesine dayanmaktadır (Tasente, 2020 s.81-82).

1.4.Sosyal Medya Çağında Siyasal İletişim

İnternet ve sosyal medya, büyük şirketler için olduğu kadar politikacılar için de fırsatlar sunmakta ve bu nedenle politikacılar ve siyaset uzmanları tarafından dikkatle takip edilmektedir. Özellikle siyasal iletişim bağlamında sosyal medya, siyasi aktörler, siyasi partiler ve adaylar tarafından her geçen gün daha fazla dikkate alınmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde internetin kullanımı, siyasetçiler tarafından çabucak keşfedilmiş ve kendi amaçlarını gerçekleştirebilmek için kullanmaya başlamışlardır (Aziz, 2021 s.83). Bu durum siyasal iletişimin ve internetin birlikte kullanılmasına olanak sağlamıştır. Günümüzde ise internet kullanımı her geçen gün artarken, Web 2.0'a bağlı olarak önemli ve popüler sosyal medya ağlarının sadece insanların eğlenme ve vakit harcaması için değil aynı zamanda siyasetçiler tarafından amaçlarını gerçekleştirmek ve genç kitleye ulaşmak için bir araç olarak kullanmaları söz konusudur.

Teknolojideki yeni gelişmelere paralel olarak sosyal ağların kullanıcılar tarafından artık cep telefonları aracılığıyla kullanılması iletişim süreçlerini gittikçe kolaylaştırmıştır. Özellikle 2005 yılında Youtube'un hayatımıza girmesinin ardından Facebook, Twitter, Instagram ve diğer sosyal ağların aktif bir şekilde kullanılması birçok büyük kuruluşun ve aynı zamanda siyasal aktörlerin de ilgisini çekmiş; kendi çıkarlarını ve amaçlarını halka duyurmak için sosyal ağları tercih etmişlerdir (Aziz, 2021 s.91). Bu anlamda sosyal medya artık siyasi kampanyanın olmazsa olmazı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de siyasal iletişim sürecinde bulunan bütün aktörlerin sosyal ağ platformları içerisinde kısa zamanda yer alarak aktif bir şekilde kullanmaları, söylemlerini bu platformdaki kullanıcılara göre değiştirerek sunmaları, hedef kitlesine göre içerik oluşturmaları gittikçe önem arz etmektedir (Aziz, 2021 s.92).

Sosyal medya, seçim dönemlerinde siyasi adaylar için toplumun her kesimine ulaşmalarını sağlayan iletişim kanalları haline gelmiştir. Popüler sosyal medya platformlarından Facebook, YouTube ve Twitter gibi platformlar, adayların doğrudan seçmenlere ulaşmasına olanak sağlarken, destekçilerini harekete geçirmesini ve kamu gündemini etkilemesini/belirlemesini sağlamaktadır. Bu nedenlerden dolayı sosyal medyanın, Web sitelerinin ve video paylaşım sitelerinin hükümetin her düzeyindeki rollerini incelemek, yeni medyanın siyasal iletişim üzerindeki etkisini anlamak için oldukça önemlidir (Towner & Dulio, 2012 s.109). Bunlara ek olarak, sosyal medya aracılığıyla kurulan siyasal iletişim sürecinde siyasetçilerin mesajları sosyal medya platformlarındaki belirli yöntemlere ve izleyicilere göre planlanmaktadır. Politikacıların mesajlarının

içeriğini farklı platformların özelliklerine göre uyarlama yollarını anlamak, sosyal medyanın siyasal iletişimi nasıl şekillendiğine dair daha derin anlamlar sağlamaktadır.

1.4.1.ABD Başkanlık Seçimlerinde Youtube ve Twitter Kullanımı

Son yıllarda video paylaşımı da dahil olmak üzere yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla siyasal iletişim hızla değişime uğramıştır (Borah vd, 2018 s.230). Günümüzde sosyal medya hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde siyasal katılım, siyasal iletişim ve seçim kampanyalarında baskın bir rol oynamaktadır. Örneğin, 2007 yılında CNN-Youtube cumhurbaşkanlığı tartışması, vatandaş seferberliği ve demokratik katılım için eşsiz bir fırsat sağlamış ve geleneksel olarak yeterince temsil edilmeyen birçok seçmenin sürecin içine dahil edilmesini kolaylaştırmıştır (Ricke, 2010 s.202-3). Diğer bir örnekte ise; 2008 yılında ABD Başkanlık seçimleri öncesinde YouTube’da siyasal bağlamda birçok video paylaşılmıştır. Youtube’da yayınlanan “*Yes We Can*”, “*Dear Mr. Obama*” ve “*Obama Girl*” videoları kısa sürede milyonlarca kez izlenmiş ve hızlı bir şekilde viral olmuştur (Korkut, 2022 s.32). Şüphesiz, bu video paylaşımları vatandaşlara etkileşim kurmanın önünü açmış ve kendilerini ifade etmelerine imkân tanımıştır.

Eski ABD Başkanı Barack Obama'nın sosyal medyayı verimli bir şekilde kullanmasından bu yana, siyasal iletişimi kolaylaştırmak için yeni medya teknolojilerinden faydalandığını görmekteyiz. Obama'nın sosyal ağlar aracılığıyla elde etmiş olduğu zafer, diğer dünya liderleri tarafından da dikkatli bir şekilde takip edilmiştir. "2008 ABD başkanlık seçimi için adayların yaptığı propaganda ve siyasal kampanyalar analiz edildiğinde, Barack Obama'nın sosyal ağlar ve e-posta yöntemiyle farklı yaş aralığındaki 17 milyon seçmene ulaştığı düşünülmektedir." (Aziz, 2021 s.84). Barack Obama aynı zamanda 2008 seçimlerinde ise Youtube'a belli videolar yükleyerek ve Youtube üzerinden seçmenleriyle iletişime geçerek dijital ortamda seçmenlerinin arasına katılmış ve bu bağlamda bu platformun sağlamış olduğu olanakları siyasal amaçları için kullanmıştır (Aziz, 2021 s.85). Bu anlamda, Obama'nın 2008 ABD Başkanlığı seçimindeki kampanyasında, sosyal medya, seçim zaferi elde etmek için sistematik bir şekilde

kullanılmıştır (Vesnic-Alujevic & Van Bauwel, 2014 s.196) . 2008 seçimleri kazanıldıktan sonra Beyaz Saray adına bir YouTube kanalı kurulmuş, izleyicilerin video altlarında ilettikleri sorulardan bazıları seçilerek Barack Obama tarafından cevaplandırılmış ve bu sayede, vatandaşlarla etkileşim kurulmaya çalışılmıştır (Sutter, 2009). Sosyal medyaya yapılan yatırımın karşılığının net bir biçimde görüldüğü 2008 ABD başkanlık seçim öncesi ve sonrasında YouTube'un kullanımı, onu yeni teknolojilerin siyasal iletişim kullanımlarını incelemek için önemli bir alan haline getirmiştir. Adayların YouTube'u ne kadar kullandıkları konusunda da bir tezatlık mevcuttu. Obama'nın seçim kampanyasının sonunda YouTube kanalında 1.800'den fazla video yayınlanırken, rakibi McCain'in kampanyasında yalnızca 330 video vardı (Towner & Dulio, 2012 s.98).

2012 seçimlerinde Obama, başkanlık adaylığını bir YouTube videosu ve bir tweet atıp açıklayarak sosyal medyanın eşi görülmemiş bir şekilde siyasi kampanyalar için kullanıldığını ve siyasal iletişimde ne kadar önemli bir yeri olduğunu vurgulamıştır (Gerodimos & Justinussen, 2014 s.1-2). Obama'nın üst üste iki kere başkanlık seçimlerini kazanmasının temel nedenlerinden biri sosyal medyaya yaptığı yatırım ve hedef kitlelerini iyi belirlemesidir. Bu anlamda sosyal medya çağında siyasal iletişimin ve siyasi kampanyanın öneminin ilk olarak bu dönemlerde ortaya çıktığı ve Obama'nın sosyal medya danışmanı Goff'un "İnsanlar eskisi gibi CNN izlemiyor, Facebook ve Twitter'da daha çok vakit geçiriyor" sözü artık sosyal medyanın geleneksel yöntemlerden daha tercih edilebilir olduğunu gösterir niteliktedir (Çapa vd, 2015).

1.4.2.Türkiye'de Youtube ve Twitter Kullanımı

Türkiye'de 2007 genel seçimlerinde siyasi partilerin, "parti programlarının ve adaylarının mitinglerinin duyurulması, yapılan basın açıklamalarının sitelerine eklenmesi ve siteler üzerinde yapmış oldukları güncellemeler sayesinde Web 1.0 ortamının içerisinde etkin bir şekilde yer almaya çalıştıklarını söyleyebiliriz" (Bayraktutan vd, 2014 s.66). ABD'de siyasal iletişim ve kampanyalarda profesyonel şekilde kullanılmaya başlanan sosyal medya ve internet teknolojileri, 2007 yılıyla birlikte Türkiye'de siyasi partiler kendi

web sayfalarındaki bilgileri güncelleyerek, yeni bilgiler ekleyerek ve Web 2.0'a uygun siyasi reklamlar ve propaganda videoları tasarlayarak sosyal medyada siyasal iletişim sürecine entegre olmaya başlamıştır. Bu dönemde kurulan web siteleriyle halk seçim sürecine yönelik bilgilendirilirken aynı zamanda siyasi partiler, halkı etkilemek için YouTube platformunu da aktif bir şekilde kullanmaya başlamıştır. 2007 seçimlerinde Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), YouTube'u propaganda amacıyla kullanmaya başlamış ve CHP ve AKP'nin bu platformda seçim dönemleri için 7 bine yakın propaganda videosu paylaşmıştır (Engin, 2007).

Türkiye'de dijital okuryazarlık oranının 2010'lardan itibaren artmasına paralel olarak siyasetçilerin de bu artışa göre sosyal medya platformlarında aktif bir şekilde yer aldıklarını görebiliriz. 2011 genel seçimlerinde ise Türkiye'de seçim dönemlerinde aktif bir şekilde sosyal ağlar kullanılmaya başlanılmış ve sonraki seçimlerde ise web sayfaları, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram ve günümüzde Twitch.tv tüm siyasi aktörler tarafından hedef kitlelere ulaşılması için çoğunlukla tercih edilen sosyal ağlar olmuştur (Aziz, 2021 s.98). Özellikle her seçim döneminde aday olan liderler belli bir Web site kurarak seçmen kitlesiyle ilk etapta buradan bağ kurmaya çalışarak, resmi anlamda ne yapacağına ve ne yaptığına dair içerik sunmaktadır. Diğer yandan, "Twitter, diğer platformlardan farklı bir tekniğe sahip olup, toplumun birçok kesimini içerisinde barındırarak kullanıcılarına bir olay hakkında düşüncelerini paylaşmasına ya da farklı düşüncelerin tartışılmasına olanak sağlayan bir platform" (Aziz, 2021 s.94-95) olarak karşımıza çıkmaktadır.

Twitter gibi sosyal medya platformları aracılığıyla, adaylar potansiyel seçmenlerle daha fazla etkileşime veya diyaloga girebilir. Bu teknolojiyi kullanmak isteyen adaylar, iletişimi tek yönlü iletişimden bir adım öteye taşıyabilmektedir (Towner & Dulio, 2012 s.103). Twitter'ın bu kullanım amacı sayesinde, aynı zamanda vatandaşların zar zor katılabildiği geleneksel siyasi iletişimin mevcut engelleri kırılmaya başlanmıştır (Alonso-Muñoz vd., 2016 s.72). Özellikle Gezi Parkı dönemi sonrasında Türkiye'de Twitter ve bunun yanında diğer sosyal medya araçlarının da kullanımı artmıştır. Ülke bazında medya

okuryazarlığının artışı sayesinde tüm seçim dönemlerinde siyasetçiler ve siyasal iletişim profesyonelleri tarafından sosyal medya kullanımı arttırmıştır. Bu durum iletişim süreçlerinde de değişimlere sebep olmuş ve sosyal medya çağının artık toplum nezdinde giderek popüleritesini arttırmıştır. Bu dönemde Bayraktutan vd. (2014) yapılan araştırmada 2011 genel seçimleri döneminde Twitter'ı en aktif kullanan siyasi grubun bağımsız adayların oluşturduğu daha sonrasında AKP'de yer alan siyasetçilerin Twitter'ı daha verimli bir şekilde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (s.69-70). Özellikle 2011 genel seçim döneminde siyasi adayların Twitter'ı aktif bir düzeyde kullanarak (Bayraktutan vd., 2014 s.68) vatandaşlara yapacakları politikaları duyurmuş, söylemlerini tanıtmış, parti etkinlikleri paylaşılmış ve seçmen kitleyle etkileşime geçilmiştir.

Politikacılar, YouTube'da ve Twitter'da aktif biçimde yer alan genç seçmenleri olduğunu fark etmektedirler. Yeni iletişim teknolojilerine ayak uydurmak ve genç seçmenlere ulaşmak isteyen siyasi adaylar bu nedenle siyasi kampanyalarında YouTube ve Twitter'ı etkin bir şekilde kullanmaya karar verdiler. Bir dizi dijital platform kullanarak kampanya yürütmek artık siyasi parti kampanya stratejilerine sıkı bir şekilde yerleştirilmiş ve son zamanlarda popüler olan sosyal araçları (Twitter, YouTube) artık neredeyse zorunlu hale gelmiştir (Michalska vd., 2016 s.332). Bu konu özelinde Yaşar'ın (2022) yapmış olduğu çalışmada "Türkiye'de siyasi partilerin Twitter kullanım amacı daha çok siyasi parti liderlerini destekleme ve basın toplantılarının aktarılması yönündedir. Siyasi partilerin kendi yapmış oldukları faaliyetler ve organizasyonlara çok sık yer verilmektedir" (s.29-30) sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan Youtube özelinde değerlendirildiğinde ve 2019 seçimleri baz alındığında İmamoğlu'nun Youtube'u daha çok canlı yayın yapmak için kullandığı, rakibi Binali Yıldırım'ın ise daha çok basın toplantısı paylaşımlarını yaptığı görülmektedir (Doğu Öztürk & Zeynep, 2020 s.105). İmamoğlu'nun bu platformda aktif olarak yer almasının temel nedenleri arasında, ana akım medyada seçim kampanyalarına ve reklamlarına yer verilmemesi bulunmaktadır. Bu doğrultuda İmamoğlu'nun seçmen kitlesine ulaşmak için daha aktif bir şekilde Youtube'u kullandığını ve gelecekte yapılması gerekenleri aktarmasıyla daha çok seçmene erişmek için bir strateji kullandığı söylenilebilir (Doğu Öztürk & Zeynep, 2020 s.107). Ancak şunu

belirtmek gerekir ki; politikacılar diğer sosyal medya araçlarıyla birlikte bu platformları kullanmaktadırlar ve hepsini bir bütün içerisinde değerlendirerek başarıya ulaşmaktadırlar.



2. TWITCH.TV

İnternet ve sosyal medya platformlarının sürekli ve hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte dijital bir dünyanın oluşumu 2000'li yıllardan itibaren gözle görülür bir şekilde ilerleme kaydetmiştir. Bu gelişmelere bağlı olarak, farklı sosyal medya platformlarının oluştuğu ve sürekli olarak yeni ihtiyaçların doğduğu gözlemlenmektedir. İnternet mecrasındaki önemli ilerlemelere bağlı olarak farklı sosyal medya platformları da yükselişe geçmiş, kullanıcılar arasında popüler hale gelmiştir. İnternet kullanıcılarının birçoğu Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Twitch.tv, Reddit ve Snapchat gibi platformlarda sosyal medya hesaplarına sahip olmuşlar ve bu kullanıcılar geleneksel medya araçlarının sunduğu hizmetler dışında sosyal medyanın sunduğu farklı olanaklardan yararlanarak karşılıklı iletişim ve içerik üretme sürecine dahil olmaya başlamışlardır. Özellikle canlı akış platformları son birkaç yıl içinde önemli bir büyüme yaşayarak dünya çapında popülerlik seviyesine ulaşmayı başarmıştır. Buradaki temel etkenlerin başında COVID-19'un yarattığı karantina süreci kilit rol oynamıştır. Televizyon kanallarının yeni içerikler üretememesi ve sadece eski programlarını yayınlaması, evde oturmakta olan bireylerin farklı içeriklere yönelmesini sağlamıştır. Canlı akış platformları, insanların karantina dönemi boyunca eğlenceyi tüketmek için yeni yollar bulma ihtiyacı hissettikleri bu süreçte, onları yeni içerik türlerine yaklaştırarak kendilerinin tercih edilmesini sağlamıştır.

Canlı akış platformlarının olumlu yönde gelişmesine bağlı olarak bu alandaki kullanıcıların sayısında gün geçtikçe artış gözlemlenmiş, bununla beraber insanların izleme kültüründe ve sosyal medya platformlarının gelişiminde de önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle geleneksel medya aracı olan televizyon izleme alışkanlığından uzaklaşılarak çevrimiçi video izleme alışkanlığı günümüzde daha popüler hale gelmiştir. Son dönemde oyun endüstrisinin de gelişimiyle birlikte oyunların, günlük yaşantının ve sohbetin canlı akış platformlarından takip edilmesini sağlayan Twitch.tv de bu canlı akış platformlarından bir olarak öne çıkmaktadır.

2.1. Justin.tv'den Twitch.tv'ye Geçiş Süreci

Twitch.tv tamamen sıfırdan oluşturulmuş bir platform olarak karşımıza çıkmamaktadır. Twitch.tv'nin kökenleri, kullanıcıların her şeyi yayınlamasına izin vermeye adanmış ve Justin Kan, Emmet Shear, Michael Seibel ve Kyle Vogt tarafından 2007 yılında kurulan bir web sitesi olan Justin.tv'den gelmektedir (Eric, 2022). (Taylor, 2018 s.53). Justin'in temel amacı günlük yaşantısını 24 saat kaydetmek, bunu başına takmış olduğu bir kamera ve internet aracılığıyla canlı yayın yapmaktır. Bu yeni trend kısa sürede Justin.tv'nin giderek daha çok popülerleşmesini sağlamış, insanlar tarafından izlenmesini arttırmış, bu hizmeti halka açtıktan sonra spor, müzik, sosyalleşme ve teknolojinin yanı sıra farklı kategorilere ayrılarak gelişimini sürdürmüştür (Cook, 2014; Recktenwald, 2018). Twitch.tv daha sonra kullanıcıların kendilerine ait kanallar oluşturmaya ve kendi içeriklerini platform üzerinden paylaşmasına izin vermiştir (Cuenca Aliaga, 2021 s.31; . Toscano Martín, 2022 s.10-11). Bu süreçte oyun ve E-spor kategorisinin, Justin.tv için diğer kategoriler arasından öne çıktığı ve platformun geleceği için umut vadettiği görülmüştür. Bu kategorilerin içerisinde “Oyun/E-spor Bölümü” E-spor'un kısa süre içinde giderek popülerleşmesi (Cuenca Aliaga, 2021), oyun sektörünün potansiyel olarak tüketim pazarında güçlenmesiyle birlikte diğer kategorilere göre daha fazla ön plana çıkmış ve bu önemli gelişme Justin.tv'yi yeni ve özel bir web site oluşturmaya sevk ederek 2011 yılında Twitch.tv'nin kurulmasını sağlamıştır (Panneton, 2019). Bu anlamda Twitch.tv, Justin Kan tarafından kurulan canlı yayın hizmeti olan Justin.tv'nin yeni bir özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. 2011 yılında kurulan Twitch.tv ilk etapta profesyonel E-spor oyuncularının evlerinin içinde canlı yayın yapıp oyun oynadıkları bir platform olarak hizmet vermeye başlamıştır.

2.2.Twitch.tv'ye Yönelik Tanımlar

Twitch.tv, yayıncıların oyunlarını veya ürettikleri içerikleri izleyicilerle gerçek zamanlı olarak paylaşımlarına olanak tanıyan, yayıncının kendisinin bir kamera görüntüsünü, oynadığı oyunu veya içeriklerini diğer izleyicilerle paylaştığı, bu sırada bir sohbet penceresi aracılığıyla onlarla genel bir etkileşime girdiği ve sosyalleştiği ücretsiz bir platform ve web sitesidir. (Harpstead vd., 2019, Twitch, 2022, Hamilton vd, 2014; (Scully-Blaker vd., 2017). Deng ve arkadaşları (2015) Twitch.tv'yi eski ve yeni popüler olmuş oyunları bir araya getiren karmaşık bir oyun ekosisteminin bir parçası ve sadece canlı oyun yayını yapılan büyük ölçekli bir video akış platformu olarak ele alarak, Twitch.tv'yi, insanların oyun deneyimlerini paylaştığı ve başkalarıyla sohbet "chat" aracılığıyla eş zamanlı etkileşim kurabildiği bir platform olarak tanımlamaktadırlar (ss.1-6).

Woodcock ve Johnson'ın yaptığı çalışmada (2019) Twitch.tv'nin seneler içinde hızla yükselmesi, oyun endüstrisi ve farklı mecralar için yeni ve önemli bir platform olması gibi gelişmeleri öne çıkararak Twitch.tv'yi stratejik iletişim alanında önemli, içerik üretici ve izleyicisi anlamında hızla gelişen bir canlı akış platformu olarak açıklamaktadır (ss.322-24). Bu tanıma ek olarak, Gandolfi (2016), Twitch.tv'yi demografik özellikleri farklılık gösteren, etkileşim ve tartışma alanları ile canlı akış sağlayan ve hızla büyüyen bir şirket olarak tanımlamaktadır. Recktenwald (2018) ise Twitch.tv'yi "konuşan bir yayıncı ile sohbet eden geniş bir izleyici kitlesi arasında bilgisayar aracılığıyla iletişime geçtiği, oyuncuları ve oyun izleyicilerinin arasındaki iletişimi kolaylaştıran ve onları bir araya getiren medya yakınsamasının sonucu olan bir çevrimiçi yayın biçimi" olarak ifade etmiştir (ss.1-18).

Twitch.tv ve canlı akış platformları sanal toplulukların iletişime geçtiği alanlar olarak görülmesi nedeniyle üçüncü alan olarak da tanımlanmaktadır. Üçüncü alan kavramı, Oldenburg (1999) tarafından yazılan "*The Great Good Place*" kitabı ile popüler hale gelmiştir. Oldenburg üçüncü alan kavramının, insanların topluluklar oluşturmak ve

sürdürmek için sosyalleşmeye geçtikleri gayri resmi kamusal alanlar olduğunu belirtirken, üçüncü alan kavramını “bireylerin ev ve iş alemlerinin ötesinde düzenli, gönüllü, gayri resmi ve mutlulukla beklenen toplantılarına ev sahipliği yapan kamusal yerler” olarak tanımlamaktadır (Oldenburg, 1999 s.41). Twitch.tv, kullanıcılara hem hayatlarının birçok yönünü yayınlama hem de diğer yayıncıları ve canlı yayınlamaya karar verdikleri içeriği izleme olanağı sunan bir canlı akış platformudur. Twitch.tv platformda yer alan kanallara ve yayıncılara, hizmet platformunun ücretsiz olması, yüksek oranda ve internet bağlantısı olan herhangi bir cihaz üzerinden kolayca erişilebilir olması nedeniyle sanal bir üçüncü yer sunmaktadır. Rekabetçi dijital oyunların üst düzey oynanması ve izlenmesi olan e-sporların ortaya çıkışı, topluluğun büyümek istediği duygusunun yükselişiyle birlikte gelişmiştir. Yayıncılar, moderatörler ve müdavimler, akışı çekici hale getirmek için yeni gelenlerle etkileşime girmektedirler. Böylece akış üçüncü bir yer işlevi görmektedir (Hamilton, 2014 s.1323). Bu anlamda, sunmuş olduğu izleyici tabanlı platform, takipçiler ve yayıncılar ve bunlar tarafından oluşturulan sanal topluluklar Twitch.tv'nin üçüncü bir alan olarak görünmesine ve tanımlanmasına olanak tanımaktadır (Guzman ve Widell, 2020 s.18).

Twitch.tv'nin oyun endüstrisiyle olan ilişkisi onun gün geçtikçe daha popüler hale gelmesine ve büyümesine olanak sağlamış, platform 2014 yılında Amazon tarafından 970 milyon ABD doları karşılığında satın alınmıştır (Johnson and Woodcock, 2019 s.2; Cuenca Aliaga, 2021 s.31). Twitch.tv, diğer sosyal medya platformları ile bazı ortak noktaları olmasına rağmen, canlı yayın içeriğini internet aracılığıyla sağlaması onu diğerlerinden ayırarak Twitch.tv'ye ait yeni bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sayede, kullanıcılarına çeşitli içerikleri yayınlamayı veya düzenli kullanıcılar olmayı seçebilecekleri ücretsiz bir hesap oluşturma olanağı sunmaktadır. Twitch.tv topluluğunda yayıncılar (*streamers*) ve izleyiciler (*audiences*) olarak iki grup vardır. Yayıncılar, oyunlarını veya sohbetlerini canlı yayınlayan kişilerdir. İzleyiciler ise yayıncılar tarafından yapılan canlı akış içeriğini izleyenler olarak tanımlanmaktadır. Yayıncılar çoğunlukla bir web kamerası aracılığıyla kendi görüntüsünü izleyicilerle paylaşmakta ve akıştaki muhabbete genellikle mikrofon aracılığıyla dahil olmaktadır. İzleyiciler aynı

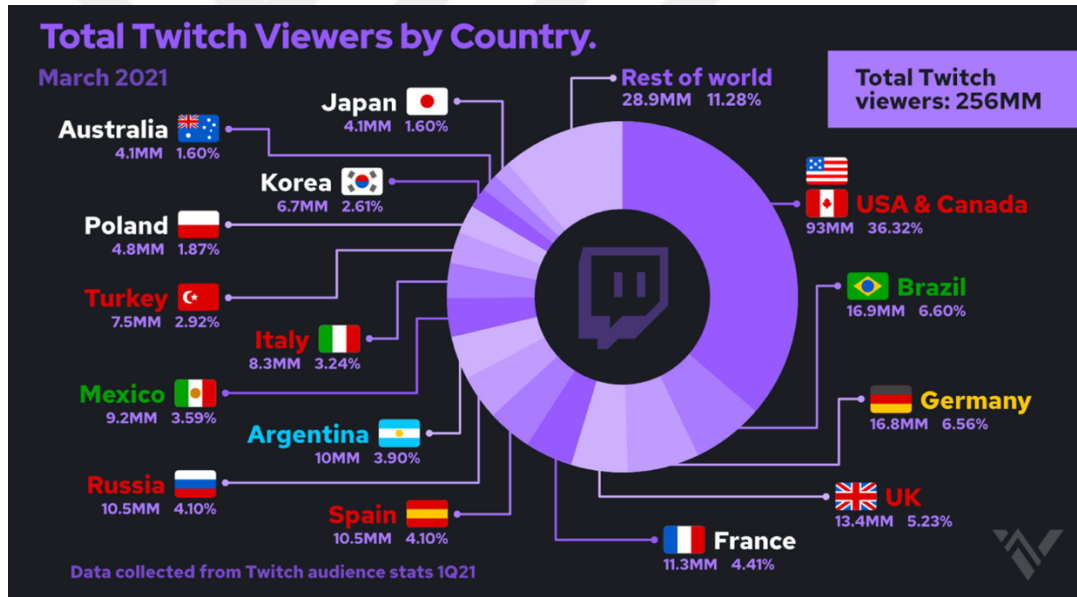
zamanda desteklemek istedikleri yayıncıları takip ederek onlara abone olabilmekte ve düzenli olarak aylık belli ücretler karşılığında yayıncıları destekleyebilmektedirler.

“Twitch.tv yayınlarında, izleyicilerin birbirleriyle ve yayıncıyla etkileşime geçebileceği bir sohbet kutusu bulunur. Bu, yayıncının kanalı etrafında bir topluluk oluşturmaya sağlar. İzleyiciler ayrıca aylık bir ücret karşılığında kanallara "abone olabilir" (Matt, 2021 S.3-4). Twitch.tv 2021'den itibaren yerel abonelik politikasını devreye sokarak yayıncılara olan desteğin daha fazla olmasına ve izleyicilerin istedikleri yayıncıları daha fazla desteklemesine olanak sağlamıştır (Twitch, 2021). Abonelik ücretlendirilmesinin yarısı yayıncıya, yarısı da Twitch.tv platformuna gitmektedir. İçerik oluşturucuların ayakta kalmasını ve tam zamanlı yayın yapabilmesini sağlayan temel şey aboneler ve bağışçılardır” (Matt, 2021 S.3-4). Fakat izleyiciler tarafından yapılan bağışlar farklı siteler aracılığıyla doğrudan yayıncıya gitmektedir. Bu bağış sistemi farklı internet siteleri üzerinden gerçekleşmekte ve bu sistem tamamen yayıncıların kendileri tarafından seçtiği sitelerden oluşmaktadır.

Twitch.tv, internet kullanıcılarını siteye çekmek için yayıncılar tarafından oluşturulan birbirinden farklı içeriklere güvenmektedir. Twitch.tv, kullanıcılarına istedikleri her türlü içeriği canlı olarak yayınlayabilecekleri bir platform sağlamakta ve bu sayede milyonlarca kişinin bir araya gelip etkileşim kurmasına öncü bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır (Twitch.tv, 2022). Twitch.tv'nin bu mevcut stratejisi, platformunu her tür canlı akış içeriğinde bir dayanak sağlamak için kullanan geniş bir farklılaşma yaklaşımıdır. Bir video oyunu canlı yayın sitesi olarak başlayan Twitch.tv, bu sektör için pazar potansiyelinin ne kadar büyük olduğunu farkında olduğundan, her türlü canlı yayını içerecek şekilde büyümüştür (Matt, 2021 s.14). Video oyunlarından canlı konserlere, haberlerden siyasi yorumlara kadar Twitch.tv'de her kullanıcı için farklı türde içerikler ve kategoriler vardır. Bu bilgiler ışığında Twitch.tv, şu anda Avrupa ve ABD'deki en popüler video akış platformu olup yüz milyonlarca izleyiciye hitap etmektedir (Streamscheme, 2022). "Twitch.tv yayıncıları ve izleyicileri dünyanın farklı yerlerinden olup oldukça çeşitlidir fakat çoğunluğa baktığımızda İngilizce konuşan yayıncıların ve

izleyicilerin daha aktif olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Çoğunlukla Twitch.tv, Kuzey Amerika hayran kitlesi etrafında dönmektedir. Buna ek olarak, Fransa, Türkiye ve Arjantin on milyonlarca izleyiciye ev sahipliği yapmaktadır (Şekil 2.1). 2021 verilerine göre Türkiye'deki Twitch.tv kullanımını incelediğimizde, yaklaşık 7,5 milyon kişinin aktif bir şekilde Twitch.tv kullandığı görülmektedir. Özellikle Amazon'un abonelik fiyatlarını 2021 yılında 9,90 TL'ye düşürmesi platforma daha fazla içerik üreticisinin ve izleyicinin gelmesini sağlamıştır" (Nick, 2021).

Şekil 2.1. Ükelere Göre Toplam Twitch.tv İzleyicisi, Twitch Tracker, 2021



Twitch.tv'nin bir canlı akış platformu olarak nasıl algılandığı ele alındığında, insanların çoğunun, platformu bir oyun portalı olarak görmekte veya onu oyun kültürü ile ilişkilendirmekte ve genellikle platforma bu perspektiften yaklaşmakta oldukları görülmektedir. "Platformun görsel-işitsel formatı, onu çok farklı içerik türlerine uyarlanabilir bir ortam haline getiriyor. Genel olarak üretilen içeriklerinin çoğunun video oyunları ile ilgili olduğu doğru olsa da oyun kültürüyle ilgisi olmayan içeriklerin de (gastronomi, politika, bilim, mizah, gazetecilik ve radyo) platformda önemli bir yer edindiğini görmekteyiz" (Toscano Martin, 2022). Oyun dışı kategorilerin uygulanması ve popülaritesi, yeni bir yayıncı ve izleyici türünün girişini teşvik eden yaygın içeriğe kapı

açmaktadır. Bu anlamda, kullanıcılar, bu platformu oyun dışı amaçlarla da kullanmaktadır. Kasım 2022 verisine bakıldığında, Twitch.tv'deki en popüler kategorinin Sadece Sohbet Etme "*Just Chatting*" olduğu görülmektedir (Saito, 2022). Sadece Sohbet Etme "*Just Chatting*" kategorisi (Şekil 2.2), Kasım 2022'de izlenen saatler bazında diğer kategorilere göre 60 milyon saat izlenmiştir. (Twitch Tracker, 2022). Bu eğilim nedeniyle, video oyunları ile ilgili olmayan daha fazla içerik üretildiğinden, "Sadece Sohbet Etme" kategorisi giderek daha önemli hale gelmekte ve toplumsal konuların konuşulup tartışılmasını sağlayan bir kategori olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 2.2. Kategori Bazında Twitch.tv İzlenme Saati ve Oranı, Twitch Tracker, 2022

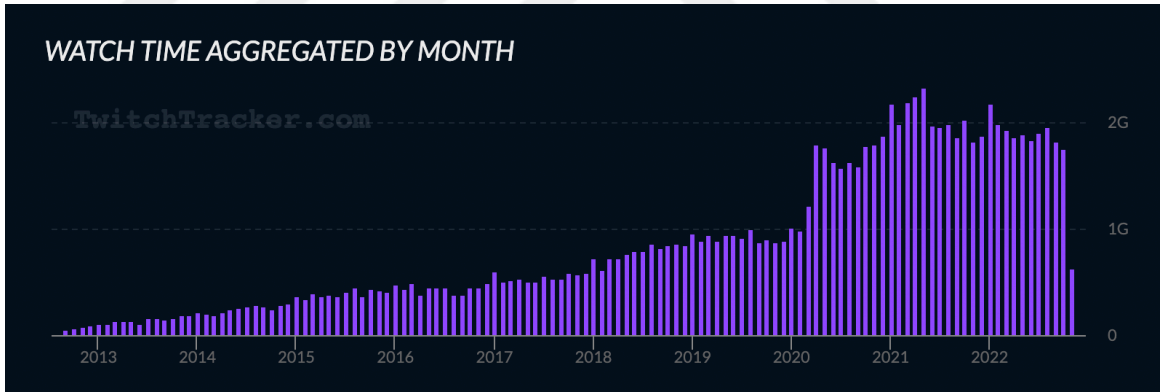
	All Other Games Combined	146,121,565	33.8%
	Just Chatting	59,899,272	13.9%
	League of Legends	35,982,646	8.3%
	Counter-Strike: Global Offensive	29,729,940	6.9%
	Grand Theft Auto V	24,959,076	5.8%
	VALORANT	17,090,355	4.0%
	God of War Ragnarök	16,070,386	3.7%
	Call of Duty: Modern Warfare II	15,875,087	3.7%
	Overwatch 2	13,222,431	3.1%
	Minecraft	11,763,447	2.7%

2.3. Twitch.tv'nin Ekosistemi ve Kullanıcıların Özellikleri

Güncel Twitch.tv verileri incelendiğinde, Twitch.tv istatistikleri ve analizleri, platformun canlı akış uygulamaları pazarının önemli bir bölümünü domine ettiğini ve bu alanda daha da büyümesinin beklendiğini göstermektedir. Twitch.tv'nin bu kadar hızlı popüler hale gelmesini ve diğer canlı akış platformlarından daha başarılı olmasını

kavramak için Twitch.tv'nin güncel verilerine bakılması gerekir. Bu verilerin toplanmasında temel birkaç website'den yararlanılmış olup websitelerin hepsi Twitch.tv'nin güncel verilerini düzenli bir şekilde kaydetmektedir. Twitch.tv, en büyük canlı akış platformlarından biri olmak için kuruluşundan itibaren düzenli bir şekilde büyümüştür. Twitch.tv'nin ne kadar büyüdüğüne ve kullanıcıların güncel demografisine bakıldığında, 2022 yılında aylık ortalama 7-8 milyon kadar yayıncının düzenli olarak kendi oluşturmuş olduğu içerikleri yayınladığı, ortalama 90 bin eşzamanlı Twitch.tv kanalının olduğu ve 140 milyon kullanıcının aktif olarak bu içerikleri izlemek için bağlandığı bir platform olduğu görülmektedir (Twitch Tracker, 2022). Bu kullanıcılar, her ay ortalama 2 milyar saatlik Twitch.tv akışı izlemektedir (Şekil 2.3)

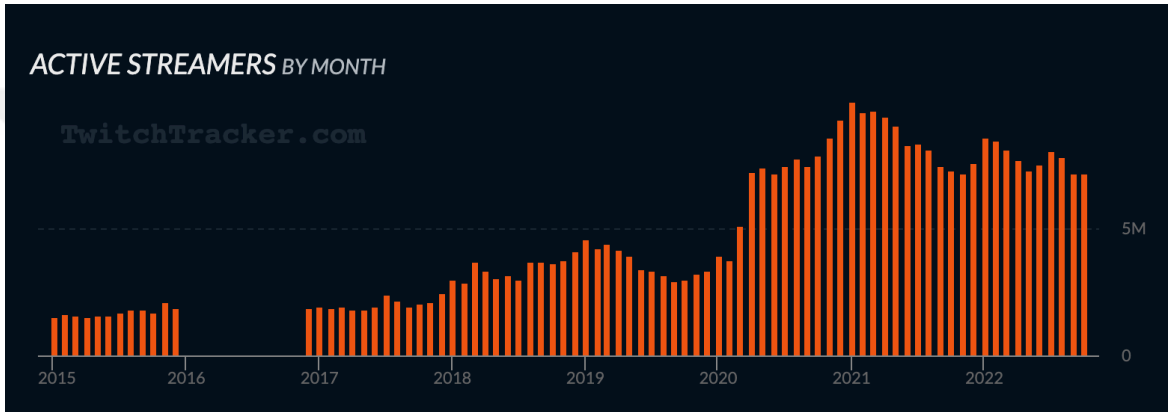
Şekil 2.3. Aylık Twitch.tv Akışı İzleme Süresi, Twitch Tracker, 2022



2019 Aralık ve 2022 Ekim ayları arasında toplam aylık yayıncıların verilerine bakıldığında (Şekil 2.4), Twitch.tv yayıncılarının sayısının Aralık 2019'da 3,9 milyon civarındayken, 2020 Mart ayında 5 milyona ve Nisan 2020'de 7 milyonun üzerine çıktığı görülmektedir. 2021 yılında COVID-19 salgınının zirvesi sırasında, pandeminin etkisiyle ve insanların da artık uzun süre evde kalmasının bir sonucu olarak bu sayı Şubat 2021'de 9,5 milyon aktif yayıncıya ulaşmıştır (Iqbal, 2022). Bu nedenle, Twitch.tv üzerinden yapılan çevrimiçi eğlence çok daha yaygın hale gelmiştir. Kaçınılmaz olarak, dünyada pandeminin etkisinin azalmaya başlamasıyla birlikte ve karantinanın kaldırılmasıyla, insanlar artık evlerden dışarı çıkmaya başlamış ve buna bağlı olarak Twitch.tv'deki aktif canlı yayıncıların sayısı düşüşe geçmiştir. COVID-19 pandemisi döneminde önemli bir

kullanıcı akışına sahip olan Twitch.tv, ülkelerin karantinayı aşama aşama kaldırmasına rağmen çok fazla izleyici kaybetmemiştir. Hâlâ 8 milyon yayıncının canlı içerik ürettiği platformda izleyici sayıları göz ardı edilemeyecek düzeyde yüksektir.

Şekil 2.4. Aktif Twitch.tv Yayıncı Sayısı, Twitch Tracker, 2022

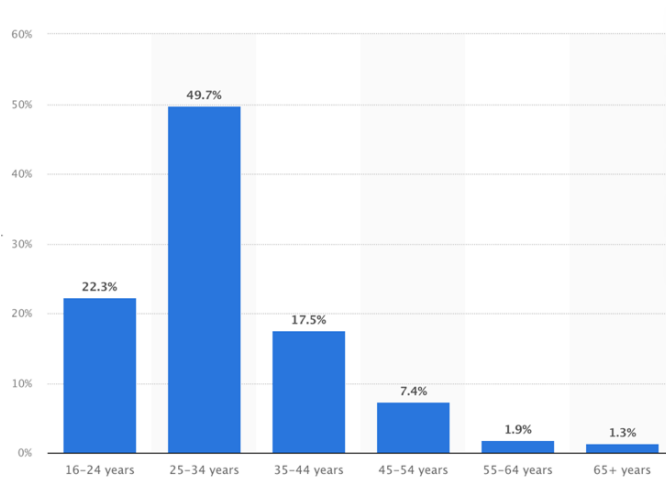


Canlı akış platformları, oyun topluluğunun hem önemli hem de hızlı bir şekilde büyüyen bir ayağını oluşturmaktadır. Canlı yayın endüstrisindeki artan rekabete bakıldığında Twitch.tv'nin canlı yayın pazar payının %73'üne hâkim olduğu görülmektedir. Bu yüksek oranın karşısında Youtube Gaming %21 ve Facebook Gaming %3 oranla yer almaktadır (StreamScheme, 2022). Twitch.tv'nin diğer platformlara göre hızlı bir şekilde büyümesi, YouTube Gaming Live ve Facebook Gaming gibi diğer canlı akış platformlarına göre daha çok izlenmesi, aktif yayın kanallarının daha fazla olması, toplam canlı yayın endüstri geliri 2021 yılında 9,3 milyar dolarken Twitch.tv'nin bu piyasadaki gelirinin 2.6 milyar olması (Iqbal, 2022), son olarak Twitch.tv'de bir yayın izlerken metinsel bir sohbet penceresi aracılığıyla yayıncı ile konuşma sağlaması gibi nedenler Twitch.tv'yi diğer canlı akış platformlarına göre daha çok tercih edilebilir bir platforma dönüştürmüştür. "Twitch.tv yayınlarının çoğunlukla oyun ve eğlence alanında yapılmasının yanı sıra sosyal bir etkileşim ve iletişim alanı da sağlaması nedeniyle, izleyici sadece tüketici değil aynı zamanda yayının şekillenmesine etki eden bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır" (Baykul, 2019 s.34). Canlı akışının bu yapısı, "herkesin bir Twitch.tv yayıncısı olabileceği" anlamına gelmektedir (Pires & Simon, 2015, s. 225)

ve bunun yanında dünyanın dört bir yanından bireylere bu fırsatları sunması gibi sebepler, Twitch.tv'nin diğer canlı yayın platformlarından daha çok tercih edilmesinin önünü açmıştır.

Bu platform için yukarıda belirtilen özelliklere ek olarak, bu mecraayı aktif bir şekilde kullanan kitlenin yaş ortalamasına bakıldığında (Şekil 2.5.), demografik verilere göre, Twitch'in Y ve Z kuşağının¹ dikkatini çektiği görülmektedir. Bu kuşağın üyeleri, teknolojik gelişmelere bağlı interneti aktif olarak kullanan bir nesil olarak tanımlanmaktadır. Mayıs 2022 itibarıyla, dünya çapındaki Twitch.tv kullanıcılarının %72'sini 35 yaş altındaki bireylerin oluşturduğu ve bu oranın içinde yer alan %49,7'lik kısımda 25-34 yaş grubu ve geri kalan %22,3'lük kısımda ise 16-24 yaş grubuna ait bireyler yer almaktadır. Twitch.tv kullanıcılarının sadece %3,2'si 55 yaş ve üzerindedir (Clement, 2022). Bu durum Twitch.tv kullanıcı tabanını çoğunlukla Y ve Z kuşağına mensup bireylerin oluşturduğunu göstermektedir.

Şekil 2.5. Twitch.tv Kullanıcılarının Yaş Grubuna Göre Dağılımı, Mayıs 2022 (Statista, 2022)

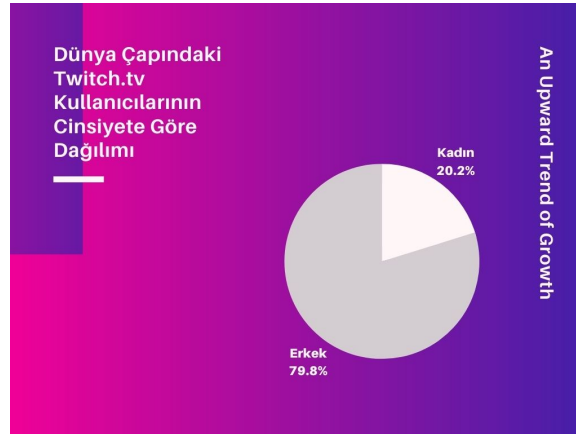


¹ Z kuşağı, 1996 ile 2010 yılları arasında doğan insanlardan oluşmaktadır. Bu kuşağın kimliği, gerçek dijital yerliler olarak ifade edilmektedir. Doğdukları andan itibaren internet, sosyal ağlar ve mobil sistemlerle içi içe yaşayan ve bu internet teknolojilerini ustalıkla kullanan bir jenerasyon olarak da ifade edilmektedirler (McKinsey&Company, 2023; Francis & Hoefel, 2018).

Twitch.tv kullanıcılarının cinsiyet dağılımına bakıldığında hâlâ oldukça tek taraflı bir platform olduğu söylenebilir (Şekil 2.6.). Temmuz 2022 itibarıyla Twitch.tv kullanıcılarının %79,8'i erkek ve %20,2'si kadındır (Clement, 2022). Twitch.tv akış platformunu ziyaret eden her on çevrimiçi ziyaretçiden neredeyse sekizi erkektir. Kadınlar, Twitch.tv'yi ziyaret edenlerin yaklaşık yüzde 20'sini oluşturmaktadır. Twitch.tv'nin erkekler arasında daha popüler olduğu, ancak kadınların Twitch.tv'de git gide daha çok görünürlüklerini arttırdığı söylenebilir. Fakat bu durum farklı sorunlar ortaya çıkarmıştır. Yapılan araştırmada, popüler erkek yayıncıların sohbet akışlarında oyunlarla ilgili kelimelerin daha fazla kullanıldığı, popüler kadın yayıncıların sohbet akışında ise yayıncıyı nesnelleştiren kelimelerin daha çok kullanıldığı görülmüştür. Yani, yayıncının görünümüne odaklanmak veya onları bir nesne gibi düşünme sürecinin hâkim olduğu sonucuna varılmıştır (Nakandala vd, 2016 s.7).

Şekil 2.6. Dünya Çapındaki Twitch.tv Kullanıcılarının Cinsiyete Göre Dağılımı, 2022,

Statista



"Twitch.tv, topluluk odaklı bir platformdur ve canlı yayınlar, birçok topluluk için buluşma alanı görevi görmektedir. Özellikle Twitch.tv akışları, yeni toplulukların ortaya çıktığı, sosyalleştiği ve katıldığı sanal mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır" (Kavanagh, 2021). Twitch.tv, 2011'de ilk tanıtılmasından sonra, 2022'ye kadar yıldan yıla sürekli olarak kullanıcı sayısı, yayıncı sayısı, platformda geçirilen zaman ve etki alanı bağlamında büyümeye devam etmiştir. Özellikle, 2020'nin başlarından 2022'nin başlarına

kadar kullanıcı sayısındaki önemli artış, insanları evde tutan küresel COVID-19 salgınından kaynaklanmıştır. İnsanlar dünyanın birçok yerinde karantinaya girerken, Twitch.tv'nin canlı yayın özelliği sayesinde içerik üretme ve izleyici sayısı hızla artmıştır. Bu gibi platformla ilgili ve demografik özellikler, bu canlı yayın platformunun tercih edilmesini arttırarak onu daha popüler hale getirmiş ve sadece genç bireyler değil siyaset, ekonomi, endüstri gibi farklı sektörlerden yapılar da bu mecranın içinde yavaş yavaş yer edinmiştir. Özellikle siyaset alanında, ABD Temsilciler Meclisi için Alexandria Ocasio-Cortez'in bu mecraya girmesi büyük bir önem göstermektedir. Bu anlamda Twitch.tv, önemli bir canlı yayın platformu olması nedeniyle son yıllarda siyaset, medya ve iletişim çalışmaları alanında oldukça ilgi çeken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.4. Dünyada ve Türkiye’de Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv Kullanımı

Twitch.tv üzerine yapılan araştırmaların çoğu özellikle yayıncı ve izleyicinin rolüne, aralarındaki iletişim kalıplarına ve boyutlarına, platformun ekosistemine ve platformun hızlı bir şekilde yükselmesine işaret etmektedir. Bunlara ek olarak, platformda artık siyasi figürlerin de yer alması Twitch.tv ve siyaset ilişkisine yönelik yapılan çalışmaları daha da önemli hale getirmiştir. Twitch.tv, yalnızca siyasi mesaj ve içeriğin iletilmesi için değil, aynı zamanda siyasetçilerin seçmenler ve vatandaşlarla etkileşimi için de önemli bir site haline gelmiştir (Lark, 2021 s.9). Twitch.tv, sosyal medya sistemine oldukça yeni girmesine rağmen, sosyal medya etkisinin ve stratejik iletişimin gerçekleştirilebileceği bir platform olarak hızla gelişmiş ve olgunlaşmaya başlamıştır (Woodcock & Johnson, 2019 s.322). Bu anlamda Twitch.tv ve siyaset arasında kurulan ilişkiye bakıldığında, dünyada özellikle ABD’de politikacıların Twitch.tv sahnesine girmek istemesinin, bu sürecin yeni bir siyasal iletişim yöntemi olarak kullanılmasına olanak sağladığı söylenebilir.

Twitch.tv’nin, bir oyun izleme platformu olmaktan çok günümüzde rönesans yaşadığı ve artık oyunlardan ziyade *Just Chatting* kategorisi altında siyasetin ve toplumsal konuların konuşulduğu bir platform haline doğru evrildiğini söyleyebiliriz. Özellikle

COVID-19 salgını sırasında dünya nüfusunun büyük bir kısmının izole olması ve evlerinden çalışması nedeniyle sosyal medya kullanımı artmış, televizyon kanallarının bu süreçte yeni içerikler sunamaması ve Twitch.tv yayıncılarının hazırladıkları içerikler sayesinde Twitch.tv pandemi döneminde popüler hale gelip izlenme sayıları önceki yıllara göre katlanmıştır (Twitch Tracker, 2023). Sonuç olarak, dünya çapında bilgi almak için sosyal medya kullanımı artmış ve sosyal medya, pandeminin etkilerinin deneyimlendiği süre boyunca siyasal katılım ve siyasal iletişim sorunları için potansiyel bir çözüm olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda siyasal faaliyetlerin gerçek hayatta insanla ya da vatandaşla temas halinde sürdürülmesinin kesintiye uğradığı bu dönemde Twitch.tv, alternatif bir sosyal mecra olarak öne çıkmıştır.

Politikacılar her ne kadar seçim dönemlerinde ve kampanya süreçlerinde sahada yer alsalar da onların belli yaş gruplarına mensup kişilere farklı yöntemler kullanarak ulaştıkları görülmektedir. Özellikle son dönemlerde demografik açıdan ulaşılması en zor yaş grubunun 18-30 yaş grubu olduğu ve bu yaş grubuna ait olan bireylere ulaşmak için politikacıların farklı yöntemler izlediği söylenebilir. 2020 yılında dünyada önemli değişimlere neden olan COVID-19 pandemisi, çevrimiçi yayıncılığı her zamankinden daha önemli hale getirmiştir. "Özellikle, sosyal mesafe kuralları ve sokağa çıkma kısıtlamaları dünya çapında yavaş yavaş yürürlüğe girerken, ABD'de gerçekleşecek seçimler için yapılacak olan siyasi kampanyaların ve mitinglerin hem iptal edilmesine hem de gecikmesine neden olmuştur. Ancak bu süreç yeni yolların öğrenilmesini ve çevrimiçi siyasal stratejinin ortaya çıkmasını sağlamıştır" (Kelly, 2020). Özellikle ABD'deki siyasi adaylar, çevrimiçi platformlarını kullanarak evde kalan seçmenlere ulaşmış ve bunun için de Twitch.tv platformuna adeta akın etmiştir. Çünkü, Twitch.tv'nin kendine özgü canlılık, etkileşim ve yakınlık kurma özelliği, stratejik ve siyasal iletişim alanında artan başarısının temel bileşenleri olarak görülmektedir" (Woodcock & Johnson, 2019 s.332). Bu platformun temel başarısının altında yatan diğer etmen ise Z kuşağının bu platformda geçirdiği sürenin gün geçtikçe artmasıdır. Geçmiş seçimlerde siyasetçilerin çoğu gençlere ulaşmak için dönemin popüler uygulamalarından Twitter ve Youtube gibi sosyal medya platformlarını aktif olarak kullansalar da günümüzde bu yaş grubu arasında

ön plana çıkan platformun değiştiği görülmüş ve buna göre seçim sürecinde hareket edilmiştir. Z kuşağı diye tanımlanan 2000 sonrası doğan bireylerin her ne kadar Twitter veya Youtube gibi platformların içinde yer alsalar da geleneksel medya araçlarına olan ilgilerinin az olmasından dolayı daha çok canlı yayın platformlarında, özellikle Twitch.tv'de, vakit geçirdikleri söylenebilir. Bu bağlamda, dünya genelinde Z kuşağına ve bir nebze de olsa Y kuşağına ulaşmak için Twitch.tv önemli bir köprü olma yolunda ilerlemektedir. SimilarWeb'in Ağustos-Ekim 2022 tarihli Twitch.tv istatistiklerine bakıldığında, Twitch.tv'nin Ekim ayındaki küresel internet trafik sıralamasında 43'üncü sırada olduğu ve 18-30 yaş grubunun çoğunun burada vakit geçirdiği görülmektedir (SimilarWeb, 2022).

Günümüzde siyasi figürler için en zorlu süreçlerden biri seçmenler ya da halk ile kurdukları iletişim sürecidir. Özellikle siyasal iletişim sürecinde farklı örnekler ile karşılaşılabilir: Hindistan gezisi sırasında geleneksel kıyafetleri içinde dans eden Kanada Başbakanı Trudeau, Hispanik bir kampanya etkinliğinde telefonunda "*Despacito*" oynayan ABD başkan adayı Joe Biden veya eski İngiltere Başbakanı Theresa May'in robotik dans hareketleri siyasetçilerin seçmenlere ya da halka mesaj vermek için kullandığı yöntemlerden sadece birkaçıdır (Shimooka, 2020).

Siyasal iletişim sürecinin bir parçası olmasının yanında, Twitch.tv'nin topluluk oluşturma yönünün de kuvvetli olduğu görülmektedir. Video oyunu topluluğu, tipik olarak birden fazla dijital platformda paralel olarak etkileşimde bulunan ve hareket eden büyük ve heterojen bir grup insandan oluşmaktadır. Reddit, Twitch.tv ve Discord gibi platformlar, video oyun topluluğu içindeki siyasi tartışmalar için önemli alanlardır (Ruiz-Bravo vd., 2022 s.3170). Bu bağlamda, siyasi adaylar, normalde siyasete ilgisiz olan seçmen kitlelerine ulaşma umuduyla bu platformlara akın etmektedirler. Diğer yandan Twitch.tv yayıncıları da siyasi konuları konuşarak platformun siyasal tartışmaların yer aldığı bir ortam yaratmaya çalışmaktadırlar. ABD'de, Hasan Piker ve Twitch.tv'deki diğer yayıncılar, siyasi yorumlarıyla genellikle gündem haberlerini takip etmeyen izleyicileri yayınlarına çekmeye çalışmaktadır (Sung, 2022). Gazetecilik ortamının dijitalleşmesi ve

Twitch.tv gibi araçların gelişimi, gazeteciliğin bir paradigma değişiminden geçtiğinin sadece bir teyididir. Şu anda, *ElDiario.es*, *Newtral* veya *AS* gibi birkaç geleneksel medya kuruluşunun bu sosyal ağda zaten bir profili bulunmaktadır. Ayrıca, İspanyol Nico Abad ve Siro López gibi birçok gazeteci de resmi olmayan röportajlar yapmak veya içeriklerini çeşitlendirmek için kendi başlarına Twitch.tv'ye yönelmiştir. Bunlara ek olarak, daha çok Nanísimo olarak bilinen genç gazeteci Emilio Domenech, Twitch.tv'de ABD siyasetinin artıları ve eksileri hakkında canlı yorum yaptığı bir profil açmıştır (Rojas, 2022). Türkiye'de ise İbrahim Haskoloğlu ve PurpleBixi (Bahadır Telci) aynı yayıncılık türüyle bir nevi Türkiye'de ana akım medya içinde konuşulmayan ve toplumu ilgilendiren konuları yayınlarında konuşarak siyasi tartışmalar ve gazetecilik türünde yayınlar gerçekleştirmektedir.

Zamanla medyanın kullanım biçimlerinin farklılaşması nedeniyle politikacılar, bu değişime ayak uydurarak seçmenlere ulaşmanın klasik bir yöntemi olan mitinglerin yanında Twitch.tv'de de varlık göstermeye başlamışlardır. Amerika'da yer alan kalıplaşmış siyasi iletişim formlarından çıkılarak ABD'nin alışık olmadığı yeni siyasi iletişim biçimlerinin kullanıldığı ve Twitch.tv'nin artık seçim dönemlerinin önemli bir parçası olma özelliği taşıdığı görülmektedir. Özellikle Donald Trump'ın, yeni seçim stratejisinin bir parçası olarak Twitch.tv'ye katılması (Alexander, 2019) ve 77 yaşındaki Bernie Sanders'ın cumhurbaşkanlığı kampanyası için Twitch.tv'de sanal mitingler için canlı yayın açmaya başlaması bu platformun önemini daha da artırmıştır (Stephen, 2019; Sung, 2021). Twitch.tv en çok video oyunları ile tanınıyor olsa da özellikle 2020 yılında ABD seçimlerinin pandemi dönemine denk gelmesi ve sokağa çıkma kısıtlamalarının uygulanması sebebiyle Twitch.tv'de oyun dışında politikanın da önemli bir alan olduğu kanıtlanmıştır (King, 2020). Örneğin; bu süreçte "Sanders ve ekibi, Facebook, Periscope ve Twitch.tv dahil olmak üzere hemen hemen her platformda canlı yayın yaptı. Twitch.tv'de, *"Just Chatting"* kategorisinde diğer tüm yayıncıları geride bıraktılar ve etkinliğin sonunda o gece platformdaki en popüler ikinci yayın oldular" (Kelly, 2020). Fakat siyasetin bu platformda daha çok popüler hale gelmesi ve konuşulmasının diğer bir nedeni ise platformda uzun süredir yer alan ve siyaset konuşulan programlar yapan

yayıncılardır. Bu anlamda, yayın yapan platform kullanıcılarıyla birlikte çevrimiçi bir alan olarak Twitch.tv'nin siyaset alanında da artık yavaş yavaş geliştiğini söylemek mümkündür. Özellikle siyasetin belirli yaş grupları ya da belli meslek grupları arasında konuşulmasından ziyade her yaş grubundan ve her meslek gruplarından bireylerin yer aldığı Twitch.tv de siyasete ayak uydurmak istiyor. "Ve artık pek çok insanın televizyon izlemek yerine interneti kullandığı göz önüne alındığında, siyaset, başkanlık seçimleri, seçim kampanyaları ve siyasi tartışmaların konuşulması ve yorumlanması gibi haberlerin de bu platformda ilerlemesi mantıklıdır (King, 2020).

Bernie Sanders ve Donald Trump 2020 yılında seçmenlere ulaşmaya çalışsalar da her ikisi de Twitch.tv platformunda seçim sürecinden sonra fazla aktif olamamıştır. Trump platformu öncelikle ülke çapındaki mitinglerini yayınlamak için kullanırken, Sanders çoğunlukla canlı yayın yapmak ve her zamanki izleyicileriyle doğrudan konuşmak için kullanmıştır (Macias, 2020). Sanders'ın başkan adaylığından çekilmesinden sonra Joe Biden ve Donald Trump arasındaki 2020 Başkanlık Seçimi dünyada büyük ilgi görmüş ve Twitch.tv yayıncıları da herkes kadar bu konuya ilgi göstermiştir. "Büyük haber ağları ABD Başkanlık seçimi için 24 saatlik seçim döngülerine başlarken, YouTube ve Twitch.tv gibi siteler de bu seçimi yakından takip etmiştir" (King, 2020). "Hasan Piker ve Mychal "Trihex" Jefferson gibi sol görüşlü Twitch.tv yayıncıları da iki başkan adayının yapmış olduğu yayınları yeniden düzenleyerek, kendi siyasi yorumlarını katarak ve genellikle televizyonda yayınlanan haberlere dikkat etmeyen binlerce izleyiciyle etkileşime girerek bu yayınların tekrardan tartışılmasını ve izlenmesini sağlamıştır" (Kelly, 2020; Sung, 2022). 2020 ABD seçimleri sırasında yapılan başkanlık tartışmaları ve ABD Seçim Günü programlarını takip etmek için, izleyiciler her zamankinden daha fazla Twitch.tv'yi açmış ve 2020 yılı, Twitch.tv'de siyasi haberlere yönelik bir talep olduğunu göstermiştir (King, 2020). Fakat Biden ve Trump'ın yeni bir canlı yayın platformu olarak Twitch.tv'de kullanılan dile ve mecra ya yabancı olmalarından kaynaklanan nedenlerden dolayı o dönem içinde yaptıkları siyasal iletişim yöntemi Ocasio-Cortez'in yaptığı siyasal iletişim yöntemi kadar ilgi çekmemiştir. Bu sebeple, Amerika Birleşik Devletleri Temsilciler Meclisi seçimi öncesi aday Ocasio-Cortez'in hem bir yayıncı hem de bir oyuncu "gamer"

olması, onun bu mecraayı siyasal iletişim açısından aktif bir şekilde kullanan önemli bir örnek olarak karşımıza çıkarmıştır.

Yukarıda bahsedilen değişim süreci hem dünyadaki hem de Türkiye'deki siyasetçilerin dikkatini çektiği ve siyasetçilerin özellikle pandemi sonrasında bu platformlarda yavaş yavaş yer aldığı söylenebilir. Alexandria Ocasio-Cortez'in Twitch.tv yayını, oyunlar ve siyaset için bir dönüm noktasıdır. AOC genç seçmenlere nasıl ulaşılacağını göstererek yeni bir siyasal iletişim yöntemi geliştirmiştir. 2020 genel seçimleri öncesinde ABD temsilciler meclisi üyesi Alexandria Ocasio-Cortez, diğer bir temsilciler meclisi üyesi "*Ilhan Omar*", "*Pokimane*" ve "*DrLupo*" gibi popüler yayıncılar da dahil olmak üzere Twitch.tv'de ses getirerek ve ABD'li genç izleyici kitlesi için "*Among Us*" oynayarak kendi yayını yapmıştır (Fahey, 2020). Twitch.tv platformunda "Among Us" adlı oyunu oynayan New York Kongre Üyesi Alexandria Ocasio-Cortez, gençleri oy kullanmaya teşvik etmek için yapmış olduğu ilk yayını ile 430 binden fazla izleyiciyle zirveye ulaşarak rekor kırmıştır (Sung, 2022; Shimooka, 2020). Among Us, dört ile on arasında değişen katılımcıyla oynanan ve her oyuncunun, görevi diğer katılımcıları ortadan kaldırmak olan sahtekâr veya sahtekarların maskesini düşürmeye çalışırken, gezinin düzgün işlemlerini sağlamak için verilen bir dizi görevi tamamlaması için tasarlanmış bir oyundur (Cerqueira-Sobrinho, 2020 s.2). Among Us'ta oyuncular, hangi oyuncuların sahtekâr olduğunu anlamak için birlikte çalışmak ve iş birliği içinde hareket etmek zorundadırlar (Stanfill et al., 2021 s.2).

AOC ve Omar tipik politikacılar olmamakla beraber, yayınlarının önceden hazırlanmadan spontane gelişmesi ve diğer politikacılardan farklı olarak gençlerin yer aldıkları platformlarda, özellikle canlı yayın platformlarında, genç kesimin problemlerini ve sorunlarını gündeme getirerek onları politikanın içine çekmek için çabaladıkları görülmektedir. Trump ve Sanders'in de Twitch.tv kanalları olmasına rağmen bu özellikler onları diğer politikacılardan ayırmaktadır. Ocasio-Cortez, oyun oynayan popüler bir yayıncı olarak değil; gençleri oy kullanmaya teşvik etmek isteyen bir siyasetçi olarak hem eğlenip hem mizah yapıp hem de oyun oynayıp önemli politikaları genç seçmenlere

aktarmaya çalışmıştır (Rivera, 2020). Diğer adaylar gibi seçim dönemlerinde sahada gelenekselleşmiş siyasal iletişim teknikleri kullanmamış, sosyal medyayı bir siyasi araç olarak oldukça profesyonel bir şekilde kullanarak genç seçmenlere onlarla birlikte “oyun oynayarak” ulaşmıştır. Cortez “video oyunu oynayarak, zaten popüler olan yayıncılarla (HasanAbi, Pokimane) bağlantılar kurmuş ve kullanıcıları seçimlere katılmaya yönlendirmek için izleyicilerle yakınlık kurma ve onlarda aşinalık oluşturma konusunda platformun yeteneğinden yararlanmıştır” (Lark, 2021 ss.9-10). Bu yeni ve daha önce kullanılmamış iletişim yöntemi, Twitch.tv kullanıcıları arasında oldukça samimi karşılanmıştır. Bunun temel sebebi ise kurulan etkileşimin bir canlı yayın aracılığıyla yapılmasıdır. "Bu özellik, izleyici ve yayıncı arasında yakınlık sağlar; bu, yayıncının izleyiciyle ilişkisinin iki yönlü ve karşılıklı olmasına olanak tanır" (Woodcock & Johnson, 2019 s.331). Bu sayede, AOC kitleleriyle Twitch.tv üzerinden karşılıklı ve oldukça samimi bir etkileşim kurarak etkileyici bir siyasal iletişim tekniği izlemiştir.

Gençlik topluluğu içindeki popülaritesinin istikrarlı artışı göz önüne alındığında, Twitch.tv, siyasi figürlerin onlarla kişisel düzeyde etkileşim ve ilişki kurması için önemli bir yol olabilir (Macias, 2020). Bu anlamda, seçmenlerle etkileşim kurmak için dijital kültürü kullanmak genellikle karışık sonuçlara yol açsa da sosyal medyayı gerçek ve etkili bir şekilde kullanma yeteneği büyük ve önemli bir avantajdır. Twitch.tv aracılığıyla en popüler çok oyunculu oyunlarından birinde ve 18-30 yaş kategorisinde olan uygun genç seçmenlere ulaşmak, yalnızca karantina kısıtlamalarını aşmanın önemli bir yolu değil, aynı zamanda video oyunu oynayarak bunu yapmak için mantıklı bir araç olarak görünmektedir. Bu anlamda, Temsilciler Meclisi Üyesi Alexander Ocasio-Cortez, yeni nesil politikacıların seçmenleriyle etkileşim kurmasında önemli bir figürdür. Trump, Sanders ve Biden, Twitch.tv'yi ek bir paylaşım adresi olarak kullanarak kampanya konuşmalarını yeniden yayınlamıştır. Alexandria Ocasio-Cortez (AOC) ise farklı bir yaklaşım deneyerek, bu platformlardaki kilit kişilerle doğrudan etkileşim kurmuştur (Stream Harchet, 2021 s.6). Ocasio-Cortez'in Twitch.tv yayınının, siyasal iletişimde bir ustalık örneği olduğu söylenmektedir (Shimooka, 2020), çünkü kendi potansiyel seçmenleri ile Twitch.tv üzerinden oyun oynayarak etkileşim içine girmeye çalışmakta,

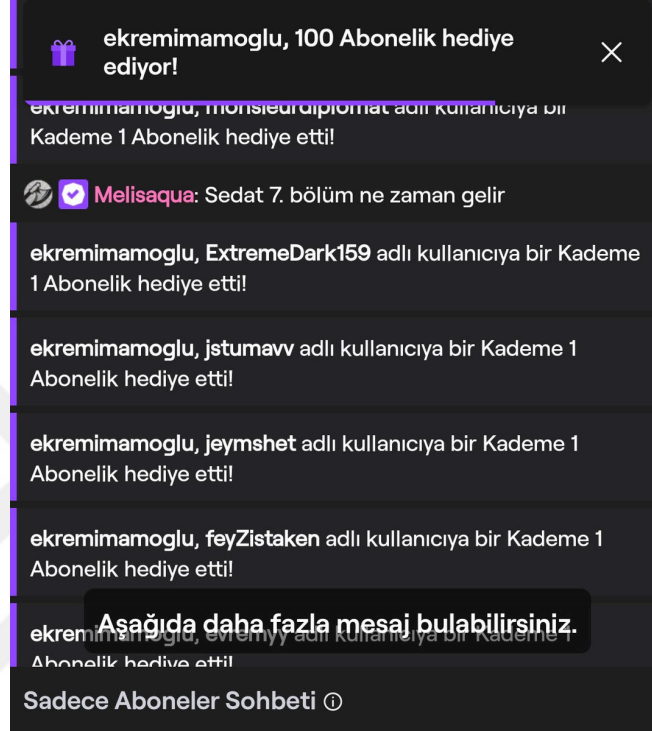
aboneleri veya izleyicileriyle neredeyse meslektaş -bir oyuncu- gibi bir şekilde ilişki kurmakta (Rivera, 2020) ve siyasal iletişim ve siyasi kampanya sürecini direkt olarak oy toplamak için yapmamaktadır. Bunun temel sebebi Ocasio-Cortez'in profesyonel bir yayıncı olmasıyla ve platformun kültürüne aşina olmasıyla ilişkilendirilebilir. Ocasio-Cortez'in oyları kazanma çabasının bir parçası olarak Twitch.tv'yi kullanması, yalnızca sosyal medya ve siyaset arasındaki ilişkiyi değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda bir alt kültür olarak Twitch.tv'nin siyasal süreçlerde kullanımı adına önemini göstermiştir.

2020 ABD başkanlık seçimi öncesi döneme bakıldığında insanların siyasi konuşmalar ve eylemlerde bulunmak için artık Twitch.tv'ye yöneldiği görülmektedir. Dünyanın her yerinden siyasetçiler ve hatta siyasi partiler bu platformda genç seçmenlere ulaşmanın bir yolunu bulmuştur. Bu, siyasi bir alan olarak bu platforma artan bir ilgiyi göstermekte ve platformun kullanıcıları (çoğunlukla video oyuncular) giderek artan bir şekilde bu ilginin hedefi olmaktadır (Ruiz-Bravo et al., 2022 s.3172). Twitch.tv'nin global düzeyde siyasal iletişimde kullanılmasına ve potansiyelinin fark edilmesine karşılık Türkiye'de internet üzerinden canlı yayın girişiminde bulunan çok az sayıda siyasetçi olduğu söylenebilir. Burada siyasetçilerin, genç izleyicilerle bağlantı kurmak için Twitch.tv ve diğer canlı yayın platformlarını kullanmaları 2021'in Mart, Mayıs ve Haziran ayında oldukça popüler olmuştur. Çoğunlukla muhalefet parti üyelerinin bu mecraları daha aktif bir şekilde kullandıkları görülmektedir ve bunun temel nedeni olarak ana akım medyanın bu kişilere yeterli süre vermemesi gösterilebilir. Ana akım medyada yeterli süre alsalar bile genç kitlenin artık geleneksel medya dışında farklı platformlarda yer aldığı ve bu nedenle siyasiler tarafından tercih sebebi olduğu çıkarımı yapılabilir. Türkiye bağlamında Twitch.tv incelendiğinde, bu platformda artık toplumsal sorunların, gündemin ve siyasetin yüksek oranda tartışıldığı ve ön plana çıkarıldığı, hatta siyasi figürlerin (Mansur Yavaş, Ekrem İmamoğlu, Kemal Kılıçdaroğlu, Ali Babacan, Muharrem İnce ve Taylan Yıldız) bu platformlarda yer aldıkları görülmektedir. Türkiye'de genç yaştaki bireyler, kendilerini anlayabilecek, sorunlarını dinleyecek, kendi gündelik dillerinde konuşabilecek ve ortak bir fikir kurabilecek siyasi aktörlere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu

nedenler, siyasi figürlerin bu platformları tercih etmelerinin başlıca nedenlerinden birkaçı olarak gösterilebilir.

Ülkemizde Z kuşağında olan gençlere bakıldığında mevcut yönetim biçiminden rahatsızlık duydukları ve eşitsizliklere karşı daha çok ses çıkardıkları görülmektedir. Bu bağlamda, ilk kez Mart 2021’de Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın Twitch.tv yayıncısı "Pqueen" mahlaslı Pelin Baynazoğlu ile yaptığı yayın, daha sonra İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun moderatörler aracılığıyla 19 Mayıs'ta #GençliğimizVar etiketiyle yaptığı Twitch.tv'deki etkinlik ve son olarak Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun yayıncı "Jahrein" mahlaslı Ahmet Sonuç ile yaptığı yayın, Türkiye siyasi tarihinde yeni bir başlangıç olarak adlandırılabilir ve siyasal iletişimdeki yeni yöntemlere ışık tutacak türden yayınlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu siyasetçiler popüler yayıncıların kanallarına konuk olarak ilk yayınlarını gerçekleştirmişlerdir. Mansur Yavaş ve Pqueen'in yapmış olduğu yayın 362 bin canlı izleyici sayısına ulaşarak Türkiye rekorunu kırmış (SputnikTürkiye, 2021) ve "Yeşilin Başkenti" projesi için toplamda 20 bin TL bağış toplanmıştır (Sozcu.com.tr, 2021; Aktepe & Durukan, 2022 s.32). Mansur Yavaş Twitch.tv’deki sloganıyla gençlerin fikirlerine önem verdiği ve onları dinlemek için bu platformun içerisinde yer aldığını "...Geleceğimize ışık tutan gençlerimizin fikirlerini ve düşüncelerini önemsiyorum" ifadeleriyle belirtmiştir. Diğer bir örnekte ise, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu Twitch.tv kanalını, 19 Mayıs Atatürk’ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nda hayata geçirmiş ve kanala bağlanan Twitch.tv yayıncılarının sorularına cevap vermiştir (Birgun.net, 2021). Ekrem İmamoğlu ayrıca, başka yayıncıların yayınlarına da katılmış, Twitch.tv’de yer alan bağış ve hediye kültürünü kullanarak yayıncılara 100 ve 1000 BİT yollayarak destek vermiş (Şah, 2021) ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun yaptığı canlı yayına bağlanarak 100 kişiye abonelik (Şekil 2.7.) hediye etmiştir. Atılan tüm bu adımlar, popüler siyasi figürlerin Twitch.tv kültürüne yavaş yavaş entegre olmaya çalıştığını göstermektedir.

Şekil 2.7. İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Abonelik Hediye Etmesi, Reddit.com



İmamoğlu'nun abonelik hediye etmesi izleyicilerin, bir diğer ifadeyle "chat'in", dikkatini çekmiş ve izleyiciler de sohbet kısmına "Pog" yazarak cevap vermiştir. "Pog" Twitch.tv'de havalı bir durum oluştuğunda "Emotes" olarak kullanılan bir ifadedir. İmamoğlu bu etkileşimiyle "Ben de buradayım ve sizi takip ediyorum imajı" yaratmaya çalışmış ve buradaki kültürü tanımaya başladığını göstermeyi hedeflemiştir. Son olarak, Kemal Kılıçdaroğlu ile popüler Twitch.tv yayıncısı "Jahrein" in yaptığı ve ortalama 320 bin kişi tarafından izlendiği görülen yayının tüm dünyada bir parti liderinin doğrudan Twitch.tv yayınında olduğu ilk yayın olduğu belirtilmektedir (Onedio, 2021). Bu yayında, gençlerden önceden gelen ve chat'te yazılan sorulara cevap verilmiş ve gençlere- özellikle internette günün belirli zamanını harcayan kişilere- yönelik yapılması planlanan politikalar tartışılmıştır. Türkiye'deki örnekler ile ABD'deki örneklerle bakıldığında, Türkiye'deki politikacıların Twitch.tv'ye daha çok "biz de bu platformdayız ve gençlerin sorunlarının dinliyoruz" perspektifinden yaklaştığı, fakat ABD'de özellikle Ocasio-Cortez'in politika vaatleri veya gençlerle toplantı yapmak için Twitch.tv'yi kullanmadığı;

daha çok interneti kasıp kavuran popüler oyunlar oynayarak gençlerle etkileşim kurduğu görülmektedir (Rivera, 2020). Bu sayede Ocasio-Cortez, Twitch.tv platformunun oluşturduğu ve özgürce gerçekleştirilen sohbet ortamına yabancı olmadığını ve platformu benimsediğini kullanıcılara göstermiştir. Türkiye'deki siyasetçilerin bu mecraya daha yabancı olmaları ve yayınlarını daha çok popüler Twitch.tv yayıncıların kanalına konuk olarak gidip yapmaları, onların bu platforma olan yabancılığını ortaya çıkarmaktadır. Bu siyasetçilerin dışında gençler arasında "İnternetçi Abi" olarak tanınan Taylan Yıldız hem kendi yayınlarını yapmış hem de farklı yayınlara konuk olarak bu platformu AOC'un kullanımına yakın bir şekilde kullanmıştır. Kendi yayınlarında çoğunlukla oyun oynayan Yıldız, bu yayın sırasında hem gençlerin sorunlarını ön plana taşımakta hem de “chat” ile etkileşim içine girerek diğer siyasetçilerden farklı bir siyasal iletişim tekniği kullanmaktadır. Bu da Twitch.tv'deki sıradan ve esasında eğlence içerikli oyun yayınlarının nasıl siyasetin konuşulduğu bir yayına dönüştüğünü göstermekte ve siyasetin gittikçe gençleştigi tartışmalarını ortaya çıkarmaktadır.

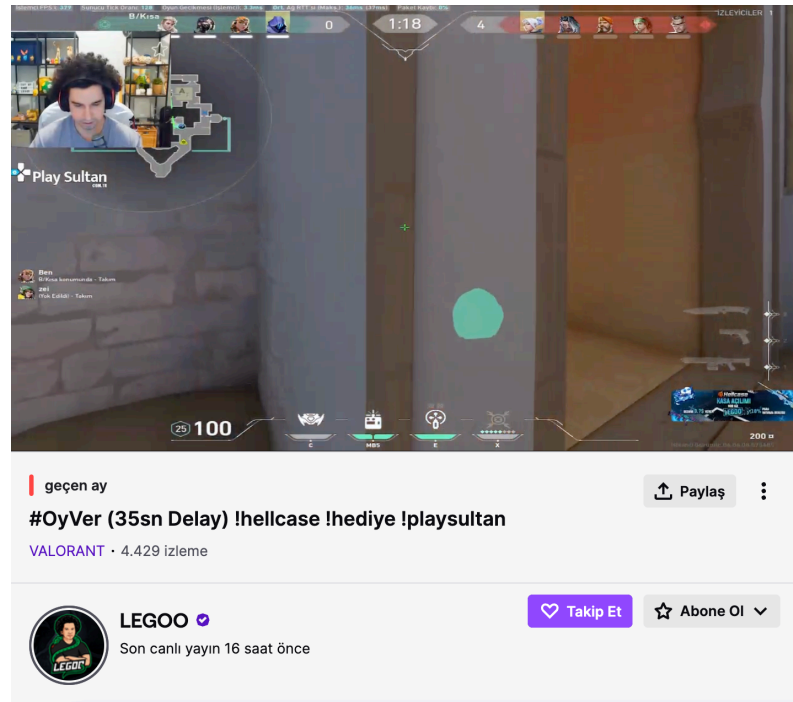
2.5. 14 Mayıs 2023 – 28 Mayıs 2023 Genel ve Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Twitch.tv Kullanımı

Türkiye'de yakın zamanda gerçekleşmiş olan 14 ve 28 Mayıs seçimleri Cumhuriyet İttifakı ve Millet İttifakı için büyük çekişmelere sahne olmuştur. 14 Mayıs 2023 tarihinde Türkiye'de genel seçimler ve cumhurbaşkanlığı seçimleri için halk sandığa gitmiş ve ilk turda hiçbir aday yüzde 50 oy oranını geçemediğinden seçim en çok oy alan iki adayın karşı karşıya geldiği ikinci tura kalmıştır. 28 Mayıs 2023 tarihinde seçimin ikinci turu gerçekleştirilmiş ve adaylardan Recep Tayyip Erdoğan oyların %52,14'ünü alarak tekrar Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

14 Mayıs 2023 seçimi öncesinde adaylar seçmen kitlesine ulaşabilmek için farklı şehirlerde mitingler düzenlemiş ve aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla oy verecek vatandaşlara ulaşmaya çalışmışlardır. Fakat siyasetçiler ve danışmanları Twitter, Facebook, Instagram ve Tiktok gibi çeşitli sosyal medya platformlarını seçim

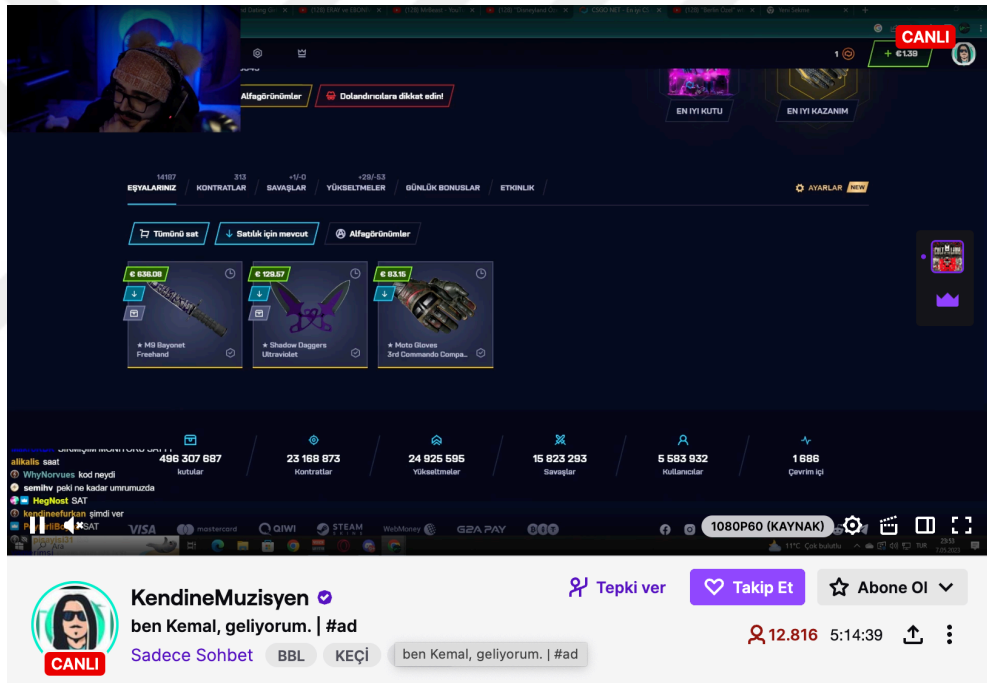
kampanyaları için kullanırken daha önce Twitch.tv'de yer alan siyasetçilerin bu platformu seçim için kullanmadıkları görülmüştür. Diğer yandan, Twitch.tv 14-28 Mayıs seçimlerinde siyasetçiler tarafından siyasi kampanyalar için kullanılmamasına rağmen Twitch.tv platformundaki bazı yayıncılar seçim gününe kadar siyasi ve gündem içerikli yayınlar yapmışlar ve yaptıkları yayınların başlıklarını siyasi gündem ve seçim kampanyaları özelinde hazırlamışlardır. Amaçları izleyicilerine seçim sürecinde doğru bilgileri aktarmak ve oy verme konusunda çekinceleri olan izleyicilerini sandığa gitme konusunda teşvik etmek olan yayıncılar, özellikle seçimden 2 gün önce Türkiye'deki bütün ulusal televizyon kanalları Erdoğan'ın seçim konuşmasını yayınlarken, Twitch.tv'deki insanları bilinçlendirmek için sürekli olarak yayın yapmışlardır. Siyasetten içerik türü olarak uzak görünen E-spor oyuncusu "LEGOO" 7 Mayıs'ta açtığı yayınında kendi izleyicilerine oy verme çağrısı yapmış ve yayının başlığını doğrudan #OyVer olarak açmıştır (Şekil 2.8).

Şekil 2.8. E-spor Oyuncusu 'Legoo' #OyVer Çağrısı Yaptığı Yayın



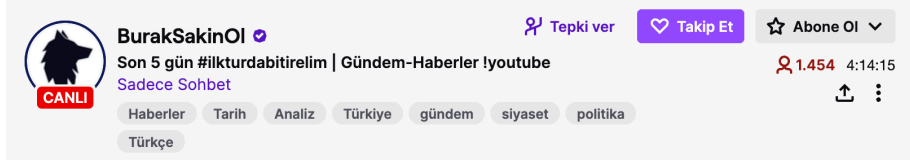
Diğer bir yandan Twitch.tv Türkiye'nin en popüler yayıncılarından olan Kemal Can Parlak "KendineMüzisyen" 7 Mayıs'ta açtığı yayınında Kemal Kılıçdaroğlu'nun seçim sloganlarından olan "Ben Kemal, geliyorum" (Şekil 2.9.) cümlesini kendi yayın başlığına eklemiştir.

Şekil 2.9. "KendineMüzisyen" Yayıncısının Seçim Öncesi Kılıçdaroğlu'nun Sloganını Kullandığı Yayın

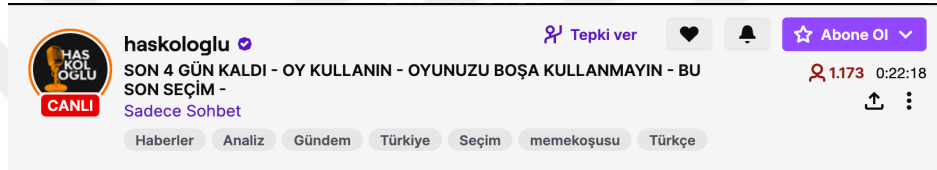


Diğer bir yayıncı olan BurakSakinOl ise kendi yayın başlığını muhalefet partilerinin sloganıyla paralel bir şekilde "Son 5 gün #ilkturdabitrelelim" (Şekil 2.10.) şeklinde düzenlemiştir. Gazetecilik mesleğini aktif olarak Twitter ve Twitch.tv üzerinden yürüten "Haskologlu" ise sürekli olarak gündem yayınları yapmış ve seçim tarihi yaklaştığında sürekli olarak yayınlarında takipçilerine oy kullanma çağrısı yapıp bu seçimin son demokratik seçim olacağı vurgusunu yaparak, 9 Mayıs 2023 tarihinde açtığı yayında "Son 4 gün kaldı- Oy kullanın- Oyunuzu boşa kullanmayın- Bu son seçim" (Şekil 2.11.) şeklinde bir başlık seçerek izleyicilerine çağrıda bulunmuştur.

Şekil 2.10. “BurakSakinOl” Yayıncısının Seçim Öncesi #ilkturdabitiirelim Başlığı ile Açmış olduğu Yayın



Şekil 2.11. “Haskologlu” Yayıncısının İzleyicilerine Oy Kullanma Çağrısında Bulunduğu Yayın



Bu örneklerle bakıldığında yayıncıların artık bu platformda sıklıkla siyaset ve gündemi konuştuğunu söylemek mümkün olmakla beraber, Twitch.tv'nin oyun kültürüyle daha iç içe bir platform olarak öne çıkmasına rağmen siyaset içeriklerine en uzak görünen e-sporcuların bile seçim dönemlerinde politize olarak kendi izleyicisine oy verme çağrısında bulunabildikleri görülmektedir. Bu da Twitch.tv'nin git gide siyasi olarak elverişli bir ortam oluştuğunda daha politize bir alana dönüştüğünü göstermektedir.

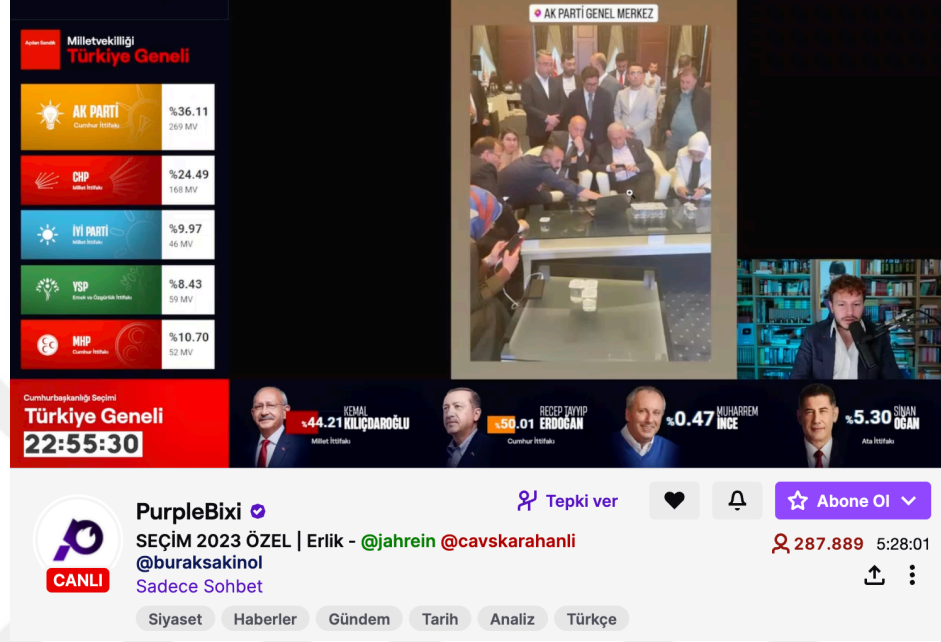
Twitch.tv'nin popüler yayıncılarından ve gündem yayınları ile tanınan Purplebixi, Amerika'daki yayıncıların Amerika başkanlık seçimlerinde Twitch.tv'de seçim günü yayını yapmasına benzer bir şekilde 14 Mayıs ve 28 Mayıs seçim günlerinde diğer popüler yayıncılardan Jahrein, Buraksakinol, Erlik ve CavsKarahanlı ile 'Seçim 2023 Özel Yayını' yapmıştır (Şekil 2.12.).

Şekil 2.12. PurpleBixi Eşliğinde Yapılan Seçim Özel Yayın Afışı



Diğer bir yayıncı olan İbrahim Haskoloğlu da tek başına her iki seçim gününde kendi kanalında seçimleri anlık olarak değerlendirmiştir. Purplebixi, Twitch.tv topluluğundaki ekibiyle kurduğu sistem üzerinden bir haber ajansı gibi çalışarak, arka planda siyasi parti temsilcileriyle ve seçim koordinatörleriyle iletişimlerini sürdürerek bu yayını gerçekleştirmiştir. Yayın ekranının görsel olarak da adayların oy oranları ve açılan sandık oranları gibi verilerle ana akım medya kanallarına benzerlik gösterdiği görülmektedir. Saat 18:00'da başlatılan yayınlar yaklaşık olarak 10 saat sürmüştür. Televizyondaki seçim yayınlarından ziyade bu iki yayıncının açtığı yayınların izlenme sayılarına bakıldığında çoğu seçmen tarafından takip edildiği görülmektedir. Purplebixi yaptığı açıklamada “289.000 anlık izleyici, 6.293.000 üzerinde görüntülenme” (Telci, 2023) ile 14 Mayıs'taki yayının Twitch.tv'nin o gün en çok izlenen yayın olduğunu belirtmiştir (Şekil 2.13 – Şekil 2.14).

Şekil 2.13. PurpleBixi'nin 14 Mayıs 2023 Seçim Gününde Yaptığı Yayın



Şekil 2.14. 14 Mayıs 2023 Seçim Günü Twitch.tv'de En Çok İzlenen Yayıncılar, TwitchTracker, 2023

TOP LIVE CHANNELS		VIEWERS CURRENTLY WATCHING
	PurpleBixi Turkish Partner	237,915 5.6% of total
	kingsleague Spanish Partner	205,475 4.8% of total
	Riot Games English Partner	126,538 3% of total
	BLASTPremier English Partner	114,012 2.7% of total
	Gaules Portuguese Partner 18+	93,356 2.2% of total
	ibai Spanish Partner	80,814 1.9% of total
	ZeratoR French Partner	77,594 1.8% of total
	auronplay Spanish Partner	48,700 1.1% of total
	Echo_Esports English Partner	48,293 1.1% of total
	Kamet0 French Partner	45,524 1.1% of total

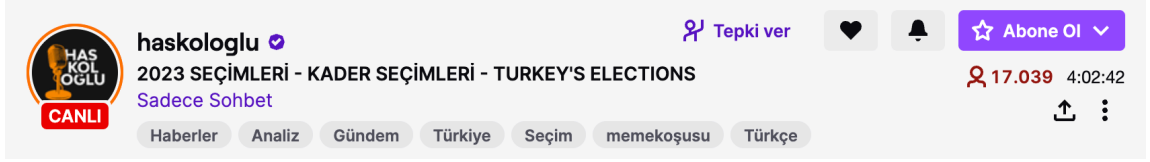
Seim gn yayın yapan bir diğerk Twitch.tv yayıncısı Haskoloğlu ise, seçim özel yayınında 26 bin anlık izleyici sayısına ulaşarak seçim gününü kendi perspektifinden yorumlamış ve kendi izleyici kitlesine seçim sonuçlarını aktarmıştır. (şekil 2.15.).

şekil 2.15. Haskoloğlu'nun 14 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını

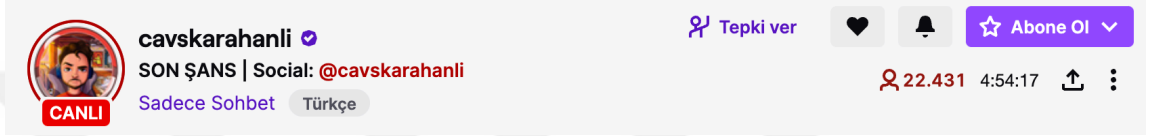


Türkiye'deki Cumhurbaşkanlığı seçimleri ilk turda yeterli oyu alan bir adayın ıkkmaması nedeniyle 2. tura kalmış ve 28 Mayıs 2023'te seçimin 2. turu gerçekleşmiştir. Seçimin 2. tura kalmasıyla birlikte Twitch.tv'de ilk seçimde olduğu gibi, belli yayıncılar ikinci seçimde de yayın açarak hem Twitch.tv kitlesini oy vermek için teşvik etmiş hem oylara sahip çıkması için ağrı yapmış hem de izleyicilerine daha doğru bilgi akışı sağlamaya çalışmışlardır. 28 Mayıs 2023 günü yapılan yayınlar, 14 Mayıs 2023 tarihinde yapılan yayınların anlık izlenme ve görüntülenmesi kadar izlenmemiş olsa da Twitch.tv kitlesi tarafından takip edilmiştir. Haskoloğlu'nun yayınının anlık izleyici kitlesi 17 bin'e ulaşırken (şekil 2.16.), diğerk bir yayıncı olan CavsKarahanlı'nın yayını ise anlık 22 bin izleyiciye ulaşmıştır (şekil 2.17.). CavsKarahanlı kendi açmış olduğu yayından sonra Purplebixi'nin hazırladığı 2. seçim özel yayınına konuk olarak katılmış ve Purplebixi'nin seçim özel 2. yayını 260 bin anlık izleyici tarafından izlenmiştir (şekil 2.18.).

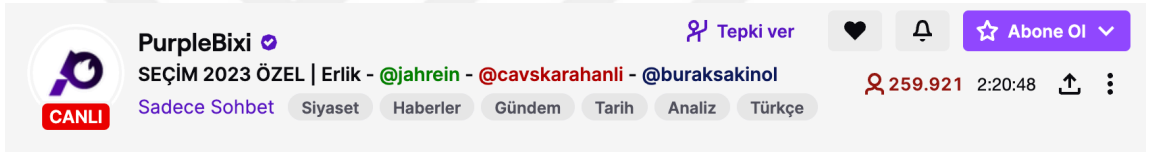
Şekil 2.16. Haskologlu'nun 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını



Şekil 2.17. CavsKarahanlı'nın 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yayını

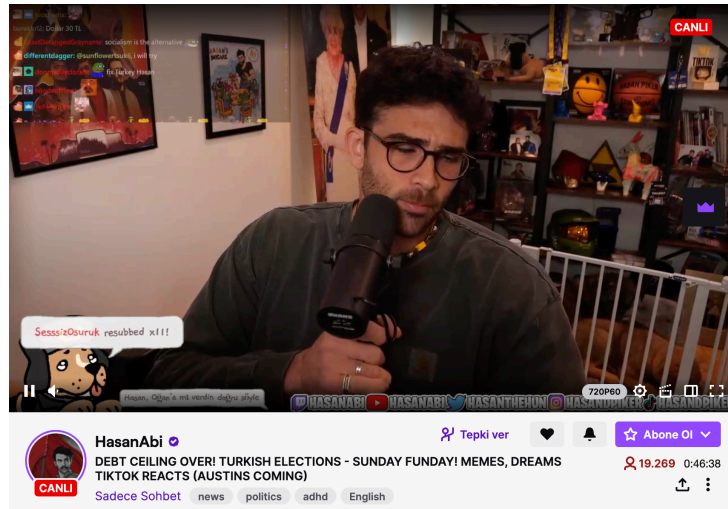


Şekil 2.18. PurpleBixi'nin 28 Mayıs 2023 Seçim Özel Yayını

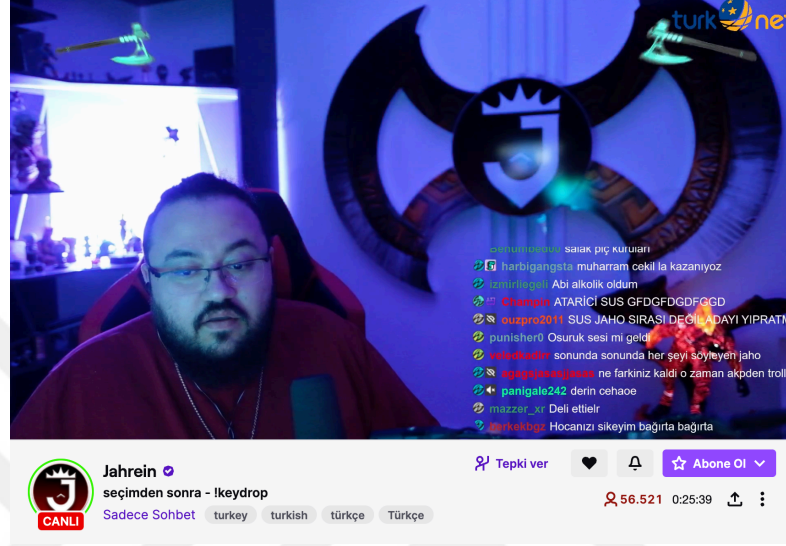


ABD'de yaşayan Türk asıllı gündem ve siyaset yayıncıları yapan popüler Twitch.tv yayıncısı HasanAbi de 2. tur seçim sürecinde yayın açarak global anlamda Türkiye'deki seçim sürecini değerlendirmiştir (Şekil 2.19.). Seçimlerin gayri resmî sonuçları belli olduktan sonra Twitch.tv yayıncısı Jahrein ise, seçim sonrası yayın yaparak seçim sonuçlarını sohbet kısmından gelen soruları yanıtlayarak değerlendirmiş olup anlık 56 bin anlık izleyiciye ulaşmıştır (Şekil 2.20).

Şekil 2.19. Twitch.tv'nin En Çok İzlenen Yayıncılarından HasanAbi'nin Seçim Yayını



Şekil 2.20. Jahrein'in 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Yapmış Olduğu Twitch.tv Yayını



28 Mayıs 2. tur seçimleri sırasında Twitch.tv'de yapılan tüm yayınlarda PurpleBixi tarafından açılan yayın, ilk tur seçim gününde olduğu gibi ikinci tur seçim gününde de global Twitch.tv yayınları arasında birinci sırayı almıştır (Şekil 2.21.).

Şekil 2.21. 28 Mayıs 2023 Seçim Günü Twitch.tv'de En Çok İzlenen Yayıncılar, TwitchTracker, 2023

TOP LIVE CHANNELS		VIEWERS CURRENTLY WATCHING
	PurpleBixi Turkish Partner	136,973 3.6% of total
	kingsleague Spanish Partner	125,542 3.3% of total
	Call of Duty English Partner	89,065 2.3% of total
	VALORANT_EMEA English Partner	79,935 2.1% of total
	Baiano Portuguese Partner 18+	69,280 1.8% of total
	Kamet0 French Partner	61,963 1.6% of total
	IlloJuan Spanish Partner	50,617 1.3% of total
	RocketLeague English Partner	50,322 1.3% of total
	GamesDoneQuick English Partner	46,429 1.2% of total
	scump English Partner	41,356 1.1% of total

Türkiye bağlamında Twitch.tv'nin giderek daha politize bir alana dönüştüğü görülürken, siyasetçilerin bu platformu neden aktif bir şekilde kullanmadığı sorusu ortaya çıkmaktadır. Siyasetçilerin Twitch.tv platformuna “misafir” olarak gelip, genç seçmen kitlesine görünüp gittikleri görülmektedir. CHP'nin genel başkanının, cumhur ve millet ittifakı liderlerinin, Ankara ve İstanbul Büyükşehir Belediye başkanlarının buraya fazla zaman ayırmadıkları ve sadece Z kuşağı tartışmalarının yükselişe geçtiği dönemde bir kez görünüp bu platformu aktif olarak kullanmaya devam etmedikleri anlaşılmaktadır. ABD’de ise seçim dönemlerinde siyasetçilerin diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak Twitch.tv platformunu da kullandıkları ve genç seçmenler ile etkileşim içine girdikleri görülürken, 2023 yılında Türkiye’deki kritik seçim öncesinde hiçbir siyasi partinin bu platforma gerekli zamanı ayırmadığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle bu araştırmanın temel konusu/sorusu “Twitch.tv, genç seçmen kitlesine ulaşmak için bir siyasal iletişim platformu mudur?” olarak belirlenmiştir. “Pandemi dönemi ve sonrasında Twitch.tv gençler arasında gittikçe popüler olmasına rağmen Türkiye’de siyasal iletişim alanında popüler olmamasının temel nedeni nedir?” sorusu da yeni bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM ALANI OLARAK GENÇ SEÇMENLER TARAFINDAN TWITCH.TV KULLANIMI

Twitch.tv, yeni bir platform olması nedeniyle çoğunlukla ekonomi politik perspektifinden ve kullanımlar doyumlar teorisi çerçevesinde araştırmalar yapılan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tezde Twitch.tv, siyasal iletişim kavramı kullanılarak analiz edilmesi nedeniyle tezin birinci bölümünde siyasal iletişim kavramı ile siyasal iletişimin ilk örneklerine, süreç içerisinde farklı tanımlamalarına, siyasal iletişim aktörlerine ve siyasal iletişimin evrelerine odaklanılarak sosyal medya çağında dünyada ve Türkiye’de siyasal iletişimin gelişimi incelenmiştir. Yine bu bölümde, tezin konusunu bir sosyal medya platformu oluşturması nedeniyle ABD ve Türkiye’den sosyal medya çağında siyasal iletişim kullanımları örneklerle açıklanarak, Twitch.tv’nin ABD’de ve Türkiye’de siyasal iletişim sürecinde nasıl kullanıldıklarından bahsedilmiştir. Bu bağlamda tezin ikinci bölümünde, Twitch.tv’nin güncel olarak karakteristik özellikleri el alınarak Twitch.tv’nin evrimi, Twitch.tv’nin ne olduğu, temel özellikleri ve kimler tarafından kullanıldığı bahsedilmiştir. Bu bölümde ayrıca dünyada ve Türkiye’de siyasal iletişim sürecinden Twitch.tv kullanımı incelenmiş ve örnekler verilmiştir. Tezin birinci ve ikinci bölümünde kavramsal açıdan siyasal iletişimin ve Twitch.tv’nin ne olduğu ele alınmış ve Twitch.tv platformunda siyasal iletişimin nasıl kullanıldığından bahsedilmiştir. Twitch.tv kullanıcılarının, siyasetçilerin son yıllarda popüler hale gelen Twitch.tv platformunu yeni bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmalarını ve bu platformda yer almalarını nasıl yorumladıkları, tezin üçüncü bölümü olan araştırma bölümünü oluşturmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal medya günümüzde insanların birbiriyle etkileşime geçmek ve farklı özellikleri sayesinde farklı amaçlar için kullanılarak insan yaşamının ayrılmaz bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. “Sosyal medyanın, özellikle Twitter ve Facebook’un muazzam büyümesi göz önüne alındığında, sosyal medya son zamanlarda siyasi

bağlamda- hem vatandaşlar hem de siyasi kurumlar (Örneğin; politikacılar, siyasi partiler, siyasi vakıflar, düşünce kuruluşları vb.) tarafından giderek daha fazla kullanılmaktadır. Siyasal kurumlar açısından bakıldığında, özellikle seçim kampanyaları sırasında sosyal medya kullanımına dayalı siyasal iletişime aktif olarak katılmak önemlidir” (Stieglitz ve Dang-Xuan, 2012 s. 1278). Dolayısıyla sosyal medya, politikalar ve siyasi pozisyonlar hakkında kamuoyunu ölçmek ve kamu görevlerine aday olan adaylar için topluluk desteği oluşturmak için ideal bir araç ve bilgi tabanını temsil etmektedir (Zeng vd., 2010 s.14).

Bu gelişmelerin ışığında, dijital teknolojilerdeki yenilikler nedeniyle iletişim ortamındaki değişiklikler, siyasi seçkinleri kampanyalarına giderek daha karmaşık dijital iletişim uygulamalarını benimsemeye ve entegre etmeye zorlamaktadır. Bu anlamda Twitch.tv, izleyicilerin takip ettikleri oyuncu ya da kanal sahipleriyle kişisel düzeyde etkileşim kurmaları için bir ortam sağlayan platform olarak tanınmaktadır. Canlı yayınlar artık birçok sosyal medya platformunun önemli bir parçası haline gelmektedir. Bu nedenlerle, Twitter, Youtube ve Facebook gibi tüm büyük sosyal medya platformları, hedef kitlelerine ulaşmak için canlı yayın içeren yeni özelliklerini tanıtmaktadır. Twitch.tv’yi bir canlı akış platformu olarak ele alındığında, canlı yayın ve canlı akışın stratejik iletişimin kendisiyle olan bağlantılarını, bu stratejik iletişimle beraber siyasal iletişimin bu platformlara yönelmesini, sosyal medya ve bu tür teknolojilerin kullanıcılara ve izleyicilere sağladığı fırsatlar bağlamında değerlendirilmektedir. (Woodcook ve Johnson, 2019 s.325-326). Twitch.tv'nin yaratmış olduğu canlı yayın ve canlı akış uygulaması ve siyasal iletişim alanında yeni yeni etkilerini göstermesi, bu alanın bize önemli bir araştırma alanı olduğunu da göstermektedir.

Bu bağlamda bu tezin temel amacı, Twitch.tv platformunun siyasal iletişim ve gençlerin siyasallaşma sürecinde nasıl kullanıldığını konu edinerek; siyasetçilerin Twitch.tv platformunu yeni bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmalarını, bu platformda yer almaya çalışmalarını, siyasetin bu platformda konuşulmasını ve bu yeni siyasal iletişim sürecine yönelik yaklaşımlarını Twitch.tv kullanıcılarının perspektifinden

incelemektir. Yapılan masa başı araştırmalar ve keşif çalışmaları aslında Twitch.tv'nin özellikle gençlerin zaman geçirdiği bir platform olması, siyasetçilerin çok yavaş da olsa bu platforma çeşitli yatırımlar yapması, Twitch.tv içeriklerinin zaman içerisinde değişiklik göstermesi ve siyaset-gündem konularının bu platformda tartışılması gibi göstergeler göz önünde bulundurularak bu çalışmanın temel çıkış sorusu: “Özellikle ilk defa oy kullanacak genç seçmenlerin Twitch.tv’yi siyasal bilgilenme -siyasallaşma- aracı olarak nasıl kullanmaktadır?” şeklinde belirlenmiştir.

Bu araştırmanın önemine bakıldığında, iletişim çalışmaları alanında Twitch.tv hakkında yapılan çalışmalar genellikle ekonomi politik, e-spor, kullanıcı ve izleyici çalışmaları, yeni yayıncılık türü ve kullanımlar ve doyumlara kuramı üzerine yoğunlaşmıştır. Bu nedenle bu araştırma, konu edildiği mecralara göre tanımlamasının da değiştiği siyasal iletişim kavramının etki alanının, Twitch.tv üzerinden incelemektedir. Dünyada Twitch.tv üzerinde az çalışma yapılmış olması ve Türkiye’de Twitch.tv ve siyasal iletişim üzerine kapsamlı bir çalışma yapılmamış olması nedeniyle bu çalışma alana özgün katkı sağlayacaktır.

Yukarıda belirtilen amaç, çıkış sorusu ve önem doğrultusunda bu çalışmanın temel hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- H1: Siyasetçiler ile ilk defa oy kullanacak seçmen arasındaki etkileşim için Twitch.tv yeni bir siyasal iletişim alanıdır.
- H2: Siyasetçiler Twitch.tv aracılığıyla, ilk defa oy kullanacak seçmenlerle etkileşim kurma sürecinde başarılı olmaktadır.
- H3: Siyasetçilerin Twitch.tv’de yaptıkları yayınların güvenilirliği ve etkisi diğer sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımlardan daha fazladır.
- H4: İlk defa oy kullanacak Twitch.tv kullanıcılarının, platform içerikleri arasında siyaset konuşulan kanalları takip etme eğilimi daha fazladır.

3.1.1. Araştırmanın Yöntemi

Siyasi kampanyaların ve siyasal iletişimin daha etkili olabilmesi için bu alanın incelenmesi gereken aşamaları ve sonuçları olduğu açıktır. Bu siyasal iletişim biçimi ve siyasal kampanyaların farkındalığını ve nedenlerini inceleyen araştırmalar, tümevarımcı bir bakış açısıyla odak grup görüşmeleri ve derinlemesine görüşmeler yoluyla niteliksel araştırma yöntemine dayalı bir şekilde yürütülebilmektedir (Mokhtar, 2017 s.42). Bu bağlamda niteliksel araştırma yönteminin dayanan bu çalışmada, hangi sorulara cevap arandığı ve bu cevapların niteliği oldukça önemlidir. Niteliksel araştırmalar kapsamında olgular arasındaki nedensellik ilişkisi bağlamları içinde değerlendirilir. Kümbetoğlu'na (2008) göre, niteliksel araştırma yöntemini kullanan araştırmacılar dünyada olup biten olayları anlamlandırmak için 4N1K (ne, nerede, nasıl, niçin ve kim) sorularını kullanarak gerçekleşen olaylara yönelik yeni ve nitelikli cevaplar aramaktadırlar (s.34).

Bu tezde Twitch.tv ve siyasal iletişim ilişkisine yönelik oluşturulan araştırma sorularını cevaplamak için ilk önce kaynak taramasına, ardından gençlerin bu platformu neden, nasıl ve ne şekillerde kullandıklarını anlayabilmek için yarı yapılandırılmış çevrimiçi derinlemesine görüşme tekniğine başvurulmuştur. “Derinlemesine görüşme, belirli bir fikir veya durum hakkındaki bakış açılarını keşfetmek için az sayıda katılımcıyla yoğun bireysel görüşmeler yapmayı içeren niteliksel bir araştırma tekniğidir. Derinlemesine görüşmeler, bir kişinin düşünceleri ve davranışları hakkında ayrıntılı bilgi almak veya yeni konuları derinlemesine keşfetmek için kullanılmaktadır. Bu görüşmeler genellikle ilgili konunun ne olduğuna ve neden olduğuna dair daha eksiksiz bir resim sunmaktadır” (Boyce & Neale, 2006 s.3). Derinlemesine görüşme sürecinde, araştırmacılar katılımcılara açık uçlu sorular sorduktan sonra verilen cevaplar daha detaylı incelemek için görüşme sırasında hem dinlenip hem de kaydedilmesini mümkün kılan süreçtir (Kümbetoğlu, 2008 s.72). Bu çalışma kapsamında da bir görüşme kılavuzu uygulanarak katılımcılarla yarı yapılandırılmış çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme kılavuzunda demografik soruların yanı sıra katılımcıların Twitch.tv

kullanımları, siyaset ve siyasal iletişim hakkındaki görüşlerini öğrenmeye ilişkin sorular yer almıştır.

Bu tez konusunu daha iyi bir şekilde incelemek için 05.04.2023- 11.04.2023 tarihleri arasında 31 (22 Erkek- 9 Kadın) katılımcı görüşülmüştür. Belli bir sayıda görüşme yaptıktan sonra verilen cevapların benzeşmesi ve dolayısıyla veri çeşitliliğin azaldığı gözlemlendiğinden görüşmelere son verilmiştir. Çevrimiçi derinlemesine görüşmelerde ulaştığımız bu doyum noktası neticesinde örneklemimiz 31 kişiyle sınırlandırılmıştır.

Derinlemesine görüşme sürecinde, katılımcıların rızası doğrultusunda yalnızca araştırmanın bulgularının yorumlanması için görüşmeler *Zoom* programı aracılığıyla kaydedilmiştir. Bu çalışmada derinlemesine görüşmelerin deşifreleri doğrudan alıntılarla bulgular bölümünde yer verilmiş olup ve elde edilen bulgular alt başlıklar halinde analiz edileceği için bir niteliksel araştırma tekniği olan betimsel analiz yaklaşımı kullanılmıştır. Kümbetoğlu (2008) betimsel analizi şu şekilde tanımlamaktadır: “Görüşme deşifrelerindeki verilerin özgün biçimlerine sadık kalınarak, bireylerin söylediklerinden doğrudan alıntılar yaparak, betimsel bir yaklaşımla verileri sunmaktır” (s.154). Diğer bir deyişle, betimsel veri analizi sürecinde araştırmacı görüşmüş olduğu katılımcıların görüşlerini ve ifadelerini okuyucuya direkt olarak yansıtabilmek (Özdemir, 2010 s.336) ve bir durum veya bir konu hakkında gerçekçi bir resim sunmak (Neumann, 2014 s.38) için doğrudan alıntılara yer verebilmektedir. Bu anlamda, tezin bulgular kısmı farklı kategorilere ayrılmış olup, bu kategoriyi hakkında görüşmecilere ait ifadeler kullanılırken bazıları elenmiş ve bazıları da bulgular kısmında tartışılması için kullanılmıştır.

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada araştırmamızın evreni Twitch.tv platformu olarak belirlenmiş olup araştırmanın örneklemini ilk defa 14 Mayıs 2023'teki Cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği seçimlerinde oy kullanacak Twitch.tv yayıncıları ve izleyicileri oluşturmaktadır. İlk defa oy kullanacak Twitch.tv kullanıcılarına ulaşmanın oldukça zorlu olması nedeniyle bu kitleye ulaşmak için ilk olarak, çevrimiçi olarak ilk katılımcıları bulmak için Twitch.tv yayıncılarının *Discord* kanallarında tezin içeriği hakkında bilgiler paylaşılmış, sonrasında Türkiye'deki farklı üniversite gruplarında araştırma görevlisi aracılığıyla teze katılım çağrısı yapılmış ve son olarak daha önce hazırlamış olduğum GoogleDocs dokümanını ünlü Twitch.tv yayıncılarından İbrahim Haskoloğlu'yla paylaşarak ve onun kendi Twitch.tv yayınında paylaşarak ilk defa oy kullanacak Twitch.tv katılımcılarına ulaşılmıştır. GoogleDocs aracılığıyla teze katılım sağlamak isteyen 210 kişiden “Daha önce oy kullanmadım” ifadesini işaretleyen 99 kişiyle GoogleDocs üzerinden paylaşmış oldukları e-posta adresi üzerinden iletişime geçilmiştir ve dönüş sağlayan ilk 18 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ardından, görüşmeye katılan 18 katılımcıya, daha önce oy kullanmamış Twitch.tv izleyicisi olan ve Twitch.tv platformu aracılığıyla araştırma örneklemine uygun kişileri tanıyıp tanımadıkları sorularak 13 kişiye daha ulaşılmıştır.

Özellikle pandemi dönemiyle her şeyin çevrimiçi üzerinden gerçekleşmesi, bu süreçte Twitch.tv kitlesinin internet teknoloji sayesinde sanal arkadaşlıklar edinmesi ve katılımcılara ulaşılabilmesi için kartopu yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin temel nedeni ise katılımcılardan bazıları örneklem özelliği taşıyan bir ya da birden fazla kişi ile doğrudan veya dolaylı bir iletişimi olmasıdır (Neuman, 2014, s.275). Bu bağlamda, internet aracılığıyla farklı platformlardan yapılan paylaşımlar aracılığıyla katılım sağlayan 18 kişiyle ve niteliksel araştırma yönteminde örneklem oluşturmak için kullanılan yöntemlerinden biri olan kartopu tekniği ve bu tekniğin dijital versiyonu olan çevrimiçi kartopu yöntemi ile ulaşılan 13 kişiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeye katılımı kabul eden kişilerle görüşmeden hemen önce “Bilgilendirilmiş Rıza Formu” paylaşılmış ve kendilerinin imzaları alındıktan sonra derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, bu örnekleme yer alan 31 Twitch.tv (22 Erkek – 9 Kadın) katılımcısı ile yarı yapılandırılmış çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmiş olup, tüm görüşmeler toplamda 985,8 dakika yani 16 saat 43 dakika sürmüştür. 31 katılımcı ile yapılan tüm görüşmelerin genel ortalaması ise 31,8 dakikadır.

Katılımcıların görüşmeler sırasındaki ifadelerinin bulgular kısmında kullanılması ve kimliklerinin gizli tutulması nedeniyle erkek-kadın katılımcılar büyük “K” harfi ve bir sayıyla belirtilmiş, ayrıca görüşmenin gerçekleştirildiği tarih de “K1, 04.04.2023”, “K2, 04.04.2023”, “K3, 04.04.2023”, ve “K4, 04.04.2023” şeklinde ifade edilmiştir.

3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışma, Twitch.tv’nin Türkiye’deki kullanımına istinaden yeni bir iletişim platformu olup olmadığını incelemesi bakımından tek merkezli bir araştırmadır. Ayrıca bu araştırmada canlı akış platformu olarak Twitch.tv’nin siyasetçilerin gençlere ulaşılmasında bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmasının, Twitch.tv yayıncıları ve izleyicilerinin bu yeni siyasal iletişim sürecine yönelik yaklaşımlarının nasıl olduğu irdelendiğinden hem iletişim bilimleri hem de siyaset bilimi perspektiflerinden yararlanılmıştır. Bu anlamda bu araştırma, disiplinler arası bir araştırmayı kapsamakta olup, Türkiye’deki siyasal iletişim çalışmalarındaki canlı akış platformu eksikliğini gidermeyi de amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın sınırlılıklarına bakıldığında, daha önce oy kullanmamış Twitch.tv izleyicisi örnekleminin dar bir örnekleme kapsamı nedeniyle farklılıklar oluşturmaları açısından tez katılımcılarına 3 haftada ulaşılmıştır. Bunlara ek olarak, *Zoom* programı kullanılarak yapılan çevrimiçi görüşmeler sırasında internetin yeterli düzeyde performans

sağlayamaması ve katılımcıların kullanmış oldukları cihazların gerekli işlevi sağlayamaması nedeniyle görüşmelerde aksamalar meydana gelmiştir.

3.2. Literatür İncelemesi

Bu konuyu araştırmaya genel olarak canlı akışa dayalı araştırma makaleleri Google Akademi’de taranarak başlanılmıştır. Bu, halihazırda hangi araştırmaların var olduğunu ve literatürde hangi boşlukların bulunduğunu öğrenmek için yapılmıştır. “Twitch.tv” ve “*live-streaming*” gibi anahtar kelimeler kullanılarak bu platform üzerine yazılmış makalelerin çoğuna ulaşılmaya çalışılmıştır. Literatür taramasının sonucunda konferanslarda sunulan bildiriler, bilimsel kitap ve makalelere ulaşılmış, bunların yanında yeni bir çalışma alanı olması nedeniyle güncel haber kaynaklarından da faydalanılmıştır.

Twitch.tv hakkında mevcut araştırmaların literatür taraması incelendiğinde, Twitch.tv’ye bir teknoloji, platform ve kültür olarak disiplinler arası bir bakış açısıyla yaklaşıldığı görülmektedir. Twitch.tv’de rol oynayan dijital yakınlık, ünlüler, topluluk, içerik oluşturma, medya üretimi ve tüketimi ve video oyunları gibi iç içe geçmiş unsurlar, Twitch.tv’yi çalışma için zengin bir çalışma konusu haline getirmektedir. Bununla birlikte, yeniliği ve özgünlüğünün bir sonucu olarak, bu platform özelinde bugüne kadar çok az niteliksel araştırma yapıldığı görülmüştür. Yeni teknolojiler ve platformlarda olduğu gibi, ilk araştırmaların çoğu Twitch.tv’nin verilerine ve teknik altyapı özelliklere odaklanmıştır. Twitch.tv ve örneğin oyunlar ve yayıncılık endüstrisi üzerindeki etkisi, kullanıcı etkileşimleri, sohbet kısmının transkripsiyonu ve insanların neden Twitch.tv kullandığı veya izlediği hakkında pek çok araştırma olsa da siyasal iletişim ya da stratejik bir araç olarak kullanımı hâlâ nispeten keşfedilmemiş durumdadır. Yapılan incelemelerde Twitch.tv’nin siyasal iletişim ve stratejik iletişim için kullanımı yönünde birçok haber yapılmasına rağmen kapsamlı çalışmanın sayıca çok az olduğu ve olan çalışmaların da dilinin İspanyolca olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, literatür dünyada gelişme aşamasındayken Türkiye’de ise yeni yeni bu konuda çalışmaların yapıldığını görebiliriz.

Bu tezin en önemli amaçlarından bir ise, şimdiye kadar Twitch.tv'ye yeterli düzeyde uygulanmayan bir yaklaşım olan siyasal iletişim ile ilgili literatüre katkıda bulunmaktır.

Literatür taraması yapılırken Twitch.tv hakkında yapılmış olan araştırmalar “E-spor ve oyun yayıncılığı ve izleyiciliği kültürü, kullanım motivasyonları, sağladığı olanaklar ve ekonomi politik, toplumsal cinsiyet, çevrimiçi kamusal ve üçüncü alan, stratejik iletişim, yeni yayıncılık türü ve son olarak siyasal iletişim” bağlamında kategorilendirilmeye çalışılmıştır.

3.2.1. Çevrimiçi Topluluklar ve Üçüncü Alanlar Bağlamında Twitch.tv

Twitch.tv'nin yeni bir platform olarak çıkması ve her insana açık olması sebebiyle yeni bir çevrimiçi kamusal alan veya üçüncü alan olarak görülmüş ve bu gibi özellikler sayesinde yayıncılar ve izleyiciler arasında çevrimiçi sanal topluluklar oluşmuştur. Yapılan araştırmalara bakıldığında temel olarak çevrimiçi üçüncü alanlarda kişisel markalaşma (Widell & Guzmán, 2020; Weigel, 2020) ve çevrimiçi kamusal alanda sanal topluluklar (Williamson, 2021) üzerinde çalışmalar mevcuttur.

Bu çalışmalara bakıldığında, çevrimiçi bir üçüncü alanda kişisel markalaşmanın sonucuna dikkat çeken Widell ve Guzman (2020) yaptıkları çalışmada markalaşmanın marka sadakati ile ilgili oynadığı role dair daha derin bir anlayış geliştirmektedir (s.1). Kişiliğin bir yayıncının kişisel markasında oynadığı merkezi rolü ve bunun topluluk etkileşimi ve bağlılığının yanı sıra izleyicilerin eğlencesi için nasıl önemli bir itici güç olduğu hakkında daha derin bir araştırma yaparak izleyicilerin yayıncının markasıyla olan duygusal bağları ve sanal üçüncü yere ait olma duygularını keşfetmişlerdir (Widell & Guzmán, 2020).

Yapılan bir diğer çalışmada ise Williamson (2021), *LGBTQI+* canlı yayın yapan bir video oyun sitesi olan Twitch.tv'yi nasıl kullandıklarını "Twitch.tv'de *LGBTQI+* etiketini kullanan yayıncılar ve izleyiciler arasındaki etkileşimler, yayıncının izleyici

topluluğunun oluşturulmasına ve sürdürülmesine nasıl ve ne ölçüde katkıda bulunuyor?" sorusuyla araştırmaktadır. Bu araştırmada, *LGBTQI+* etiketini kullanan yayıncıların yayınları gözlemlenip daha sonra yayıncılar ile görüşülmüştür. Sonucunda ise *LGBTQI+*'yı onaylayan bir alanın göstergesi olması nedeniyle, yayıncı-izleyici etkileşimleri için Twitch.tv'nin bir aracı görevine sahip olduğu ve bu sayede sanal toplulukların kurulması sonucuna ulaşılmıştır (Williamson, 2021). Twitch.tv'de canlı yayın sırasında toplulukların ortaya çıkışına dair etnografik bir araştırma yürüten Hamilton vd., (2014), yaptıkları çalışmada, Twitch.tv'nin büyümesi ve belirli akışlar etrafında toplulukların nasıl oluştuğuna odaklanmaktadır. Twitch.tv'yi "üçüncü yer" veya "insanların ev veya iş alanlarından farklı olarak bir araya geldiği, topluluklar oluşturduğu, sosyalleştiği ve sürdürdüğü yerler" olarak nitelendirmektedirler (Hamilton vd., 2014 s.1318).

Son olarak Weigel (2020) yazmış olduğu tezde Twitch.tv'nin, kullanıcılar arasındaki ilişkileri güçlendirme yeteneğine sahip kamusal alanlar olarak görerek, çevrimiçi etkileşimlerdeki belirli deneyimleri nasıl yapılandırıldığını anlamaya çalışmaktadır. Weigel'e göre Twitch.tv'de sohbet kısmında yer alan canlı metinler izleyicilere ulaşmakta, onların sanal üçüncü yerlere katılımını, bu alanların yaratılmasını, bu toplulukların somutlaşmasını ve sürdürülmesini teşvik etmektedir. Bu bağlamda, izleyiciler arasında kurulan bağlantılar ve sosyal normlar, dünyanın her yerinden Twitch.tv kullanıcıları arasında gayri resmi ancak uyumlu bağlantılar sağlayan geçici bir sanal üçüncü yerin ya da çevrimiçi kamusal alanın yaratıldığını (2020, s.106-107) göstermektedir.

3.2.2. E-sport, Oyun Yayıncılığı ve İzleyiciliği Kültürü Bağlamında Twitch.tv

Twitch.tv ve e-spor, oyun yayıncılığı ve izleyiciliği kültürü ile ilgili akademik araştırmalar gün geçtikçe daha da çoğalmakta olup, Twitch.tv'nin genel ekosistemini, teknik yapısını ve büyümesini inceleyen çeşitli çalışmalar (Kaytoue vd., 2012); E-spor yayıncılarının ve izleyicilerinin deneyimleri (Scully-Blaker vd., 2017; İlhan vd., 2022);

oyun geliştiricilerin yayıncılık kültürü ve katılımcı topluluklar (Consalvo & Phelps, 2019); canlı yayın transkripsiyonu ve sohbet (Recktenwald, 2017; Recktenwald, 2018); geniş üretim ve tüketim bağlamında hem kullanım motivasyonları hem de uygulamaları (Taylor, 2018); son olarak kullanıcıların davranış kalıpları (ör. oyun, eğlence ve sosyalleşme) ve birlikte bulunma algıları (Diwanji vd., 2020) hakkında çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

Twitch.tv ile ilgili ilk akademik metin Kaytoue vd., (2012) tarafından “*Watch me Playing, I am a Professional: a First Study on Video Game Live Streaming*”, başlıklı çalışmadır. Mehdi Kaytoue ve diğerlerinin (2012) Twitch.tv'ye ilk girişi, siteyi e-sporlar, profesyonel oyuncular ve büyüyen video oyunu toplulukları için özel bir platform olarak tanımlamaktadırlar. Aynı zamanda, belirli oyunların ve yayıncıların popülaritesini nasıl arttırdığına ilişkin 3 ay boyunca toplanan verilerin derinlemesine bir analizi yapılarak canlı akışı incelemeye yönelik ilk çalışmalardan birini yazmışlardır. Bunlara ek olarak, yazarlar sitenin belirli yönlerini, özellikle yayında oynanan en popüler oyunları, izleyici sayılarını, akış sürelerini, abone olunan kitlelerin oranını ve yayıncı konumu/dil kullanımını analiz etmeye çalışmaktadırlar (Kaytoue vd., 2012 s.1181).

Oyun yayıncılığı alanında yapılan bir diğer çalışmada Scully-Blaker vd. (2017), Twitch.tv'de canlı oyun yayını yapan yayıncıları ve canlı oyun akışının çeşitli sınırlamaları ve olanaklarından nasıl etkilendiğinin analizini yapmışlardır. Yaptıkları analizde e-spor yayıncılarından yeni başlayanların izleyiciler için yayın yapmak yerine daha çok izleyicilerle birlikte yayın yaptığını fakat kanallarının abone ve izleyici sayısı arttıkça, yayıncıların izleyiciler ile oynamasının zorlaştığını belirtmişlerdir. Bu alanda yapılan diğer bir çalışmaya bakıldığında, İlhan ve diğerlerinin (2022) yaptıkları çalışmada, izleyici ve yayıncılarla yapılan görüşmelerin ışığında katılımcıların Twitch.tv'ye yönelik yaklaşımlarını ve deneyimlerini inceleyerek, yayıncı ve izleyicilerin sahip oldukları teknik olanakları, izleyici ve yayıncı etkileşimini, yayıncılık mesleğini ve dünyada ve Türkiye'de Twitch.tv yayıncılığını değerlendirmişlerdir.

Consalvo ve Phelps (2019) profesyonel oyun geliştiricilerinin çalışmalarını Twitch.tv'de nasıl canlı yayınladıklarına dair bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada, ortak yaratıcı tasarım sürecinde geliştiricilerin izleyicileriyle ortak yaratıcı eylemlerde nasıl ve ne şekilde yer aldıklarını ve tasarım süreçlerinde potansiyel bir site ve oyun sohbeti yapmak için bir alan olarak Twitch.tv'yi nasıl kullandıklarını araştırmışlardır.

Recktenwald (2017), yaptığı çalışmada izleyiciler ve yayıncılar arasındaki modlar arası iletişim farklılıklarına dikkat çekmiştir. Yayıncı ve izleyici, farklı yöntemlerle iletişimlerini (sözlü veya yazılı) Twitch.tv'de sürdürmektedir. Yayıncıların dikkatlerini sohbet ve oyun arasında değiştirmeleri gerektiğinden ve yayın gecikmelerinin eklenmesiyle, mesajlar belli bağlam içerisinde iletilir ve yayıncılardan gelen yanıtlar seçici ve ayrıştırıcı olabilir. Fakat, izleyici kitlesi gerçek zamanlı olarak hem sohbete hem de yayıncıya odaklanabildiğinden daha istikrarlı olduğu belirtilmektedir (s.69). Bu çalışmaya ek olarak, Recktenwald (2018) yaptığı diğer bir çalışmada Twitch.tv'de canlı yayın söyleminin organizasyonunu açıklamaya çalışmıştır. Bu bağlamda, Twitch.tv yayınlarındaki söylemsel hareketlerin katılımcılar arasında kimin kiminle ne amaçla ve ne sıklıkta konuştuğunu incelemiştir. Sohbet alanında izleyiciden yayıncıya, yayıncıdan izleyiciye veya izleyiciden izleyiciye gibi farklı iletişim yönleri mevcut olduğunu belirten Recktenwald, çoğu zaman, bu konuşma ve sohbetin yönlerinin, topluluk içindeki farklı sosyal amaçlara karşılık geldiği sonucuna varmıştır (2018).

Taylor (2018), video oyunları içinde bir kültür biçimi olan önemli platformlardan biri olan Twitch.tv hakkında yaptığı araştırmada, Twitch.tv'deki geniş üretim ve tüketim bağlamında hem kullanıcı motivasyonlarını hem de uygulamalarını açıklamaya çalışmaktadır. Kitap, insanların özel oyunu kamusal eğlenceye dönüştürmeye başladığını, artık oyun paylaşımı ve izleyiciliğin dijital oyunların temelinde olduğunu ifade etmektedir. Bunlara ek olarak Taylor, izleyiciler canlı akışlarda sadece video oyunu oynayan veya konuşan yayıncıyı izlemek yerine, Twitch.tv'nin yayıncının tepki verdiği sohbet fonksiyonu içerisinde daha aktif bir rol alarak yayıncı ve diğer izleyicilerle etkileşime girdiğini belirtmektedir (2018, s.22).

Diwanji ve diğer araştırmacıların (2020) yaptığı araştırmada, milyonlarca insanın her gün canlı yayın yapmak, etkileşimde bulunmak ve kendi eğlencelerini yaratmak için bir araya geldiği Twitch.tv'de kullanıcıların bilgi davranışlarını ve birlikte bulunma algılarını incelemeyi amaçlamışlardır. Onlara göre bu çalışmada, kullanıcı odaklı medya tüketimi ve birlikte yaratma kültürlerinin çok dinamik ve son derece umut verici ortamları temsil eden Twitch.tv'de sürekli olarak geliştiği sonucuna ulaşılmıştır (Diwanji vd., 2020 s.9).

3.2.3. Kullanım Motivasyonları Bağlamında Twitch.tv

Kullanımlar ve motivasyonlar teorisi iletişimin her alanında kullanıldığı gibi Twitch.tv platformu çalışmalarında da sıklıkla kullanılmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar genel anlamda kullanıcıların Twitch.tv'yi oyun oynama ve izleme motivasyonları ve üretilen farklı içerik türleri (Sjöblom, 2015; Sjöblom vd., 2017; Sjöblom & Hamari, 2017; Schofield, 2019); Twitch.tv'nin tüketim, kimlik ve üretim boyutlarına yönelik kültür döngüsü (Gandolfi, 2016; Lu vd., 2018); Twitch.tv kullanımı ve medya keyfi (Wulf vd., 2018; Tiryakioğlu & Yavaşçalı, 2019; Gros vd., 2017; Cabeza-Ramírez vd., 2020); etkileşim kurma ve içerik oluşturma (Raes, 2015); girişimcilik ve mali kazanç (García, 2021); etkileşim, topluluk oluşturma/katılma ve kitle kültürü (Chow, 2016; Dux 2018; Hilvert-Bruce vd., 2018; Robinson, 2019); bağış kültürü ve kullanım motivasyonu (Yavaşçalı & Uğurhan, 2019) şeklinde oluşmuştur.

Başkalarının oynadığı oyunlarını izleme kültürü Twitch.tv platformunun popüler olmasıyla beraber her geçen gün daha da artmaktadır. Sjöblom (2015) yaptığı çalışmada insanların neden bir video oyununu izlemeyi seçtikleri sorusuna kullanımlar ve doyumlar teorisini kullanarak cevap vermeyi amaçlamaktadır. Yapılan bu çalışmada bilişsel, duygusal, kişisel ve sosyal bütünleştirici gibi motivasyonların video oyunlarının izlenmesini tetiklediği verilerine ulaşılmıştır. Bu çalışmaya ek olarak Sjöblom vd., (2017) tarafından yapılan diğer bir araştırmada, temel motivasyonları anlamak için Twitch.tv

izleyicileriyle yaptıkları ankette, video oyunu türlerinin ve akış türlerinin tüketiminin, izlemeden kaynaklanan duygusal, gerilimi serbest bırakma, bilgi arama, oynamayı öğrenme, kişisel bütünleştirici ve sosyal bağlantılı doyumlarla nasıl ilişkili olduğu irdelenmiştir (s.164). Bu çalışmalara bağlantılı olarak Sjöblom ve Hamari (2017), çevrimiçi oyunlar ve video akışları bağlamında ortaya çıkan bu yeni medya biçimini tüketme motivasyonlarını anlamak için insanların neden Twitch.tv gibi platformlarda başkaları video oyunları oynarken izlemeyi seçtiklerini araştırmaktadırlar. Sonucunda daha önceki çalışmalarında kullanılan beş motivasyon sınıfının hepsinin (bilişsel, duygusal, sosyal, gerilim giderme ve kişisel bütünleştirici), bireysel kullanıcıların kaç saat izlediğiyle ilgili önemli ölçüde ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır (s.990). Bu alanda yapılan diğer bir çalışmaya bakıldığında Schofeld (2019) içerik oluşturucuların ve izleyicilerin Twitch.tv platformundaki motivasyonlarını araştırmayı ve içerik akışı yapmak isteyen bireylerin motivasyonlarına odaklanmayı ve kişilik tiplerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Kullanıcıların oyun motivasyonları ile Twitch.tv gibi sitelerde yayın izleme arasında bir bağlantı olduğunu belirten Schofeld, bu platformun sağladığı önemli bir etkileşim olduğunu belirtmektedir (2019, s.11).

Twitch.tv'de canlı yayın tüketimi ve motivasyonu hakkında çalışma yapan Gandolfi (2016), Twitch.tv'nin yalnızca bir seyircilik alanı olmadığını, aynı zamanda farklı izleme motivasyonlarına sahip izleyicileri kendine çektiğini öne sürmektedir. Yapılan araştırmanın sonucunda akışla ilgili olarak, çeşitliliği dikkate değer olmakla birlikte, oyunu yönetme, meydan okuma ve profesyonelleşme; kişisel performans becerileri ve etkileşim, son olarak izleyiciler ve yayıncılar arasındaki bağ anlamında 3 ana yönelimin canlı yayın tüketimini ve üretimini etkilediğine ulaşılmıştır (s.77-78). Bu ana yönelimlere ek olarak, Lu vd., (2018) yaptıkları farklı bir çalışmada, Kuzey Amerika ve Çin'deki canlı akış uygulama izleyicilerinin birbirlerinden farklı şekilde canlı akış platformu kullanma motivasyonlarının olduğu, canlı akış uygulamalarında izleyicilerin mevcut demografisi hakkında düşünmeyi genişletmenin, eğitim, finans ve diğer konularda canlı yayın yapmanın ve izleyiciler ile yayıncılar arasında daha derin ve daha zengin etkileşimleri desteklemenin önemli olduğunu altını çizmişlerdir (s.10).

Wulf vd., (2018) yaptıkları çalışmada insanların video oyunu canlı akış platformu Twitch.tv'yi kullanırken medyadan aldıkları keyfi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, Twitch.tv kullanımının ve Twitch.tv'de sohbet üzerinden diğer kullanıcılarla etkileşime girmenin, ağırlıklı olarak medyadan alınan keyfe katkıda bulunduğu bulgularına ulaşmışlardır (s.339). Bu çalışma konusuna benzer bir çalışma da Tiryakioğlu ve Yavaşçalı (2019) tarafından yapılmıştır. Yapılan çalışmada bir sosyal medya platformu olan Twitch.tv kullanıcılarının oluşturdukları topluluklarda yer alan kullanıcıların bu platformu kullanım motivasyonları “Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi” ekseninde incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre Twitch.tv kullanım motivasyonlarında eğlenme doyumunu ön plana çıkarken, kullanıcıların bu platformda geçirdikleri sürenin motivasyonlar üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturduğu görülmüştür (Tiryakioğlu & Yavaşçalı, 2019 s.85). Gros vd., (2017) yaptıkları çalışmanın temel amacı, özellikle zaman ve para yönüyle ilgili olarak, Twitch.tv kullanıcılarının motivasyon ve davranışlarını belirlemektir. Bu anlamda, Twitch.tv'de geçirilen ortalama süre ve potansiyel harcamalar ile ilgili temel anlamda 3 farklı kategori (Bilgi, eğlence ve sosyalleşme) üzerinden araştırma değerlendirilmiştir (Gros vd., 2017 s.54). Cabeza-Ramírez vd., (2020) yapılan çalışmada ise canlı akış platformlarına izleyici katılımının altında yatan motivasyonlara ve kullanım türlerine odaklanmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar teorisine dayanan bu makale, üç temel motivasyonu (bilgi, eğlence ve sosyal) video oyunu akış platformlarının kullanımıyla nasıl ilişkili olduğunu analiz etmiş olup, üç tür motivasyonun platformun kullanımıyla olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu, ancak bilgi motivasyonlarının eğlence ve sosyal motivasyonlardan daha ağır bastığını belirtmişlerdir. Diğer bir çalışmada ise Raes (2015), Twitch.tv platformundaki etkileşimi ve içeriği daha iyi anlamak için Twitch.tv kullanıcılarının bu platformda etkileşim kurma ve içerik oluşturma güdülerini keşfederek Twitch.tv kullanıcılarının çoğunlukla eğlenme amaçlı yayınlar izlediklerini ve bu yayınlar üzerinden etkileşim kurduklarını tespit etmiştir.

Ekonomik motivasyon bağlamında Garcia'nın (2021) çalışmasına bakıldığında Twitch.tv'yi neyin benzersiz kıldığını, markaların ve geleneksel medyanın platforma artan

ilgisinin nedenlerini, çevrimiçi görsel-işitsel ve eğlencenin hem üretim hem de tüketim alışkanlıklarındaki yeni paradigma ve canlı akış için nasıl lider platform haline geldiğini tartıştığı görülmektedir. Araştırmada, bu tarz yeniliklerin, içeriklerini Twitch.tv'ye uyarlamaya çalışan hem eski hem de yeni medyanın ilgisini çektiği ve pek çok yaratıcı, içeriklerini Twitch.tv'ye uygun hale getirmek için yeniden formüle etmekte olup, bunun kendi çıkarlarına uygun bir platform olduğu ve onlara daha büyük mali getiriler sunduğu (s.44) sonucuna ulaşmıştır.

Chow (2016) hazırladığı tezde Twitch.tv'deki iletişimsel yöntemlerin kullanımını deşifre etmeyi, Twitch.tv'deki sohbet etkileşiminin yapısını ve Twitch.tv topluluğunun diğer çevrimiçi topluluklardan nasıl farklı olduğunu keşfetmeyi amaçlamıştır. Diğer bir çalışmada ise Dux (2018), toplulukların nasıl birbirine kenetlendiğini ortaya çıkarmayı, canlı yayın yapan toplulukları anlamayı, izleyicilerin ilgi alanlarını keşfetmeyi hedeflemiş ve son olarak toplulukların farklı türde/kültürlerde akışların kullanımlar ve doyumlardan muhtemelen nasıl etkilendiğine odaklanan bir sosyal ağ analizi yapmıştır (s.6). Hilvert-Bruce vd., (2018) tarafından geliştirilen çalışmada ise, izleyicilerin Twitch.tv canlı akış topluluklarına katılma motivasyonları incelenmiştir. Psikolojik ve davranışsal anlamda canlı akış topluluklarına katılımı açıklayan faktörleri ve bu tür motivasyonların kanal boyutuna göre değişip değişmediğini belirlemeye çalışmışlardır (s.63). Tüm kanal boyutlarındaki (küçük ve büyük aboneli kanallar) canlı yayın katılımının, sosyal etkileşim arzusu ve topluluk duygusuyla oluştuğu belirtilmiştir (Hilvert-Bruce vd., 2018 s.65). Robinson (2019) tarafından yazılan tezde, Twitch.tv platformuna ilişkin özellikler sunulmuş ve Twitch.tv, belirli şekillerde etkileşime giren ve benzer düşünen bireyler için katılımcı bir alan olarak karakterize edilmiştir. Robinson, Twitch.tv'de kullanıcıların hem kişisel hem de profesyonel düzeyde aktif olarak katılabileceklerini ve farklı düzeylerde ağ kurabileceklerini belirterek kitlelerin, platformun popülerleşmesinde, toplulukların gelişmesinde ve yayıncıların başarılı olmasında kritik öneme sahip olduğunu ifade etmektedir (Robinson, 2019).

Yavaşçalı & Uğurhan (2019) tarafından yapılan çalışmada bir sosyal ağ platformu olan Twitch.tv kullanıcılarının bu platformu kullanım motivasyonları, Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi'nden hareket edilerek irdelenmiştir. Bu bağlamda platform üzerinde daha önceden harcama yapmış kullanıcıların bağış davranışları, kullanım motivasyonları kapsamında değerlendirilmiş ve kullanım motivasyonlarının bağış davranışı üzerindeki etkileri incelenmiştir (s.669). Sonuç olarak Twitch.tv üzerinde daha önceden harcama yapmış kullanıcılar ile yapmamış kullanıcılar üzerinde doyumlar açısından anlamlı farklılıklar bulunurken daha önceden harcama yapmış kullanıcıların bağış davranışı üzerinde sadece sosyalleşme doyumunun anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Yavaşçalı & Uğurhan, 2019).

3.2.4. Dil ve Kültür Bağlamında Twitch.tv

Twitch.tv'de kullanılan dile yönelik yapılan araştırmalara bakıldığında literatürde önemli çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Diğer sosyal medya platformlarında kullanılan diller ve ifadelerden farklı olarak Twitch.tv'de kullanıcılar bir olaya tepki verirken ya da chat kısmında konuşulan bir konuşmaya karşılık verirken ifade biçimi olarak "*Emotes*" kullanmaktadırlar. Bu alanda yapılan çalışmalar çoğunlukla, duyguların ifade biçimlerine "*Emotes*" ve altında yatan anlamlara (Olejniczak, 2015; Barbieri vd., 2017); dil, kültür ve sanal topluluklara (Werder, 2019) odaklanmaktadır.

Olejniczak (2015) yılında yaptığı çalışmada Twitch.tv'de kullanılan dilin farklılıklarını ve çeşitliliği araştırmıştır. Twitch.tv'nin sohbet kısmında kullanılan ifadelerin belli bir bağlamda ve kalıplar içinde değerlendirilmesi gerektiğini ifade eden Olejniczak, Twitch.tv sohbetlerinde kullanılan dilin ya da ifadelerin "*Emotes*", siteye özgü anlamlı ifadeler içerdiğini belirtmektedir. Bu çalışmanın sonucunda, Twitch.tv'de etkileşim genel olarak kısa mesajlarla ifade edildiği, ancak daha yüksek aktiviteye sahip daha büyük kanallarda kullanıcıların çoğunluğu mesajlarında duyguları iletme için yalnızca *emotes* kullandığı ve Twitch.tv'de kullanılan dilin özellikleri, kullanıcıların genel dili üzerinde etkili görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır (Olejniczak, 2015 s.5)

Werder'in (2019) yazdığı tezde, Twitch.tv'nin bir sonucu olarak çevrimiçi teknolojiler ve dildeki yeniliklerin yanı sıra platformda oluşan kültür ve toplulukların önemini incelemektedir. Bu tezin amacı, Twitch.tv platformunda yayıncılar ve izleyiciler arasında yalnızca bir grup ortamında gerçekleşebilen benzersiz iletişim biçimlerine (canlı videolarla birlikte oluşturulan canlı yorumlar ve kelimelerin yerine ifadelerin kullanılması) dikkat çekmektir (s.41). Bu analizlerin ışığında Twitch.tv'deki kullanıcı iletişiminin, yazılı ifadelerin yerine duyguların kullanıldığı "*Emotes*" yeni bir tür internet diliyle sonuçlandığını belirtmiştir (s.42).

Son olarak Twitch.tv'de dil kullanımına yönelik yapılan araştırmaya baktığımızda Barbieri vd., (2017) Twitch.tv platformuna özgü ifade biçimlerinin (*Emotes*) altında yatan semantiği ve Twitch.tv sohbet mesajlarının bir veri setini modelleyerek Twitch.tv mesajlarının anlaşılmasını tespit etmeye çalışmaktadırlar. Onlara göre, Twitch.tv'de konuşmaların dili ve içeriği oldukça çeşitli olup oyuna özel, kanala özel ve hatta bir etkinliğin veya video oyununun tanıtımı sırasında platforma tanıtılan sponsorlu ifadeler "*Emotes*" kullanıldığı ve bunlara ek olarak her *emotes*'un kendine has bir anlam içermektedir (s.12)

3.2.5. Ekonomi Politik ve Sağladığı Olanaklar Bağlamında Twitch.tv

Ekonomi politik anlamında yapılan çalışmalara bakıldığında çeşitli perspektiflerden Twitch.tv'nin ele alındığı görülmektedir. Bu başlık altında oluşturulan konuların içeriklerine bakıldığında, öncelikle her makalenin içinde Twitch.tv'nin sahiplik yapısından bahsedilmiştir. Buna ek olarak, Twitch.tv'nin canlı akış özellikleri ve ekosistemi (Farrington, 2015; Deng vd., 2015; Panneton, 2020); profesyonel Twitch.tv yayıncılığı (çalışma hayatı ve emek), oyun endüstrisi ve yeni medya profesyonelleri (Bingham, 2017; Johnson & Woodcock, 2017; Johnson & Woodcock, 2019a; Johnson & Woodcock, 2019b); yeni çevrimiçi iş modelleri (Sjöblom vd., 2019) ve Twitch.tv ve bağlı kültürü (Partin, 2020) üzerine çalışmalar yapılmıştır.

Farrington (2015) yaptığı projede, içeriği ve özellikleri hakkında bilgi sağlamak için canlı akış hizmeti Twitch.tv hakkında veri toplamayı amaçlamıştır. Bu veriler ışığında Twitch.tv kullanıcısının demografisini ve Twitch.tv platformunun teknik özellikleri genel anlamda gösterilmeye çalışılmıştır. Deng vd., (2015) dünyanın en popüler oyun akışı platformu olarak Twitch.tv'yi incelemişlerdir. Makalede, Twitch.tv'nin, oyun akışlarının popülaritesinin geleneksel kanallardan, yayıncılardan ve oyunlardan farklı benzersiz özelliklere sahip olduğunu, bu özelliklere ek olarak popüler olan oyunları, popülerite patlaması yaşayan yeni çıkan oyunları ve hatta platformda görünen eski oyunları birleştiren karmaşık bir oyun ekosistemi olduğunu belirtmişlerdir (s.6). Diğer yandan, Panneton (2020) yazdığı tezde, oyun odaklı, çevrimiçi bir canlı yayın sitesi olan Twitch.tv'yi sahiplik yapısı, video oyun endüstrisi bağlantıları, veri kullanımı ve kullanıcı etkinliğinden para kazanma dahil olmak üzere Twitch.tv'nin iş operasyonlarını eleştirel bir şekilde inceleyerek, Twitch.tv'nin oyun endüstrisinde tekelleşme eğilimine neden olduğunu, izleyiciyi metalaştırdığını ve profesyonel yayıncıları güvencesiz yaratıcı işçilere dönüştürme eğilimi olduğunu belirtmiştir.

Bingham (2017) tarafından yazılan tez, paranın bir iletişim biçimi olduğu ve profesyonel Twitch.tv yayıncılarının bu sosyal ortamda paranın hareketini kavrayabileceği perspektifinden hareket ederek Twitch.tv yayıncılarının bir etnografisini sunmaktadır. Yazar, bir bütün olarak medya endüstrisiyle ilgili daha geniş kapsamlı konuların ana hatlarını çizerek, profesyonel Twitch.tv yayıncılığı dünyasına bir bakış ve çalışma hayatları bir izleyici kitlesi için video oyunları oynamak etrafında dönen insanları daha iyi bir şekilde incelemeyi amaçlamıştır (Bingham, 2017 s. 236). Johnson ve Woodcock'un (2017) beraber yaptıkları çalışmada, öncelikle Twitch.tv platformunun ekosistemine ve demografisine vurgu yaparak, canlı yayıncılarının, özellikle de gelirlerini Twitch.tv'den elde eden yayıncıların yaşamlarını, kariyerlerini geçmişini, bugününü ve beklenen geleceklerini röportaj aracılığıyla ele almaktadırlar. Johnson & Woodcock (2019a) yılında yaptığı bir diğer çalışmada, tüm video oyunları ekosisteminin çağdaş politik ekonomisindeki yeni merkezi rolünü keşfederek, özellikle Twitch.tv platformunda canlı yayının oyun endüstrisi için artan önemini araştırmaktadırlar. Canlı yayının oyun

endüstrisinde büyük bir yeni güç olduğunu, oyun oynama ve oyun tasarımı beklentilerimizi değiştirdiğini ve sonuç olarak ana yapısal etkilerinin yeni yeni anlaşılmaya başladığı bir platform olduğunu belirtmişlerdir. Woodcock & Johnson (2019b) tarafından yazılan bir diğer makale ise, önde gelen canlı akış platformu Twitch.tv'deki yayıncılar duygusal ve maddi olmayan emek sürecinin bazı özelliklerini, özellikle prezantabl, komik, ilgi çekici ve karaktere uygun olma emeğini yani; izleyicilere dostça davranmak, bağış istemek, izleyicilerle yakınlık kurmak ve izleyicilerle mizah yoluyla etkileşim kurmak dahil olmak üzere dijital olarak aracılık edilen dışa dönük karakteri araştırmaktadırlar (s.820).

Sjöblom vd., (2019) yaptıkları çalışmada, Twitch.tv platformundaki yayıncıların ürettikleri içeriğin yapısını nasıl oluşturduklarını, yayın oluştururken kullandıkları cihazları ve bireysel çevrimiçi video yayıncılarının yeni çevrimiçi iş modellerinden ortaya çıkan sosyal ticaretin (ücretli abonelikler, bağışlar, reklam ve sponsorluk) ve bunlara ek olarak sosyal etkileşimin yeni yönlerini araştırmaktadırlar.

Partin (2020) yaptığı çalışmada, canlı akış platformu Twitch.tv'deki bağış yönetimi araçlarının geçmişini analiz etmektedir. Başlangıçta, Twitch.tv canlı yayıncılara yayınlardan para kazanmaları için iki temel yol (abonelikler ve canlı yayın reklamları) sunarken (s.4) birçok yayıncı kendilerini desteklemek için bağışlara yönelmiştir. Haziran 2016'da Twitch.tv, Twitch Bits'i piyasaya sürmüştür. Platformda gelir elde eden binlerce hevesli ve profesyonel yayıncı için bir nimet olarak satılan Twitch *Bits*, izleyicilerin doğrudan Twitch.tv ara yüzüne yerleşik sanal bir para birimi olan "*Bits*" kullanarak yayıncılara bahşiş vermelerini sağlamıştır (s.5). Bu makale özellikle, platform evriminin bir yöntemi olarak, platformlar ve kullanıcılar arasındaki güç asimetrisinden yararlanarak nasıl yeni teknik özellikler yarattığını ele almaktadır (Partin, 2020).

3.2.6. Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Twitch.tv

Toplumsal cinsiyet ve beden üzerinden Twitch.tv'ye bakıldığında ise yapılan çalışmaların oldukça sınırlı kaldığını söylemek mümkündür. Bu çalışmalar incelendiğinde kadın ve erkek yayıncıların canlı yayın için seçtiği mekanların toplumsal cinsiyete dayandığı (Ruberg & Lark, 2020) ve buna ek olarak Twitch.tv'de yayın yapan kadınların rekabetçi dürtülerinin ve karşılaştıkları baskıların (Zorlu & Özkan, 2020) analizleri ön plandadır.

Ruberg ve Lark'ın (2020) yaptıkları çalışmada yatak odalarında canlı yayın yapan yayıncıların seçmiş oldukları mekanlar analiz edilmiştir. Çalışma, yayıncıların yatak odalarındaki canlı yayınlara odaklanarak popüler canlı akış platformu Twitch.tv'deki ev alanlarının görünümünü değerlendirmiştir. Bu alanların kasıtlı bir şekilde oluşturulduğu ve kadınların yatak odalarından yayın yapma olasılığının erkeklerden çok daha yüksek olduğu sonucuna ulaşan Ruberg ve Lark, bu farklılığı toplumsal cinsiyete dayandırmaktadırlar. Erkeklerin yatak odasında uzaklaşarak yayın yapması ön plandayken, kadınların "*Just Chatting*" kategorisinde yaptıkları yayınların çoğunun yatak odasında yapıldığı gözlemlenmiştir (2020, s.692).

Zorlu ve Özkan (2020) Twitch Türkiye'deki kadın yayıncılar üzerine yaptıkları çalışmada kadın yayıncıların bedenlerinin sunumuna, kıyafetlerine ve canlı yayın performanslarına yönelik oluşturulan eleştirilerin onların canlı yayın performanslarını etkilediğini belirtmişlerdir. Ataerkil iktidar yapıları ve baskı, Twitch Türkiye'nin erkek egemen ortamında mevcuttur. Bu nedenle, Zorlu ve Özkan'a göre bu tür eleştiriler ve Twitch.tv'deki ataerkil baskılar kadınların rekabetçi dürtülerini ön plana çıkarmaktadır. Bunlara ek olarak, yaptıkları görüşmelerde cinsel tacizin kadınlar için en büyük sorun olduğunu belirtmekle birlikte, kadınların giyimleri, vücut imajları, makyajları ve oyun performansları nedeniyle eleştirildiklerine ve bu eleştirilerin psikolojik şiddet boyutuna ulaştığına dikkat çekmektedir (2020, s.120).

3.2.7. Stratejik İletişim Bağlamında Twitch.tv

Twitch.tv ve stratejik iletişim literatürüne göz atıldığında ise stratejik ve efektif anlamda Twitch.tv platformunun bir araç olarak kullanımının farklı kişiler arası farklı etkileşim olanakları sağladığı (Woodcock & Johnson, 2019); pandemi döneminde çevrim içi eğitim ve öğretim sürecinde kullanıldığı (Pfeiffer vd., 2020); ve sanal arkadaşlıkların gerçek arkadaşlığa dönüştüren stratejik bir platform (Sheng & Kairam, 2020) olduğuna dair akademik çalışmalar yapıldığı anlaşılmıştır.

Woodcock & Johnson (2019) tarafından Twitch.tv'nin nasıl bir stratejik iletişim platformu olarak çalıştığının ve yayıncıların iyi bir iletişim kurması için ne gibi becerilere ihtiyaç duyduğunun etnografik çalışması yapılmıştır. Bu bağlamda, Twitch.tv'nin sağladığı benzersiz etkileşim olanaklarını performans, profesyonelleşme ve topluluk oluşturma kavramlarıyla birleştirerek, yayıncıların daha başarılı ve popüler olması için izleyicilerle kurduğu iletişimde özgün olmaları ve bu özgünlüğün onlara çeşitli fırsatlar oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

Diğer bir çalışmaya bakıldığında ise Pfeiffer vd. (2020) pandemi ile hızlı bir şekilde eğitim hayatının çevrimiçi alanlara taşınması ve bazı uygulamalı derslerin yapılamaması nedeniyle Twitch.tv'nin bu süreçte bir stratejik eğitici araç olarak kullanmasının önemi incelemiştir. Yaptıkları araştırmada sanat konusunda yayın yapan 3 farklı Twitch.tv kanalı incelenerek buradaki izleyiciler üzerinden bir odak grup çalışması yapılmış ve sonucunda da Twitch.tv'nin katılımcılarına mükemmel etkileşim olanakları sağlaması nedeniyle canlı dersler oluşturmak için iyi bir stratejik iletişim aracı olabileceği sonucuna varılmıştır (Pfeiffer vd., 2020 s.3510).

Bu alandaki diğer bir araştırmaya bakıldığında Twitch.tv'nin bir araç olarak kullandığı zaman sanal mecralarda kurulan arkadaşlığın gerçek arkadaşlığa doğru evrilmesine olanak tanıdığını görmekteyiz. Sheng ve Kairam, yaptıkları çalışmada popüler bir canlı akış hizmeti olan Twitch.tv'de kişisel ilişkilerin nasıl geliştiğini

keşfetmektedirler. Örneğin; Sheng ve Kairam, çevrimiçi toplulukların canlı yayın yoluyla nasıl gerçek hayattaki arkadaşlara dönüştüğünü inceleyerek, platform aracılığı ile iletişimin bu yararları nedeniyle, çevrimiçi ilişkilerin derinleştiğini ve genellikle gerçek arkadaşlığa dönüştüğü sonucuna erişmişlerdir (2020).

3.2.8. Yeni Yayıncılık Türü Bağlamında Twitch.tv

Şu ana kadar bilimsel literatürün çoğu, video oyunları, kullanım ve doyumlar, ekonomi politik ve e-spor dünyasıyla ilişkili bir fenomen olarak Twitch.tv'ye odaklanmıştır. Twitch.tv ve yeni yayıncılık türü bağlamında yapılan çalışmalara bakıldığında Twitch.tv'nin yeni izleme biçimleri ve izleyici özellikleri Spilker vd. (2018); yeni nesil yayıncılık (Dikmen, 2022) ve internet televizyonu (Villalonga Lozano, 2021; Toscano Martín, 2022); ve televizyon tüketiminin Twitch.tv üzerinden dönüşümüne (Gutiérrez Lozano & Cuartero, 2020) odaklanıldığı anlaşılmaktadır.

Son yıllarda medya araştırmalarının ana teması, televizyon ve radyo gibi geleneksel yayın medyasından sosyal medyaya ve akış hizmetlerine geçiş olmuştur. Spilker vd. (2018) yazdıkları makalede, "Twitch.tv'nin yeni izleme biçimlerini ve izleyici özelliklerini analiz ederek bu platformun sunduğu iki yönlü iletişim, görsel-işitsel yayın ve canlı sohbet kombinasyonunun televizyon izleyici araştırmalarında yer alan yerleşik kavramları hem nasıl zorladığını hem de nasıl yeniden canlandırdığını ele almaktadırlar (s.605).

Twitch.tv hakkında Türkçe literatüre bir diğer katkı ise Dikmen (2022) yılında "Televizyonun Değişen Yüzü: Twitch.tv ve Yeni Nesil Yayıncılık" başlıklı çalışmadır. Dikmen, sosyal medya ve internetin gelişmesini araştırarak sosyal medyanın canlı yayın özelliği kazanmasıyla birlikte canlı yayınların arttığını belirtmiş ve canlı yayınların "eş zamansızlık-etkileşim" özelliğine vurgu yaparak, "kullanıcıların hem yayını izlemesini hem de etkileşim kurmasının" önünü açtığını söyleyerek bu sayede yeni yayıncılık sisteminin önemi ve kullanımını araştırmıştır (s.34).

Villalonga Lozano (2021) yazdığı yüksek lisans tezinde Twitch.tv'nin sadece bir oyun izleme platformu olmadığına dikkat çekerek, Twitch.tv platformunun yeni bir İnternet televizyonu biçimi olarak kabul edilip edilemeyeceğini değerlendirmek için televizyona atfedilen akademik kavramları Twitch.tv uygulamalarıyla karşılaştırarak tartışmaktadır. İspanyolca literatürden diğer bir katkı da Toscano Martin'den gelmiştir. Toscano Martin (2022) yaptığı çalışmada gazetecilik üzerinden yeni bir internet televizyonu biçiminin rolüne vurgu yapmıştır. Yapılan bu çalışmada gazetecilik içeriğinin Twitch.tv'de uygulanması ve platforma uyarlanması yanı sıra platformun gazetecilik çalışmaları için sunabileceği potansiyel düzeyini incelemiştir. Martin'e göre, "mevcut gazeteciliğin ve haber yapımının yetersiz olması nedeniyle Twitch.tv'nin sunduğu izleyici ve yayıncının birbiriyle etkileşim kurma özelliği, yeni yayıncılık türünü ortaya çıkararak hem yeni yayıncılık türünün yayılmasına olanak sağlamış hem de gazetecilik/haber yapma görevlerini zenginleştirmesine olanaklar hazırladığı sonucuna ulaşıldığını" (2022, s.27) belirtmiştir.

İspanyol genç nüfusunun son on yılda televizyon tüketim alışkanlıklarını değiştirerek geleneksel kanallardan farklı içeriklere sahip yeni dijital platformlara (YouTube ve Twitch.tv) geçiş yaptığını belirten Gutiérrez Lozano ve Cuartero'nun 2020 yılında yaptıkları *"The rise of Twitch: New audiovisual offers and the transformation of Television consumption among young audiences"* adlı çalışmada Twitch.tv'deki yayıncıların yaptıkları canlı yayınların veya e-spor yayınlarının, büyük televizyon programları gibi dünya çapında milyonlarca kişi tarafından takip edildiğini, genç yaş grubunda olan kişilerin, özellikle televizyon olmak üzere geleneksel görsel-işitsel tüketimden giderek uzaklaştıklarını ve televizyon izleme kültürlerinin değişerek dijital platformlara yöneldiklerini (s.164), son olarak birçok içerik oluşturucunun bu platformda olmasından dolayı Twitch.tv platformunun nasıl giderek daha fazla genç kitleyi kendine çektiğini ve Twitch.tv'nin başarısının nedenlerini analiz etmişlerdir (s.166).

3.2.9. Siyasal İletişim Bağlamında Twitch.tv

Koronavirüs pandemisi siyasetçilerin canlı akış platformlara doğru eğilimini daha da artırmış ve bu dönem yüz yüze etkinliklerden canlı akışa eşi görülmemiş bir geçişle sonuçlanmıştır. Bir hizmet olarak Twitch.tv, önceki araştırmalarda, Twitch.tv'nin genel ekosistemini, teknik yapısını ve özelliklerini inceleyen çeşitli çalışmalarla incelenmiştir, ancak Twitch.tv'nin araçları ve hizmetleri, Twitch.tv'nin farklı kullanıcıları (izleyiciler ve yayıncılar) için farklı anlamlar taşımaktadır. Özellikle siyasetçilerin bu alana girmesiyle birlikte farklı yayıncı ve izleyici kitlesinin Twitch.tv'de yer aldığı ve siyasal iletişim konusunun konuşulabileceği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda siyasal iletişim ve Twitch.tv ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, canlı akış platformlarının sağladığı olanaklara, yeni medyada siyasal iletişim, siyasal farkındalık ve kampanya sürecinde ikna (Yu vd., 2023; Yu & Chen, 2020; Cuenca Aliaga, 2021; Miranda, 2021; Aktepe & Durukan, 2022); siyasetçilerin canlı akış platformlarını kullanması, etkileşim kurması ve propaganda (Cerqueira-Sobrino, 2020); politik bir platform olarak Twitch.tv ve siyasi oyun “*AmongUs*” (Stanfill vd., 2021; Lark, 2021); siyasi aktivizm ve Twitch.tv (Ruiz-Bravo vd., 2022) konularının çalışıldığını ve literatürde siyasal iletişim ve Twitch.tv hakkında yeterli sayıda çalışmanın olmadığını görmekteyiz.

Vatandaşlar, siyasi içerik için canlı akış platformlarını giderek daha fazla kullandıkça, politikacıların siyasi kampanyalar yürütmek için canlı akış platformlarını kullandığını ifade eden Yu & Chen'in (2020) yaptıkları çalışmada, e-politika bağlamında kullanıcıların yaygın olarak kullanılan canlı akış platformlarında -Twitch.tv'de- ikna sürecini nasıl algıladıklarını ve algılanan ikna edici olanakların onların siyasi farkındalıklarını nasıl beslediğini ve siyasi katılımlarını nasıl teşvik ettiğini incelemiştir (s.2). Yu vd., (2023) yaptıkları diğer çalışmada, 2020 ABD başkanlık seçimlerinde politikacılar ve siyasi partilerin kampanyalar yürütmek ve destekçilerine ulaşmasını baz almıştır. Makalenin temel amaçları, siyasi canlı yayın bağlamında canlı yayın platformlarının üzerinde siyasi ikna olanakları belirlemek ve bu tür olanakların gerçekleştirilmesinin siyasi farkındalığı nasıl beslediğini ve siyasi katılımı nasıl teşvik

ettiğini keşfetmek, canlı akış ve e-politikaya önemli teorik katkılar sağlamaktır (Yu vd., 2023 s.10). Cuenca Aliaga'nın (2021) yazdığı tez çalışması, Twitch.tv ve siyasal iletişim bağlamında yapılan en önemli çalışmalardan biridir. Bu tezde, Twitch.tv platformunu, hedef kitlesini, geçmişini ve son dönemlerdeki büyümesini, bir ölçüde de kullanımını teşvik eden mevcut pandemi durumunu; Twitch.tv platformunun, siyaseti gençlerle buluşturma amacını gerçekleştirmede önemli potansiyeller barındırdığı keşfedilerek Amerikalı kongre üyesi Alexandria Ocasio-Cortez ve gazeteci Emilio Doménech'in gençlerle iletişim kurarken bu potansiyelleri nasıl kullandıklarını tartışmaktadır.

Miranda (2021) yaptığı çalışmada, İspanya'da önemli siyasi partilerinin genç vatandaşlara ulaşmak için Twitch.tv ve TikTok platformlarını kullanıp kullanmadığının analizini yapmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, siyasi partilerin gerçekten de gençlerle iletişim kurmak için Twitch.tv ve TikTok'u kullandığını ortaya koymaktadır. Yalnızca Más Madrid ve VOX tarafından Twitch.tv kullanımının olduğu; bununla birlikte, TikTok söz konusu olduğunda, en önemli İspanyol siyasi partilerin çoğunun TikTok kullandığı ifade edilmektedir. Twitch.tv üzerinde derinlemesine bir analiz yapıldığında ise, İspanyol siyaset sahnesinde söz konusu platformda hesabı olan tek bir siyasi partinin VOX olduğu gözlemlenmiştir (Miranda, 2021 s.15). Aktepe ve Durkan (2022) tarafından yapılan çalışmada ise sosyal medyanın özellikle de Twitch.tv ve YouTube'un siyasal pazarlama stratejileri sürecinde yeni oy kullanacak Z kuşağına mensup bireylerin üzerinde etkisi olup olmadığı araştırılmaktadır. Araştırmanın sonucunda Twitch.tv'nin diğer sosyal medya platformlarıyla bütünleşmiş şekilde kullanılarak Z kuşağı ya da ilk defa oy kullanacak bireylere ulaşmada siyasal pazarlama iletişimi açısından önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır (Aktepe & Durkan, 2022 s.32).

Cerqueira-Sobrino (2020) tarafından yazılan makalede, bir eğlence alanı olarak Twitch.tv'nin bir propaganda ve siyasal iletişim aracına nasıl dönüştüğü, politikacılar ve adayların daha önce kullanılmayan kanallar aracılığıyla yeni ve genç izleyicilere nasıl ulaştığı, Amerikalı siyasi figürün- Alexandria Ocasio-Cortez- bu platformu nasıl kullandığı ve ABD seçim döneminde nasıl popüler olduğu gözden geçirilmektedir (s.1).

“*AmongUs*” oyununun siyasi sohbe dahil edilmesi, Twitch.tv'nin siyasi bir platform olarak kullanımının ve bu tür oyun-siyasal iletişim arasındaki ilişkinin öneminin 2020 yılında popüler haline geldiğini dile getiren Stanfill ve arkadaşlarının (2021) yaptıkları çalışmada, bir siyasi ve bağış toplama platformu olarak Twitch.tv'de Ocasio-Cortez'in canlı yayın açarak *AmongUs* oynamasının ve oynarken siyasi konulara değinmesinin analizini sunmaktadırlar (s.2). Bu konu hakkında Lark (2021) tarafından yapılan bir diğer çalışmada 2020 ABD seçim dönemi ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Covid-19 salgını sırasında Demokrat Parti politikacıları Alexandria Ocasio-Cortez ve Ilhan Omar tarafından Twitch.tv'de *AmongUs* oynanması ve oyun içerisindeki konuşmalara ve yazışmalara odaklanılarak, siyasi canlı yayınların bir platform, söylem ve metinsel analizi sunulmaktadır. Yazar aynı zamanda, Twitch.tv gibi canlı yayın yapmaya imkân tanıyan platformların, yalnızca siyasi mesaj ve içeriğin iletilmesi için değil, aynı zamanda siyasi seçmenler ve vatandaşlarla etkileşim altyapısı için de önemli siteler haline geldiğini belirtmektedir (Lark, 2021 s.1).

En başta a-politik bir alan olarak Reddit, Twitch.tv ve Discord gibi dijital platformların siyasallaşması ve bu tür bir siyasallaşmanın nasıl tezahür ettiği hakkında çok az çalışma olduğunu belirten Ruiz-Bravo ve diğer araştırmacıların (2022) yaptıkları çalışmada, oyun topluluğuyla ilişkili bir canlı akış platformu olan Twitch.tv'de siyasallaşma sürecini Twitch.tv'nin merkezi bir özelliği olan canlı sohbe odaklanarak incelemişlerdir (s.3171). Toplumsal olaylar karşısında insanların giderek artan bir şekilde siyasi konuşmalar ve eylemlerde bulunmak için Twitch.tv'de yöneldiğini ve dünyanın her yerinden politikacılar ve hatta devlet kurumlarının bu platformda genç seçmenlere ulaşmak için girdiğini belirtmektedirler (s.3172).

3.3.Bulgular ve Genel Değerlendirme

3.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu çalışmaya katılan tüm katılımcıların isimleri gizli tutularak yaşları 18 ile 24 arasında değişen 31 katılımcıyla (22 erkek, 9 kadın) çevrimiçi derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen bulgular yorumlanırken katılımcılar "K1, K2, K3 vb." ve "Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3 vb." şeklinde kullanılmıştır. Katılımcı sayısı belirlenirken Twitch.tv'nin global anlamdaki kadın-erkek kullanıcı oranına (%80 Erkek, %20 Kadın) uygun bir oran baz alınarak (Clement, 2023; SimilarWeb, 2023) 22 erkek ve 9 kadın katılımcıyla görüşülmüştür.

Katılımcıların yaşları incelendiğinde ise 1 kişi, 24 yaşında olup daha önceki seçimlerde maddi sebepler nedeniyle memleketine gidip oy kullanamadığını ifade etmiştir. Geriye kalan 30 katılımcıdan 1 kişi 22 yaşında; 5 kişi 18 yaşında; 7'ser kişi 19 yaşında ve 21 yaşında, son olarak 10 katılımcı 20 yaşında olup daha önce oy kullanmamışlardır. Bu anlamda, katılımcıların yaş dağılımı örneklem nedeniyle 18-24 yaş aralığı içinde olup, Twitch.tv'nin global anlamda aktif olarak en çok kullanan yaş kitlesinin içindeki kitleyi ifade etmektedir (SimilarWeb, 2023).

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında, 27 katılımcının 4 senelik lisans öğrencisi olduğu ve farklı bölümlerde okudukları, 1 öğrencinin lise eğitimine devam ettiği; diğer 1 öğrencinin açık öğretim üniversite öğrencisi olduğu; 1 katılımcının lise mezunu olduğu ve üniversite sınavına hazırlandığı, son katılımcının ise lisans mezunu olduğu belirtilmiştir.

31 katılımcının 22'sinin sadece eğitim hayatına devam ettiği ve çalışmadığı; kalan 9 kişiden 8'inin yarı zamanlı olarak özel şirketlerde, "freelance" olarak belli zamanlarda farklı işlerde ve diğerlerinin okuduğu okullarda kısmi zamanlı öğrenci olarak çalıştığı ve 1 katılımcının ise tam zamanlı olarak bir özel şirkette çalıştığı ifade edilmiştir.

Çalışmaya katılan tüm katılımcıların demografik bilgilerine (Cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve istihdama katılım) aşağıda belirtilen Tablo 2.1.'den ulaşılabilmektedir.

Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	KATEGORİLER	KATILIMCI SAYISI (n:31)
Cinsiyet	Kadın	9
	Erkek	22
Yaş	18	5
	19	7
	20	10
	21	7
	22	1
	23	-
	24	1
Eğitim Durumu	Lise Öğrencisi	1
	Lise Mezunu- Üniversite'ye Hazırlık Süreci	1
	Lisans Öğrencisi	27
	Lisans Mezunu	1
	Açık Öğretim Öğrencisi	1
İş durumu	Tam Zamanlı	1
	Yarı Zamanlı – Kısmi Zamanlı- <i>Freelance</i>	8
	Çalışmıyor	22

3.3.2. Katılımcıların Twitch.tv Kullanımı ve Üyelik Süreleri

Katılımcıların Twitch.tv'de geçirdikleri süre kategorilerine bakıldığında, katılımcılar günlük olarak farklı süre aralıklarında Twitch.tv içeriklerini izlemektedirler (Tablo 2.2.). 31 katılımcıdan 11 tanesi günlük "1 saat ve aşağısı" Twitch.tv'de içerik tükettiklerini; geriye kalan 20 katılımcıdan 8'i günde "1-2 saat"; 6'sı günde "2-3 saat"; 4'ü günde "3-4 saat"; 1'i günde "4-5 saat" ve son katılımcı da günde "5 saat ve üstü" Twitch.tv'de zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 2.2. Katılımcıların Günlük Twitch.tv Kullanım Süreleri

Twitch.tv’de Geçirilen Süre	SÜRE KATEGORİLERİ – GÜNLÜK	KATILIMCI SAYISI (n:31)
	1 Saat ve aşağısı	11
	1-2 Saat	8
	2-3 Saat	6
	3-4 Saat	4
	4-5 Saat	1
	5 saat ve üstü	1

Diğer yandan, katılımcıların Twitch.tv platformuna katılma ve izlemeye başlama süreleri incelendiğinde ise 31 katılımcıdan 21 tanesinin 5 seneden fazladır bu platforma üye olduğu ve düzenli bir şekilde yer aldığı, bu 21 katılımcının 12 tanesinin 7 yıldan uzun süredir platforma üye olduğu ifade edilmiştir. Geriye kalan 10 katılımcı ise 1 ile 3 sene arasında bu platformu kullandığını belirtmiştir (Tablo 2.3.)

Tablo 2.3. Katılımcıların Platforma Üyelik Süreleri

Platforma Üyelik Süreleri	SENE	KATILIMCI SAYISI (n:31)
	1	1
	2	5
	3	4
	5	6
	6	3
	7 Yıl ve üstü	12

3.3.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Twitch.tv İzleme Sebepleri

- Sosyal Medya Kullanım Sebepleri

Bu tezdeki katılımcıların sosyal medya kullanımları, bir başka deyişle çevrimiçi davranışları analiz edildiğinde, tezin konusu olan “Twitch.tv” haricinde YouTube, Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, Discord, Reddit ve Ekşisözlük gibi sosyal medya platformlarını birbirinden farklı amaçlar doğrultusunda aktif bir şekilde kullandıkları görülmektedir.

Farklı sosyal medya platformlarından Youtube'a bakıldığında, katılımcılar genel anlamda Youtube'u, kişisel anlamda ilgili olunan bir konuda yeni şeyler öğrenmek, eğlenmek, vakit geçirmek ve kişisel ilgi için tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Bir katılımcı;

"Yani Youtube'u son zamanlarda daha çok bilgilenme amaçlı kullanmaya başladım ama öncesinde işte oyun videoları tarzı şeyler izlediğim oluyordu. Bölümünden dolayı uluslararası ilişkiler yani o tarz uluslararası konular hakkında bilgiler alıyorum" (K8, 08.04.2023) şeklinde Youtube'u eğitim ve bilgi alma amacıyla kullanırken, diğer bir katılımcı ise;

"Youtube'dan da işte ne bileyim yayın kesitleri olsun, haberleri Youtube'dan takip ediyorum. Mesela parti başkanları bir yere çıktığında Youtube'dan izliyorum" (K18, 10.04.2023) şeklinde ifade ederek, Youtube'u aslında televizyon işlevinin yerine geçen bir platform olarak kullandığını belirtmiştir.

Diğer bir katılımcı ise Youtube'u hem dil eğitimi hem de eğlence amacıyla kullandığını;

"Youtube'u daha çok vakit geçirmek için, yani şey yabancı dilde içerikleri izlemek için kullanıyorum yani hem dil öğrenmek için hem de genel olarak eğlenceli videolar izlemek için" şeklinde ifade etmiştir (K13, 09.04.2023).

Katılımcılar tarafından sıklıkla kullanılan diğer bir sosyal medya platformu olan Twitter'ın kullanılma sebeplerine bakıldığında, bu platformun çoğunlukla toplumda meydana gelen ekonomi, siyasi ve toplumsal gelişmeleri yakından takip etmek için kullanıldığı aşağıdaki gibi ifade edilmiştir;

"Günlük olan tüm olayları diyebilirim. O gün ne varsa, haberleri daha anlık takip edebildiğimi düşünüyorum orada. Hem daha hızlı bir akış var. Güncel kalabiliyorsun" (K25, 06.04.2023); diğer bir kullanıcı bir önceki kullanıcının cümlesini destekleyerek;

"Twitter'ı kullanma amacım daha doğru haberlere ve paylaşımlara, toplumsal anlamda ve siyasi anlamdaki haberlere ulaşabilme amaçlı" (K26, 07.04.2023) kullandığını belirtmiştir.

Twitter kullanan diğer bir katılımcı ise bu platformu hem haberleşme hem farklı perspektiften olayların nasıl yorumlandığını görmek hem de kendi düşüncelerini paylaşma amacıyla kullandığını;

"Twitter'ı günlük haberleşme üzerine ve fikirlerimi beyan etme açısından kullanıyorum. O gün görmüş olduğum bir habere yapılan"

yorumları, farklı gözler tarafından nasıl karşılandığını görüyorum” (K2, 05.04.2023) cümlesiyle ifade etmiştir.

Katılımcıların çoğunlukla kullanmış oldukları diğer sosyal medya platformlarından birisi de Instagram’dır. Katılımcıların çoğunluğu Instagram’ı arkadaşlarıyla etkileşim kurmak, yeni insanlar tanımak, içerik üretmek, haber ve gündem takibi için kullandıklarını;

“Hem haberleri takip ediyorum Instagram’dan hem de arkadaşlarımla takipleştiğim için arkadaşlarım neler yapmış onları görüyorum” (K15, 09.04.2023) şeklinde belirtirken, bu ifadeyi diğer bir katılımcı;

“Instagram’ı kullanma sebebim içerik üretiyor olmam orada. Reels videoları hazırlıyorum amatör olarak, bir yandan da arkadaşlarımla takipleştiğim için onlarla da görüşüyor oluyorum bir yandan, hayatlarını takip etme şansım oluyor” (K2, 05.04.2023) cümlesiyle destekleyerek platformun sosyal etkileşim için kullanıldığını göstermektedir.

Buna ek olarak diğer bir katılımcı ise, yukarıdaki ifadelerin dışında Instagram’ı gündem takibi ve mizahi unsurlar barındırdığı için kullandığını;

“Instagram’da genelde gündemi Instagram’dan takip ediyorum açıkçası. Orayı daha çok gündemi takip etmek için ya da ne bileyim biraz daha eğlence amaçlı mizahi postlara bakıyorum” (K4, 06.04.2023) şeklinde belirtmektedir.

Katılımcıların görüşme sırasında sosyal medya tercihlerini ifade ettikleri bir diğer sosyal medya platformu ise Facebook’tur. Fakat, çok az sayıdaki katılımcı Facebook’ta haberlere daha hızlı bir şekilde ulaştığını;

“Facebook bazı gruplar var bildiğiniz üzere, siz de biliyorsunuzdur. O gruplardan aynı şekilde yine haberlere en erken artık günümüz medyasına göre internetten ulaşıyoruz, o tarz gruplardan, hani haberlere ulaşmak için” (K15, 09.04.2023) cümlesiyle ifade ederken;

Discord kullanan az sayıdaki diğer katılımcılar incelendiğinde ise bir katılımcının Discord’u tamamen;

“Oyun oynarken görüşmek için, bazen arkadaşlarla işte yine sohbet, başka sosyal medyalardan gördüğümüz şeyleri paylaşmak için” (K27, 06.04.2023) kullandığı görülmektedir.

Katılımcılardan bazıları, Ekşisözlük’ü genel anlamda “*Siyaset ve gündem amacıyla*” (K14, 09.04.2023) ve TikTok’u ise çoğunlukla “*Eğlence için*” (K31, 11.04.2023) kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunlara ek olarak Reddit’e bakıldığında ise bir katılımcı bu platformu birçok amacını gerçekleştirmek için kullandığını;

“Gerçekten hani eskiden internette sörf yapmak deniyordu ya o amaçla kullanıyorum. Bir şeyler öğreniyorum, bazen bir şey izliyorum, bazen dünya haberlerinden haberdar oluyorum, bazen yeni bir şey öğrendim de onunla alakalı, konu hakkında daha çok bilgi sahibi olmaya çalışıyorum” (K12, 08.04.2023) belirtirken, diğer bir kullanıcı ise bu platformu;

“Yine mizahi öğeler ve siyaset için kullanıyorum ama genelde mizah ağırlıklı orada siyaset çok yok. Şöyle ki topluluklar var orada, her konudan topluluk bulabilirsin. Siyasi topluluklar da var ama ben genelde böyle mizahi şeylerin döndüğü topluluklardayım. Tabii ki ister istemez politikaya siyasete kayıyor ama genelde az bulunuyor” (K11, 08.04.2023) cümleleriyle betimleyerek hem mizah hem de siyasi amaçlarını gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

- **Twitch.tv İzleme Sebepleri**

Bu tezin ana fikrini oluşturan Twitch.tv platformunun kullanım nedenlerine bakıldığında, katılımcıların birbirlerinden çok farklı motivasyonlarla bu platformu kullandıkları anlaşılmaktadır (Tablo 2.4.). Katılımcıların Twitch.tv izleme sebepleri genel olarak eğlence, zaman geçirme, gündem takibi, bilgi edinme, etkileşimde bulunma, siyasi konuşmaları takip etme, e-spor yayınlarını izleme ve yayıncılara bağlılık gibi kategorilere ayrılmaktadır.

Tablo 2.4. Katılımcıların Twitch.tv İzleme Sebepleri

Twitch.tv İzleme Sebepleri
Eğlence ve Vakit Geçirmek
Gündem Takibi ve Bilgi Edinme (Ekonomik, Siyasi ve Toplumsal Gelişmeleri)
Etkileşim Kurmak
E-spor Yayınlarını Takip Etmek
Yayıncılara Bağlılık

Görüşmede yer alan katılımcıların bazıları Twitch'i eğlence ve vakit geçirmek amacıyla kullandığını ve kendi ilgilerine göre içerik tükettiklerini ifade etmişlerdir. Bu anlamda katılımcılardan K12, bu platformu kendi ilgi alanına göre daha kapsamlı ve sansürsüz içerikler bulmasından dolayı izlediğini ve eğlendiğini şu şekilde ifade etmiştir;

“Eğlence diyebilirim... Bizim jenerasyonda biliyorsunuz çok televizyon izleyen insanlar yok. Yani var ama daha azınlıkta önceki jenerasyonlara göre. Bizim ilgi alanlarımıza, daha doğrusu benim ilgi alanlarıma daha çok hitap eden içerikler bulunduğu için Twitch izliyorum. Çok sansür olmadan benim ilgi alanıma yönelik içerikler bulabildiğim için” (K12, 08.04.2023).

Katılımcı12'nin bu açıklamasını destekleyen bir diğer açıklama ise katılımcı Katılımcı25'ten gelmiştir. K25, Twitch.tv izleme sebeplerinin eğlence ve boş vakit aktivitesinden oluştuğunu şu şekilde belirtmiştir:

“Orada daha çok aslında eğlence amaçlı ve daha fazla sanki kafa dağıtmak için, dikkat dağıtmak için ve iyi bir platform olduğunu düşünüyorum” (K25, 06.04.2023).

Diğer katılımcıların sebeplerine ek olarak diğer bir kullanıcı ise hem eğlence hem de siyaset için Twitch.tv'yi izlediğini;

“Twitch'i ağırlıklı olarak yani eğlence için kullanıyorum ama siyaseti de takip ediyorum. Siyaset için şöyle daha samimi geliyor. Oradaki insanlar canlı yayın platform olduğu için direkt anlık olarak sadece 2-3 saniye gecikmeyle duyularını şey yapabiliyorum mesela ve ağırlıklı olarak da genç kesim olduğu için daha çok bana hitap ediyor diyebilirim daha eğleniyorum” (K19, 10.04.2023) şeklinde yorumlamıştır.

Seneler içerisinde katılımcılardan bazılarının Twitch.tv izleme sebeplerinin eğlence ve oyun yayınlarından siyaset yayınlarına doğru kaydığını görmekteyiz ve bu dönüşüm aslında Twitch.tv platformunun daha da politize olmasına yol açmıştır. Geçmişte yaşları küçük olan ve sadece oyun yayınları izleyen kitle, yaşları büyüdükçe ve toplumsal-siyasi ve ekonomik gelişmelerin ışığında git gide daha da siyasetin içerisinde yer almıştır. Çünkü, bu platform üç özelliğe dayanmaktadır: yakınlık, etkileşim ve belirli bir tutku etrafında video oyunları, spor, kripto para birimleri veya politika ile ilgili olabilecek bir topluluk oluşturmaktır (Iranzo-Cabrera & Casero-Ripollés, 2023 s.3). Bu platformu kullanan gençlerin de ilgileri süreç içerisinde değiştiğini ve daha önce sadece oyun

yayınları izleyen belli bir kitlenin artık platformda e-spor yayınları izliyor olsalar bile yukarıda belirtilen kategoriler dışında genel anlamda siyaset ve gündemi tartışan kanalları takip ettiklerini görmekteyiz. Bu süreci, Katılımcı 11 şu şekilde açıklamaktadır;

“Twitch’i genelde zaten oyun tabanlı bir platform ben de zaten ilk başlarda oyun yayınları izlemek için hesabımı açmışım sonra böyle kullandıkça karşına farklı kanallar da çıkıyor burada. Jahrein sonra Purplebixi, Taylan Yıldız gibi kanalları keşfettim. Bunlar da siyasi içerik üretiyorlar. Yani böyle, Türkiye’de zaten artık apolitik olmak çok zor bu yüzden siyaset ilgisi başlayınca ben de bunları seyretmeye başladım öyle” (K11, 08.04.2023).

Katılımcı 28’in de Twitch.tv izleme sebebinin zaman içerisinde değiştiği;

“Açıkçası Twitch.tv öncesinde sadece böyle eğlence amaçlı izlemeye başlamışım daha sonrasında da yine seçim gündemi falan geldiği zamanlar siyasi yayınların da yapıldığını gördüm ve sonra da haber izlemek daha ilgi çekici geldi açıkçası ve işte onları izlemeye başladım. Çünkü hem böyle yayıncılar yanlış haberleri farklı açıyorlar, daha doğru şeyler gösteriyorlar sonradan siyasiler de çıkmaya falan başladı hani daha bizim dönemden beri başladığı için öyle izledim” (K28, 08.04.2023) ifadelerinde görülmektedir.

Katılımcı 29’u destekler nitelikte olan katılımcılardan K10 ve K3, Twitch.tv izleme sebeplerindeki dönüşümleri şu şekilde ifade etmişlerdir;

“Zamanla değişti bunlar önceki yıllarda daha çok sadece eğlence amaçlıydı bu kadar politize değildik. Zaten gençlik olarak zaten yaşamızda el vermiyordu. Kendim ve akranlarım için konuşuyorum şu an daha sonrasında bu bir tık değişti, evrildi. Daha politize zaten şu an içinde bulunduğumuz durumda seçime çok yakınız. Şu an o yüzden Twitch’i herhangi bir oyunu izlemek için böyle bir vaktim yok benim için şey yapıyordum işte siyasi bir şey olduysa ya vaktim varsa onun özetini izlerim ya da izlemeye çalışırım” (K10, 08.04.2023) ve “Eskiden oyun amacıyla izliyordum aslında halen oyun amaçlı izliyorum ama günümüzde daha çok siyasi amaçlarla, Haskoloğlu gibi, Cavs gibi veya ara sıra Jahrein’in yayınlarını izlemek amacıyla kullandığım oluyor” (K3, 05.04.2023).

Son olarak, siyasi yayınları ve gündemi takip eden bir diğer katılımcı ise bu platformu çoğunlukla başka görüşleri ve yorumları öğrenerek, toplumda meydana gelen bir olayı hem kendi açısından hem de başka kişiler açısından anlamak için kullandığını belirtmiştir:

“Öncelikle siyasi yayın yapanlardan yine başlayacak olursam, yayıncılar genel manada Twitch’i açıyorlar ve o gün sabahdan akşama kadar

yayınlanmış olan haberleri ve gündemi kendi yorumlarıyla değerlendiriyorlar. Dolayısıyla kendi açımdan daha öncesinde değerlendirmiş olduğum bu gündemi tekrardan bir başkasının bakış açısıyla görmek bana çok verimli geliyor ve kendi düşüncelerimi de katkı sağlıyor ve ben daha çok kendi düşüncelerimle karşımdaki tarafın düşüncelerini karşılaştırma amaçlı kullanıyorum diyebilirim” (K26, 07.04.2023).

Katılımcılar Twitch.tv platformunda diğer sosyal medya platformlarına göre göreceli olarak daha az zaman geçirdiklerini, Twitch.tv’yi gündem sohbetleri ve siyasi yorumları takip etmek için izlediklerini şu şekilde belirtmişlerdir:

“Twitch’te benim takip ettiğim birkaç kanal var. Onların özellikle hani siyasi yorumlarını veya gündem sohbetlerini takip etmeyi seviyorum” (K1, 05.04.2023) ve diğer bir katılımcı ise;

“Çok nadir olmakla birlikte Türk yayıncıların gündemle ilgili yaptığı yayınlar da oluyor eğer izlemem gerektiğini düşünüyorsam, yani çok fazla yapmıyorum ama mesela işte milletvekili adayı ya da işte Büyükşehir Belediye başkanının yaptığı bir yayın oluyorsa onları izliyorum” (K29, 09.04.2023).

Bu açıklamalara ek olarak, katılımcıların hepsi 18-24 yaşındaki bireyler olmaları ve geçmişten gelen Twitch.tv kültürüne hâkim olmaları sebebiyle bu platformda diğer izleyicilerle etkileşim kurmak, iletişime geçmek ve gündem takibi amacıyla bu platformu kullandıklarını Katılımcı 13:

“Son bir aydır falan bayağı izliyorum bunun sebebi de fransa’da yaşıyorum ve çok fazla arkadaşım yok yani başka bir ülke olduğu için falan. O yüzden Twitch.tv’deki muhabbet sohbet falan hoşuma gidiyor hani biraz daha hani kendimi yalnızlıktan kurtarıyor diyeyim hem de bence yani purplebixi falan izliyorum hani gündemden kopmamış ve hani tam olarak tarafsız olmasa da hani her tarafı eleştirilen gazetecilerden dinlemek falan hoş oluyor yani” (K13, 09.04.2023) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer bir katılımcı K20 ise, Twitch.tv’nin *chat* kısmını kullanarak insanlarla sohbet ettiğini ve K13’ün paylaşmış olduğu gibi artık gündemi takip etmek için bu platformda yer aldığını ifade etmiştir:

“Twitch benim için, ilk başlarda girdiğim zamanlar için konuşayım, tamamen hani bir kaçış yeri oldu benim için. Çünkü orada oyun oynayan insanlarla muhabbet etme imkânın oluyor. Böylelikle dünyadan kopmuş oluyorsun. Yani o açıdan benim için iyi. Çünkü hem sevdiğin bir yayıncı var karşında onunla sohbet ediyorsun hem de sevdiğin bir oyunu izlemiş oluyorsun. Benim için genel amacı oydu fakat son dönemlere doğru artık o

da haber almaya doğru kaydı biraz. Yani oyundan çıktı biraz artık işte ülkeden haber alma platformuna dönuştü” (K20, 10.04.2023).

Bu ifadelere ek olarak, platformu sadece başkalarıyla etkileşim kurmak ve iyi zaman geçirmek için kullandıklarını ifade eden katılımcıların da olduğu anlaşılmakta ve katılımcılardan K31 bu platformu:

“Bazen oturup gerçekten bir şeyler izlemek için çok rahat kullanılabilen bir yer ve dediğim gibi hani içerik üreten kişiyle çok daha direkt birebir bir etkileşimde bulunabilmek” (K31, 11.04.2023) için tercih ettiğini ve kullandığını belirtirken, diğeri bir kullanıcıda K31’in düşüncelerini destekleyerek;

“Buradaki insanlar genellikle zaten halihazırda çevremizdeki insanlardan oluyor ve cana yakın oluyor çoğunlukla. İşte herkesten bin bir tür insan var ve herkes kendi sevdiği kişinin konuşma tarzını sevebiliyor, oynayış tarzını sevebiliyor, sohbet-muhabbet ortamı oluşuyor ve güzel vakit geçiriyorum o yüzden” (K21, 10.04.2023) kullandığını söylemektedir.

Twitch.tv platformunun popüler olmasının altında yatan en temel etmenin e-spor kültürünün dünyada git gide popüler olması ve buna bağılı olarak e-spor oyuncularının yaptıkları canlı yayınlar için Twitch.tv’yi kullanmalarının platformdaki izleyicilerin oyun yayınlarını izlemeye ve bu yayınları izleyen insanlarla etkileşim kurmalarını sağlaması olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda 3 katılımcı, bu platformu oyun yayınlarını izlemek ve aynı şekilde diğeri izleyici ya da yayıncıyla etkileşime geçmek için kullandıklarını aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir:

“Twitch’i ben genelde E-spor maçlarını izlemek için veya 1-2 tane sevdiğim yayıncının muhabbetine bakmak için kullanıyorum” (K7, 07.04.2023).

“İlk Twitch izlemeye başladığımda daha çok işte gaming- bilgisayar oyunu oynadıkları yayınları izliyordum. Daha çok şey arkadaşlarım bundan bahsetmişti, oradan duymuştum ve şey özelliğı hoşuma gidiyordu canlı yayın olduğı için yayıncıya işte chat’te yazdığında kendisi de görebiliyordu ve işte bir iletişim kurabiliyordum o kişiyle, o hoşuma gidiyordu” (K30, 10.04.2023).

“Twitch’te yayın yapıyorum. Hem yayıncıyım hem de yayını takip ettiğim bazı şeyler var işte yayıncılar. Ya ben küçüklüğümden beri aslında belli şeyleri takip ediyorum, yayıncıları. Onun sebebi de ya hem oyun oynamaları hoşuma gidiyor, bazılarını oyun videoları için takip ediyorum bazılarını da ya konuştukları-bahsettikleri şeyler hoş geliyor bana, ufuk açıcı buluyorum bazen. Ya da onlardan öğrenebileceğim bir şey olduğunu düşünüyorum. O yüzden takip ediyorum yani sadece konuşma kanallarını o yüzden takip ediyorum” (K23, 05.04.2023).

Bir katılımcı ise Twitch.tv platformunu, platformun sağladığı özellikler ve olanaklar için kullanmadığını daha çok yayıncılara olan bağlılığı ve onlarla kurduğu ilişki nedeniyle kullanmayı tercih ettiğini;

“Beni orada tutan şeyler kişiler, takip ettiğim insanlar. Yani bugün işte Jahrein olsun Purplebixi olsun veya işte diğer takip ettiğim yayıncılar olsun başka bir yerde Youtube'da falan yayın açarlarsa ya da bazen Çin platformlarından da teklif geliyor; oraya geçerse ben de oraya geçerim. Twitch'in platform olarak beni tutmasının bir sebebi yok, tek sebebi yayıncılar” (K6, 07.04.2023) cümleleriyle ifade etmiştir.

Son olarak, bu çalışmaya katılım sağlayan görüşmecilerin diğerlerinden ayrılan Twitch.tv izleme motivasyonlarından bir diğeri ise, platformun geleneksel medya araçlarından televizyonun sağladığı canlı yayın özelliği ile ön plana çıkmasıdır. Gençlerin artık televizyon karşısında değil, çoğunlukla sosyal medya platformlarında zaman geçirdiğini düşündüğümüzde katılımcılardan K22, K17, K5 ve K27 Twitch.tv'yi televizyonun sağladığı canlı akış özelliğinden dolayı izlediğini aşağıdaki cümleleri ile ifade etmişlerdir;

“Yani haber izlemek yerine televizyonu açıp bir haber kanalı izlemek yerine Twitch'ten izliyorum” (K27, 07.04.2023).

“Twitch'i izlememin sebebi televizyonlarda genel olarak gündem biraz yanlış anlatıldığı için twitch'te bunu bence yansız anlatan birçok kanal var. Oradan takip edebilmek için gündemi twitch kullanıyorum. Arada sırada da oyun içeriği üreten yayıncıları izliyorum ama genel olarak siyaset ve gündem” (K22, 11.04.2023).

“Canlı yayında bir aslında buluşma platformu. Canlı yayında hani takip edilebilmesi yüksek oluyor çünkü diğer sosyal medya uygulamalarında bu kadar canlı yayın açıp birebir o kadar olmuyor bence. Daha rahat bir ortam ve hani Twitch yayıncıları genelde biraz daha bizden biriymiş gibi oluyor ve bizim adımıza biraz da oradalar gibi oluyor siyasi kişilere karşı mesela” (K17, 09.04.2023).

“İşte akşam eve geliyoruz yani zaten garanti bilgisayarın başına oturuyorum. %100 canlı yayın açıyorum. Bir ses oluyor yani bence bizim jenerasyonda televizyonun yerini karşılıyor biraz tabii Twitch'i keşfedenler için” (K5, 06.04.2023).

Yukarıdaki katılımcıların belirtmiş oldukları fikirlere istinaden katılımcıların bu platformu farklı sebepler nedeniyle kullandıkları, genel anlamda ekonomi, siyasi ve toplumsal gündem konu başlıklarının tartışılması nedeniyle bu platformu takip ettikleri,

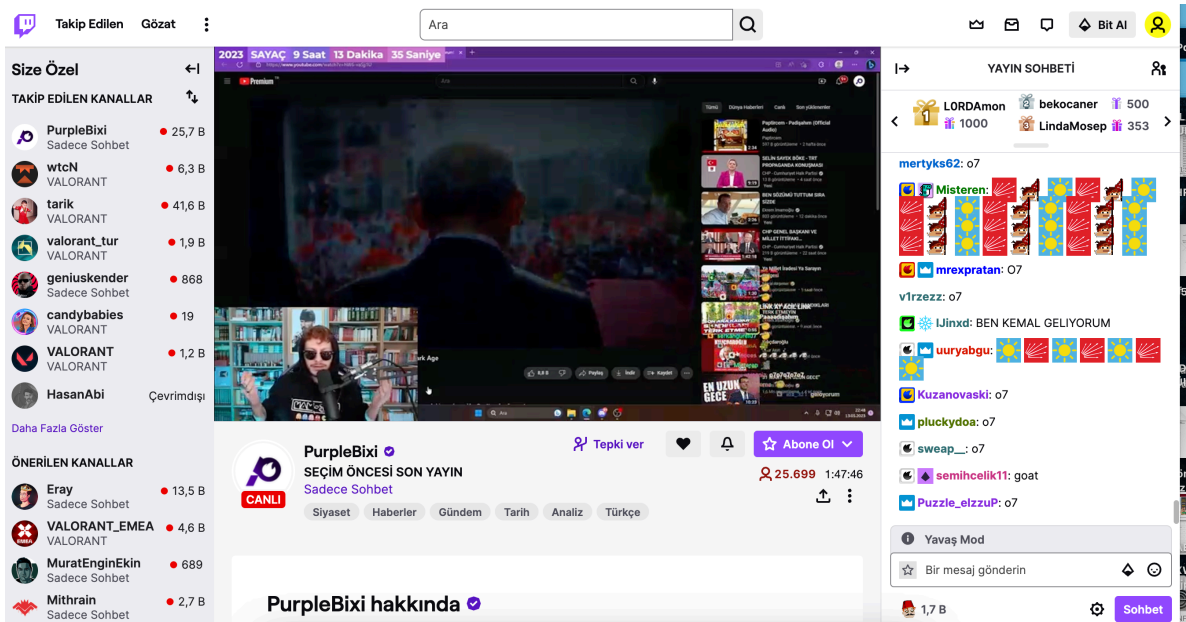
başka yayıncıların ya da kullanıcıların gündem konularını nasıl tartıştığını görmek ve bunlara ek olarak diğer kullanıcılar ile etkileşim ve iletişim kurdukları belirlenmiştir.

3.3.4. Twitch.tv'nin Sağladığı Olanaklar ve Potansiyeli

Twitch.tv, kullanıcıların video oyunlarını izlemeye odaklandıkları bir çevrimiçi canlı akış platformudur, ancak son birkaç yılda video oyunları, *podcast*'ler ve çeşitli içeriklerin sunulmasıyla beraber gittikçe daha popüler hale gelmiş olup, sağlamış olduğu bu yeni özellikleriyle birlikte birçok insanın bu platformu kullanmasını sağlamıştır.

Katılımcıların Twitch platformunu tercih etme ve bu platformu hangi özellikleri nedeniyle kullandıklarına detaylı bir şekilde bakıldığında, Twitch platformunun en önemli özelliğinin *chat* ve sohbet imkanları olduğu görülmektedir. Yayıncılar, büyük turnuva yayınları, izleyicinin yayın hakkında düşünceleri ve karşılıklı yapılan tüm bu faaliyetler Twitch.tv'nin sohbet özelliği sayesinde daha da kolaylaşmaktadır. Her yayının kendi sohbet odası, izleyicilerinin mesajlarının görülebildiği geniş bir ekran bölümü ve kendi mesajlarının girilip gönderilebileceği bir metin kutusu vardır (Şekil 2.22.).

Şekil 2.22. Twitch.tv Yayın Odasının Görseli



Bireysel yayıncılar genellikle herhangi bir soruya çok açıktır ve oyunla ve gündem hakkında belirli düşüncelerini izleyicilere aktarmaya çalışır; ayrıca yayın sırasında sohbet yoluyla izleyicileriyle aktif olarak etkileşim kurarlar (Olejniczak, 2015 s.2). Yayıncıların ve izleyicilerin birbirleriyle iletişim veya sohbet olanağının Twitch’te daha kolay olması nedeniyle katılımcıların platformu kullanma sebepleri şöyle açıklanmıştır;

“Twitch'te yayın açtığımda direkt olarak karşımdaki kitleyle iletişim kurabilmenin çok daha kolaylaştırılmış bir şekilde oluyor. Dolayısıyla sadece tek başına konuşuyormuş gibi olmuyorsun ve karşı tarafla bir münazara yapmış hissiyatı da alıyorsun” (K26, 08.04.2023). Katılımcı 26’ın açıklamalarına eş değer bir açıklama da K29 ve K7 tarafından yapılarak, Twitch.tv’nin sağlamış olduğu eş zamanlı sohbet imkanına dikkat çekilmiştir;

“Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformlarının sağlayamadığı olana sanırım Twitch’in sağladığı en büyük olanak sanırım birebir yayıncıyla ya da işte bu içerik oluşturan kişiyle birebir konuşabilmek daha şey olmadan yani bir de vakit kaybı olmadan hemen birebir konuşabilmek” (K29, 09.04.2023) ve *“Bence Twitch’in diğer platformlarından daha iyi yaptığı şey eş zamanlı izleyici ile iletişime geçmektir. Yani ilk ben Twitch izlemeye başladığımda hani chat ile o sırada oyun oynarken ve bir şey yaparken muhatap olmak bence onu öne çıkaran şey olmuştu”* (K7, 07.04.2023).

Diğer bir katılımcı hobi olarak spor programlarını ve spor karşılaşmaları hakkında yapılan yorumları takip ettiğini ve televizyon kanallarındaki spor programlarının yayıncılığından sıkıldığını, buna ek olarak yeterli samimiyet oluşturamaması nedeniyle Twitch.tv platformundaki spor yorumcularını izlediğini ve çoğunlukla *chat* bölümünü aktif bir şekilde kullandığını;

“Şöyle bireysel yayıncıların samimiyetini ben çok seviyorum. Mesela aktif olarak izlediğim birkaç kanal var. Onlar spor yorumculuğu yapıyor gündemde oynanan maçlardan sonra ve bunlar senin benim gibi insanlar. Onların yaptığı yorumları ben daha samimi buluyorum. İşte ana akım medyadaki spor kanallarındaki yorumcuların, o her bölüm başında milyonlar alan yorumcuların yaptığı yorumlardan daha samimi geliyor ve oradaki ‘chat’ dediğimiz kullanıcıların yorum yazdığı bölümdeki düşünceleri de anlık olarak alabilmek benim çok hoşuma gidiyor. Tercih etme sebepim bu genellikle” (K2, 05.04.2023) cümleleriyle vurgulamaktadır.

Bu platformun tercih edilmesindeki bir diğer etmen ise platform yayıncıları veya içerik üreticileri canlı yayın sürecinde kendilerini ifade ederken ve bir şeyler paylaşırken oto-sansür uygulamamalarıdır. Bu anlamda, katılımcılardan K24, K12, K27, K9 ve K6

genel anlamda Twitch'in kullanıcılara daha özgür bir ortam oluşturduğunu, kullanıcılar fikirlerini beyan ederken diğer platformlara göre daha az oto-sansür uyguladığını, canlı akış özelliğinin insanları daha çok etkilediğini ya da bu platforma çektiğini belirtmiş ve son olarak Twitch'in telif konusunda yayıncılara kolaylık sağladığına dikkat çekmişlerdir:

“Çok kolay haberleşme sağlıyor olması, çok zengin bir yayın çeşitliliğinin olması, bir de diğer geleneksel sosyal medya platformlarına göre daha az sansür içerikli olması. Diğer geleneksel medya platformlarına göre daha az sansür içeriyor olması” (K24, 06.04.2023);

“Çok sansür olmadan benim ilgi alanıma yönelik içerikler bulabildiğim için” (K12, 08.04.2023);

“Ya Twitch'deyken daha çok sosyal medya takılıyormuş gibi değil de birileriyle buluşmuş gibi hissediyorum canlı olduğu için ve hani sohbet edebiliyorum anında. Yani bir de daha güvenilir geliyor haber anlamında, yani nasıl diyeyim süzgeçten geçmiyor. O yüzden daha güvenilir geliyor ve oradan takip ediyorum gündemi” (K27, 07.04.2023).

“Ya şu ilgimi çekiyor, daha doğrusu aslında diğer yayıncıların da Twitch'te durmasının sebebi bu eğer bir Youtube yayınında bir Youtube videosu izlersem teliften dolayı yayının kapanır ama bunu Twitch'te yaparsan bir sıkıntı olmuyor. Yani dolayısıyla biraz daha özgür olduğunu düşünüyorum telif konusunda” (K6, 07.04.2023).

Twitch.tv'ye üye olmadan ve giriş yapmadan Twitch'te gezindiğimizde sohbet kısmına hiçbir şey yazılamamaktadır ama sohbet okunabilmektedir. Bunun dışında kendi profilinizi oluşturmak istediğinizde farklı “*nickname*” ile kaydolma şansı nedeniyle kullanıcıları görünmez kılmaktadır. Bunun dışında Twitch'in yayıncılar aracılığıyla kendi izleyici kitlesinden bir topluluk oluşturması, beraber hareket etmesi, çevrimiçi toplulukların işbirlikçi doğası, insanların en çok keyif aldıkları içerik, yayıncı ve izleyici etkileşim gibi özellikler (Atanasova & Svensson, 2022 s.49), Twitch platformunu kullanıcılar için anonim olma özelliği dışında diğer bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. K21'in anonim olma konusunda söylediklerine bakıldığında;

“Platform anonim olarak insanlar arasında bir topluluk oluşturabilmeyi sağlıyor. Yani kimse kimseyi tam olarak tanımıyor. Sadece bir kişi üzerinden yani genellikle bir kişi üzerinden yayıncılığı üzerinden bir topluluk oluşuyor” (K21, 10.04.2023) cümleleriyle vurgularken; diğer bir katılımcı ise platformdaki anonim olma ya da gerçek isim olmadan kullanılmasının platformda iletişim kurulmasını kolaylaştırdığını;

“Twitch'te herkesin yani “No name account” da olsa sohbette hani insanların da farklı düşüncelerini yazması vesaire olsun hani yayıncı ile iletişime geçebilmesi o kadar kişi aynı anda izlerken bence güzel bir özellik olduğunu düşünüyorum” (K1, 05.04.2023) şeklinde ifade etmektedir.

“E-spor oyuncuları izleyicilerini genellikle maçlarını izleyen bir "seyirci" olarak tanımlarken, sadece sohbet kategorisindeki yayıncılar kendileriyle izleyicileri arasında daha fazla bir bağ hissettikleri için "topluluk" ve "aile" gibi terimleri kullanmayı tercih etmektedir. Böylece, bu yayıncılar, canlı yayın yaparken eşzamanlı sohbetle daha fazla etkileşim kurar ve canlı yayın aracılığıyla izleyicileriyle bağlarını güçlendirir” (Weigel, 2020 s.71). K21 ve K1’in açıklamalarına ek olarak diğer bir katılımcı ise bu platformun sunmuş olduğu anonim olma ve topluluk oluşturma gibi özelliklerin kullanıcılara daha özgür ve rahat hissettirdiğini söylemektedir:

“Öncelikle şöyle, orada daha fazla bir topluluğa ait olma hissi olduğunu düşünüyorum, özellikle çok takipçili ve çok izlenen yayıncıları izlediğiniz zaman binlerce insanla aynı anda, aynı şeyi izleme hissi bayağı bir iyi hissettiriyor insana diye düşünüyorum. Orada hani direkt kendi adınızı soyadınızı kullanmak zorunda değilsiniz, bir “Nickname” kullanabiliyorsunuz. Bu aslında diğer platformlar için de geçerli olan bir şey ama orada sanırım o kalabalıklığı daha yakından gördüğünüz için anonim olma hissini daha yakından tanıyorsunuz. O yüzden de o anda örneğin küfredebilirsiniz ve kimsenin umurunda olmaz ya da aklınızdan ne geçiyorsa olduğu gibi sansür uygulamadan filtreden geçirmeden paylaşabiliyorsunuz orada kaybolma hissi sanırım insanı daha özgür ve rahat hissettiriyor” (K25, 06.04.2023).

Twitch.tv’nin öne çıkan en önemli özelliklerinden bir diğeri ise canlı akış özelliğinin olmasıdır. Diğer birçok platformun bu özelliği sağlamasına rağmen Twitch’in daha fazla öne çıkmasının nedeni bu platformun sadece ve sadece canlı yayın yapılabilen bir hizmet sağlayıcı olması ve yayınların daha doğal olmasıdır. Twitch’in ardından Facebook, YouTube ve Twitter gibi diğer sosyal medya şirketleri 2015’ten itibaren kendi canlı yayın hizmetlerini başlatmışlardır. Facebook Live, YouTube Live, Instagram ve Tiktok gibi sosyal medya araçları yayıncılara çeşitli içerikleri yayınlamasına olanak sağlamıştır (Qiu, 2023 s.35-6). Fakat bu platformlarda canlı yayın özelliği olmasına rağmen farklı türden içeriklerin de paylaşılması bu dört platformu Twitch’in gerisinde bırakmaktadır. Canlı yayın özelliği ışığında katılımcıların bu platformu kullanma nedenlerine bakıldığında;

“Twitch’in güzel yanı aslında tamamen canlı olması. Diğer platformlarda, Instagram postu 9 saat geçtikten sonra önüme düşüyor veya işte Youtube videosu atıyorum kaç gün sonra önüme düşüyor. Fakat Twitch direkt canlı verdiği için ve direkt birebir sohbet edebilme imkânı olduğu için bence diğerlerinden baya ayrılıyor” (K20, 10.04.2023).

“İlk olarak tabii ki canlı yayın olması ilgimi çekiyor ve ortamda bir doğallık var yani, yapmacık olamıyorsunuz. Tabii hazırlık yapıyorlar yayın açan kişi. Hem canlı olarak oradaki izleyicilerle sohbet edebiliyor ve onların sorularına yanıtlayabiliyor hem de ortamda bir doğallık olması benim ilgimi çekiyor” (K9, 08.04.2023).

“Twitch’te o karşıdaki kişiyle daha interaktif bir şekilde konuşabiliyorsun gibi hissediyorum. Çünkü hem soru sorabiliyorsun bazen anında direkt cevap alabiliyorsun, daha samimi oluyor. Çünkü önceden böyle bir yazı ya da ‘script’ çıkarmadıkları için direkt anında konuşuyorlar. Gerçek şeyleri ya da fikirlerini daha iyi anlayabiliyorsun” (K16, 09.04.2023).

“Şey canlı olması daha çekici kılıyor onu yani. Açıklayamam tam ama yani canlı olması cidden daha iyi. Yoksa Youtube da daha çok sevebileceğim bin türlü şey vardır belki ama. Yani açıkçası yok yani. Yani bir de canlı olduğu için oradaki içerik üreticisi de o an ne yapıyorsa onu görüyorsunuz, onu tüketiyorsunuz ama Youtube’da o videoyu atmadan önce o videoyu işte uygulamada düzenliyor. Şey yapıyor kesiyor, biçiyor yani daha böyle, boş bir içerik olsa bile daha mantıklı olabilir yani çünkü orada yayıncının moduna göre de değişiyor yani yayının stili” (K5, 06.04.2023).

“Açıkçası Twitch’i benim için çekici yapan anlık canlı yayın olması çünkü bazen Youtube’da bulamayacağınız ve göremeyeceğiniz canlı yayın olaylarına şahit oluyoruz ve tekrar tekrar silindiği için yayının hiç kimse bizden hariç göremiyor. Doğruluğunu teyit edemiyor ya da sadece lafta kalıyor. Bu özelliğini çok seviyorum Twitch’i” (K4, 06.04.2023).

“Yani daha çekici kılan şöyle ki; bir yayıncıyı görebiliyorsun canlı olarak saliselik farklarla, hızlıca akan bir sohbet var; bu sohbette etkileşime girebiliyorsunuz. Sen onun söylediklerini dinliyorsun. Anında görüşlerini öğreniyorsun, o an tepki verebiliyorsun dediği şeye. O da senin tepkini görebiliyor başkalarıyla paylaşabiliyor yani cezbedici olan bu” (K11, 08.04.2023).

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda Twitch’i onlar için çekici yapan ya da kullanmalarını sağlayan olanaklar genel anlamda; Twitch’te topluluk oluşturma, eş zamanlılık özelliği, *chat*, sohbet olanağı, anonimlik, samimiyet ve sansürsüz yayın olarak belirlenmiştir.

3.3.5. Twitch.tv Kategori İzlenimleri ve Gündem Takibi

- Oyun Dışı Diğer Kullanımlar: Siyaset ve Gündem

Geçtiğimiz birkaç yılda, akış platformu Twitch.tv'nin popülaritesinde ve ardından kategorilerinde önemli bir artış görülmektedir. Twitch.tv’de oyunlar ve oyun içerikleri her zaman popüler olsa da son zamanlarda oyun dışı diğer kullanımlardan olan "*Just Chatting*" olarak bilinen sadece sohbet kategorisine olan ilgide bir dönüşüm olmuştur. Twitch.tv, kullanıcılar için farklı türde içerikler sunmaktadır. Örneğin, bazı yayıncılar video oyunları oynarken, bazıları şarkı söylemektedir ve genel anlamda eğlence, eğitim, siyaset, haber ve gündemin konuşulduğu akışları barındırmaktadır (May, 2023). “Twitch.tv’deki oyun dışı içerik akışı yapan ve "Gerçek Hayatta" anlamına gelen "*IRL*" olarak etiketlenen "Sadece Sohbet" kategorisi, 2019'da %36’ı büyümüş olup ve bu, Twitch.tv’nin o dönemdeki genel büyümesinin dört katı olarak belirlenmiştir. Bu, izleyicilerin her zaman oyuna bağlı olmayan, eşzamanlı video ve sohbet işlevleriyle sunulan çeşitli içeriklere olan isteklerini göstermektedir” (Weigel, 2020 s.11). Bu çalışmaya katılan katılımcıların Twitch.tv’de çoğunlukla hangi kategorileri izledikleri ve toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmeleri kısacası gündemi takip etmek için Twitch.tv’yi tercih edip etmediklerine bakıldığında farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Just Chatting – Sadece Sohbet – kategorisini izleyen katılımcılar bu kategoriyi genellikle eğlence, sohbet, gündemde meydana gelen olayların konuşulması ve yorumlanması için takip ettiklerini belirtmişlerdir. *Just Chatting* kategorisi altında farklı konu başlıkları altında yayınların yapılmasından dolayı bir katılımcının da bu platformu daha çok canlı yayında yapılan *podcast*’leri izlemek için kullandığını ifade etmiştir. Dahası, bu katılımcılardan sadece oyun yayınları izleyenler olmasına rağmen hem oyun hem de *Just Chatting* kategorisini takip eden katılımcılar da mevcuttur. Bu anlamda, katılımcıların *Just Chatting*’i tercih ederken çoğunlukla bu kategoride genel anlamda belli başlı yayıncıları -Jahrein (Ahmet Sonuç), Purplebixi (Bahadır Telci) ve İbrahim Haskoloğlu- yayınlarını takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmaya katılan bazı katılımcıların *Just Chatting* – Sadece Sohbet – kategorisinde hangi konuları izledikleri incelendiğinde, K27, K18, K1, K23 ve K26 sadece sohbet, Türkiye gündemi ve siyaset içerikli yayınları takip ettiklerini belirtmişlerdir. K27 Twitch.tv’de sadece sohbet kategorisini izlediğini,

“Ben hiç oyun izlemiyorum mesela, çok nadir izliyorum. Sadece sohbet diye bir yayın türü var Twitch’in -Just Chatting- onu izliyorum. Bazen gündelik işte, yani Türkiye gündemi aşırı yoğun bir ülke olduğu için onun hakkında konuşuyor. Yani sıradan bir vatandaş ne diyor, bu insan ne diyor diye merak ediyorum, ondan izleyebiliyorum bazen genellikle. Aynı zamanda izlediğim yayıncılar Reddit diye bir sosyal medya platformu daha kullanıyor orda aboneleri, takipçilerin işte ilginç buldukları ya da yayıncıya ilginç gelebileceği ya da seyirciye, eğlenceli videolar atıyorlar, yayıncılar onlara bakıyor falan. Onları izliyorum genellikle” (K27, 07.04.2023) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcı K1 ise bu platformu kullanırken çoğunlukla izlediği yayıncıların gündem sohbetleri yaparken farklı sosyal medya platformlarını birlikte kullanılmalarının hoşuna gittiğini;

“Just Chatting. Just Chatting’te çok fazla şey oluyor ama ya genelde gündem sohbetleri yapanlar oluyor örneğin twitter’ı açıp onunla paralel şekilde hani ilerleyenler. Onlar benim ilgimi çekiyor açıkçası biraz çünkü onlarla birlikte gündemi takip etmiş oluyorsun hem de tartışmış oluyorsun aynı şekilde chat’e de katılarak. O yüzden daha çok gündemi takip eden, hani öyle Just Chatting platformlarını izlemeyi yani seviyorum” (K1, 05.04.2023) şeklinde belirtmektedir.

Katılımcı K23 sadece sohbet kategorisini izleme tercihini,

“Son zamanlarda daha çok konuşma şeyleri izliyorum sadece sohbet – Just Chatting- başka ya onun dışında bazen ya yayıncı özelinde takip ettiğim için, içeriğe çok fazla dikkat etmiyorum açıkçası yayınca ne yapıyorsa onu izliyorum. Siyaset, Türkiye gündemi genelde bunlar yani” (K23, 05.04.2023) şeklinde belirtirken;

Katılımcı K26 ise K23’ü destekleyerek artık ilgisinin Türkiye gündemi olduğunu ve “Sadece Sohbet” kategorisini aşağıdaki belirtmiş olduğu nedenle izlediğini ifade etmiştir:

“Genel manada siyasi yayınları daha çok izliyorum. Bunun dışında toplumsal gündem hakkında bir yayın olursa bunlar da ilgimi çeken yayınlar arasında oluyor. Özellikle mesela depremden örnek verebilirim, birçok habere buradan ulaşım sağladık ve toplumu ilgilendiren genel manada

zamlar olabilir, depremler olabilir bu tarz gündemleri takip etme amaçlı” (K26, 07.04.2023).

Çoğunlukla gündemde konuşulan meseleleri takip ederken bir yandan da boş vakitleri değerlendirmek, eğlenmek ve zaman geçirmek için oyun yayınlarını izlemeyi tercih eden katılımcılar da mevcuttur. Katılımcı K13 bu platformu kullanırken tek amacının bu olmadığını belirtmiş, farklı amaçlar için örneğin sadece sohbet kategorisi altında gündemi takip ederken diğer yandan oyun yayınlarını da izlediğini ifade etmiştir:

“Yani ben genelde sadece sohbet şeylerini izliyordum, yani gündem falan şeylerini. Hani öyle yani şaka amaçlı böyle sadece sohbetler değil de mesela hani Haskoloğlu’nun, Purplebixi’nin falan yayınlarını izliyorum. Onlar da sadece sohbette genelde gündemi takip ediyorlar. Bazen işte öyle denk gelirse hani oyun falan izliyorum ama çok nadiren. Onlar şey oyundan dolayı değil de izlediğim kişinin muhabbetinden ötürü izliyorum” (K13, 09.04.2023).

Diğer bir katılımcı olan K6 ise, K13’ün kullanımı gibi, bu platformu farklı amaçlarla kullandığını, farklı konular hakkında yapılan yayınların dışında oyun içeriklerini çok nadiren izlediğini aşağıdaki cümleleriyle ifade etmektedir:

“Genelde yani, oyun içeriklerini artık izlemiyorum şu an takip ettiğim içerikler daha çok işte böyle bir konu üstüne konuşma veyahut boş muhabbet dedikleri yani -Talk Show- tarzı şeyleri. Just Chatting’te siyaset ilgimi çekiyor, tarih ilgimi çekiyor, onun dışında bilmiyorum basın ve oyun basını tarzı şeyleri de çok takip ediyorum” (K6, 07.04.2023).

Diğer katılımcıların aşağıdaki ifadeleri incelendiğinde birbirlerinin ifadelerini destekledikleri görülmekte; katılımcılar hem Türkiye gündemi için sadece sohbet kategorisini izlediklerini hem de oyun yayınlarını (E-spor maçlarını) takip ettiklerini aşağıdaki gibi ifade etmektedirler:

“Yabancılar için Just Chatting’i çok severim işte. Daha böyle siyasi içerikler benim Türkiye’de en çok ilgimi çekiyor ya da şeyi takip ediyorum işte oynadığım oyunların canlı şeylerini takip ediyorum. Onun profesyonel maçlarını izliyorum ya desteklediğim Türk takımlarının profesyonel maçlarını izliyorum işte” (K10, 08.04.2023).

“Ben işte şeyi izliyorum ama kategorisini bilmiyorum Türkçe’de, sadece konuşan işte yorum yapan- sadece sohbet-. Onun dışında şey de o izliyorum işte “Gaming” olanları. İşte oyun oynuyorlar ama çoğu zaman oyun oynayanları başka streamerlarla aynı anda oyun oynadıklarında o

daha çok hoşuma gidiyor. Benim Just Chatting'te dinlediklerim daha çok işte siyasetle ilgili oluyor” (K30, 10.04.2023)

“Just Chatting ya da oyun izliyorum genelde. Jahrein'i izliyorum, Jahrein genelde güncel siyasetten bahsediyor bir de Kaanfix'in Just Chatting'lerini çok izliyorum. O da daha çok hani güncel, sosyal hayat, sosyal medya karışık daha içerikleri var” (K24, 06.04.2023).

“Sadece siyaset ve gündem için kullanıyorum artık. Şöyle örnek vereyim ben; izlediğim bir yayıncı, yayını açıyor, Twitter'a giriyor, Twitter'daki gündemlere bakıyor ve ona bir özel haber atılırsa chat'teki kişiler tarafından onları açıp gösteriyor. Purplebixi izliyorum ben. İbrahim Haskoloğlu'nu da takip ediyorum yine çok sık izlemezsem de” (K27, 07.04.2023).

“Son dönemde bu Just Chatting dediğim sadece sohbet daha çok var. Bir de bu “BBL” falan var, “Valorant” takımları onların maçlarını izliyorum. Ya son dönemde bu seçimlerden dolayı siyaset haberleri falan daha çok ilgimi çekiyor. O şeylere Valorant falan onlara çok girmiyorum yani. Giriyorum desem yalan olur” (K15, 09.04.2023).

Son olarak katılımcılardan K7 bu platformu sadece oyun izlemek için kullandığını belirtirken, katılımcılardan K29 ise bu platformu hem oyun hem de canlı olarak yapılan *podcast*'leri takip etmek için kullandığını şu şekilde ifade etmiştir:

“Genelde şey ben oyun yayınları izlerim ve e-spor maçı izlerim yani dediğim gibi çok çok fazla böyle sizde biliyorsunuzdur Reality show gibi konseptler falan da oluyor Twitch'te, onlar benim pek ilgimi çekmiyor açıkçası. Ben daha “Gaming” kısmıyla ilgileniyorum” (K7, 07.04.2023).

“Genellikle speedrun izliyorum, pokemon ağırlıklı olmak üzere ama Just Chatting'e de girdiğim oluyor. Özellikle yani daha böyle modern bir radyo gibi kullandığım oluyor; özellikle bir şey yaparken, bir iş yapıyorsam podcast ama canlı gibi. Canlı yayın da açıyorlar eş zamanlı olarak genellikle, dediğim gibi gündemden bahsedilen kanallar olabiliyor; onlara bakıyorum bazen” (K29, 09.04.2023).

- Katılımcıların Sosyal Medya Platformu Bazında Gündem Takibi Alışkanlıkları: Twitch.tv ve Diğer Platformlar

Sürekli gelişen siyaset ve medya ortamında, gençler siyaseti ve güncel olayları tartışmak için beklenmedik platformlara giderek daha fazla akın etmektedir. Son yıllarda daha fazla genç siyasetle meşgul oldukça, Instagram, Twitter ve Tiktok gibi platformlar güçlü siyasi araçlar haline gelmiştir. Ve son zamanlarda yeni bir platform daha siyaset sahaya girmiştir: Ağırlıklı olarak video oyun akışı ve E-spor için kullanılan bir canlı akış platformu olan Twitch.tv, yakın zamanlarda güncel olaylar, seçimler, siyaset teorisi ve

hatta karmaşık yasama eylemleri hakkında bilgi edinmek isteyen gençlerden oluşan ve giderek büyüyen bir kitle için buluşma noktası haline gelmiştir (Morgan-Canales, 2021). Bu çalışmanın analiz etmiş olduğu diğer bir önemli mesele ise, Twitch.tv kullanıcılarının gündelik haberlerin, toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmelerin takibi için öncelikle hangi sosyal medya platformlarını tercih ettikleridir.

Katılımcılara ilk önce *“Gündelik haberleri, toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmeleri hangi platformlardan takip ediyorsunuz ya da öğreniyorsunuz?”* sorusu sorulmuştur. Genel anlamda katılımcılar, haber ve gündem takibi için Twitter’ı kullandıklarını ve Twitch.tv’yi daha çok takip ettikleri haberlerin ve gelişmelerin platform izleyicileri ve yayıncıları tarafından nasıl yorumlandığını öğrenmek için kullandıklarını bildirmişlerdir. Bunlara ek olarak, gündem takibi için bazı katılımcılar Twitter ve Twitch.tv’nin dışında Telegram, Google News, Bundle ve Instagram’ı da haber alma platformu olarak tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. Verilen bu cevaplara istinaden tamamlayıcı soru olarak *“Sizin için Twitch.tv bir haber takibi için ön plana çıkmakta mıdır veya alternatif bir platform olabilir mi?”* sorusu sorularak kullanıcıların Twitch.tv’yi toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmeler için kullanıp kullanılmadıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Aşağıda Twitch.tv’nin gündeme yönelik gelişmeler için alternatif bir platform olup olmadığına ilişkin katılımcı görüşleri yer almaktadır.

Katılımcılar öncelikle gündemi Twitter’dan takip ettikleri söylerken Twitch.tv’yi de haber ve gündem takibi için alternatif bir platform olarak gördüklerini ve daha çok haberlerin daha detaylı bir şekilde tartışıldığı ve konuşulduğu bir platform olarak gördüklerini katılımcı K18;

“Twitter’dan. Evet çıkıyor. Yani ben bir gelişme olduğunda Türkiye’de ilk Twitch’e girerim. Hani yayında biri varsa ondan dinleyeyim, onun da yorumunu duyayım diye. Seviyorum görüşünü sevdiğim insanların yorumunu da almayı, farklı bakış açısını tatmayı. O yüzden bir haber olduğunda ne bileyim işte Kemal Kılıçdaroğlu ile ilgili bir haber olduğunda ya da cumhurbaşkanı ile ilgili bir haber olduğunda merak ediyorum, giriyorum acaba yayında biri yorumluyor mu bunu, o ne düşünüyor, chat ne düşünüyor bu konu hakkında. Yani gözüme bir şey çarptığında bakıyorum aaa diyorum biri yayında mı acaba ne diyor bu falan ya da miting oluyor

onu bile açıp Twitch'ten izliyorum. Hani ne diyorlar, nasıl yorumluyorlar durumu diye” (K18, 10.04.2023) örneklerle ifade ederken; K18'in ifadelerini K26 şu şekilde desteklemektedir:

“Twitch açıldığından beri neredeyse hiç televizyonu açmadığımı ve haber izlemediğimi söyleyebilirim. Çünkü bir şekilde farklı bakış açılarından gündemi dinleyebilmek insanın ufkunu daha çok genişletiyor ve kendi objektif görüşünü oluşturabilmesine katkı sağlıyor” (K26, 07.04.2023).

Diğer bir kullanıcı, gündemi öncelikle farklı sosyal medya platformlarından paralel bir şekilde takip ettiğini, özellikle üye olduğu Telegram gruplarından haber takip ettiğini ve Twitch.tv'yi ise haber yorumlamaları için kullandığını,

“Gündelik haberleri, telegram grupları var. Yani anlık bilgi için ve direkt olaya ait videoların kısıtlamaya uğramadan geldiği yer orası var, şu anda da yaklaşık olarak 20 tane gruba üyeyim. İkincil olarak yine Twitch. Çünkü canlı yayında direkt anlık bilgi veriliyor. Instagram üçüncü sırada geliyor. Evet yani telegram anlık bilgi almamı sağlıyor, Twitch o anlık aldığın bilginin açıklamasını yapıyor, Instagram da en son kabaca arkasından toparlıyor” (K20, 10.04.2023) şeklinde belirtmiştir.

Katılımcılardan K30, K14 ve K28 haber takibi için alternatif platform olarak Twitch.tv'yi tercih etmesinin en önemli nedenlerini platformun bağımsız ve etkileşim özelliklerine sahip olmasını,

“Yani özellikle Türkiye'de çok fazla gazeteye veya genel olarak mesela televizyonda hiçbir kanala güvenemiyor insanlar. İşte Twitch de aslında televizyon gibi bir şey ama tamamen bağımsız televizyondan. Hatta daha iyi bile diyebiliriz. Çünkü aynı anda işte bu konuşan kişiyle iletişime de geçebiliyoruz veya mesela streamerlar şey de yapabiliyor, bir soru soruyorlar, diğerleri de evet-hayır diye cevaplayıp, anket yapabiliyorlar. Bir de bağımsız oldukları için belli şeyler söylemek zorunda değiller. Özellikle gençliğe çok daha hitap eden bir platform o yüzden öne çıkması gayet doğal” (K30, 10.04.2023):

“Ben eee elektronik ortamdan öğreniyorum mesela Twitch ve Twitter'dan öğreniyorum. Televizyondan ise bana daha iyi gibi geliyor. Şu anda Türkiye'de [alternatif platform olarak] görülebilir. Yani Twitch Türkiye, şu anda Twitch'e çok müdahale etmiyor, o yüzden mevcut trendin devam edeceğini söyleyebilirim. Yani siyaset ve gündem şu anda artışta. Özellikle seçim ve seçimden sonra daha da çok artacağını düşünüyorum ama müdahale olursa daha çok oyun tarafına kayabilir” (K14, 09.04.2023):

“Şöyle alternatif olduğunu düşünüyorum; açıkçası konuşma ve iletişim özgürlüğü kısıtlanınca televizyonda ve yanlış haberlerin yayılmasıyla beraber orada insanlar hem kendi görüşlerini de söylüyorlar açıkça -ki bence bu önemli- kimin nerede durduğunu görmek önemli bu sebeple. Hani mesela chat'ten biri diyor ki işte şöyle şöyle yaptılar ama [Diğerleri] diyor ki hayır öyle yapmadılar. Açıp böyle şey gösteriyor kanıtı

gösteriyor falan hani daha hızlı daha böyle interaktif olması” (K28, 08.04.2023) şeklinde belirtmektedirler.

Dijital platformlar; dijital içerik, politik aktivizm, dijital toplu eylem ve toplumsal hareketler dahil olmak üzere çok çeşitli yaklaşımları içermektedir. 2019'da Hong Kong'daki protestolarla ilgili olarak e-sport kanallarındaki canlı sohbetleri inceleyen Ruiz-Bravo ve diğer araştırmacılar, canlı yayın platformlarındaki sohbet kanallarının siyasi aktivizmi teşvik ettiğini ve süreç içerisinde platformun git gide daha da politize olduğunu belirtmektedir (Ruiz-Bravo vd., 2022 s.3170-1). Bu anlamda, katılımcılardan K16 ile K2 Twitch.tv platformunun artık politikleştiğini ve bu platformun artık tamamen eğlenceli içeriklerden ziyade daha çok gündem ile ilişki haberlerin yer aldığı ve *chat*'in de ekonomi ve siyasetin bir konuşulduğu alan olması nedeniyle haber takibi için alternatif bir platform olacağını,

“Yani önceden Twitch'te siyasi içerikler yoktu, daha çok eğlence üzerineydi ama yavaş yavaş orada da böyle bir politik ortam oluşmaya başladı. Özellikle işte Jahrein'in daha çok siyasete atılmasıyla Twitch de politik bir ortama dönüştü” (K16, 09.04.2023);

“Yavaş yavaş geliyor çünkü eskiden çocuk platformu olarak görülen bir platform yavaş yavaş oradaki bizim neslimiz büyüdüğü için artık yavaş yavaş içerikler politikaya, güncel gündeme doğru dönmeye başladı. Birkaç yerel gazeteci arkadaşımız da kendi Twitch kanalını açtı ve Twitch'te haber sunmaya başladı akşamları. Youtube'dan şöyle bir farkı oluyor habercilik anlamında kitle daha geniş bir kitleye hitap ediyor. Youtube'a herkes girdiği için o yayına Twitch'te biraz daha samimi bir ortam oluşuyor. Gençler arasında yorumlar o şekilde yapılıyor, haberler de aynı şekilde, haber içeriklerine gençleri ilgilendiren haberler oluyor” (K2, 05.04.2023) cümleleriyle vurgulamaktadır.

Bir katılımcı ise Twitch.tv'nin geleneksel medya araçlarından televizyonun yerini tuttuğunu ve televizyon izlemek yerine bu platformu kullandığını şu şekilde belirtmektedir:

“Bazı yayıncıların temel içerikleri [Gündem ve haberler] bunun üzerine ve bu içerikleri izliyorum, yani zamanımı boşuna harcamıyorum. O kişi, aynı televizyondaki gibi her şeyi anlatıyor ve görüyoruz. O yüzden örnek de verebilirim aslında, genelde Purplebixi'yi tercih ediyorum izlerken, bazen de Haskoloğlu'nu izleyebiliyorum” (K21; 10.04.2023).

Diğer katılımcıların platforma ilişkin görüşleri incelediğinde, Twitch.tv platformunun haber veya gündem takibi için alternatif platform olarak görülememesinin temel sebeplerinden birinin, hareket halindeyken mobil veya masaüstü cihazlardan canlı akışın takip edilmesinin katılımcılar tarafından konforlu bulunmamasıdır. Ve buna ek olarak diğer sebep ise, diğer platformların ara yüzlerinin haber ve gündem takibi için daha elverişli olmasıdır. Katılımcılardan K17, hareket halindeyken bir şeyleri okuyarak takip etmenin canlı akış izlemekten daha kolay olacağını ve bir *tweet* atmanın daha kolayken Twitch.tv’de yayın yapmanın zor olması sebebiyle haber takibi için alternatif platform olmadığını,

“Tam olarak ben olacağını düşünmüyorum. Çünkü bir Twitter gibi bilmiyorum belki de bilgi eksikliğinden kaynaklanıyor olabilir ama bildiğim kadarıyla Twitter gibi hani böyle anlık olarak sürekli bir durum paylaşımı daha az oluyor bildiğim kadarıyla tabi ki. Hani genel olarak video içeriği, canlı yayın veya video içeriği oluyor genelde. O yüzden o biraz daha zor oluyor. Çünkü insanlar hani açıkçası kendi adıma konuşabilirim bunu, hani dışarıda yürürken, metroda giderken vesaire bu Twitter’da hani aşağıya kaydırarak yazılanları okumak daha kolay oluyor daha çok işimize geliyor” (K17, 09.04.2023) şeklinde açıklarken; diğer bir katılımcı K17’nin düşüncesine paralel olarak,

“Gündemi Twitch’ten ya en azından ben takip etmiyorum çünkü hani sürekli bir yayın açık olması gerekiyor, işte arka planda düzgün çalışmıyor falan hani mobilden takip ediyorsam ve hani Instagram daha kolay erişilebilir, hani önümde hemen post var, okuyorum, kaydırıyorum artık gündemdeyim” (K6, 07.04.2023) şeklinde açıklamaktadır.

Katılımcılardan bazıları dezenformasyon konusuna dikkat çekerek Twitch.tv platformunun haber takibi için öncelikli bir platform olmadığını ve diğer sosyal medya platformlarının – *Twitter*, *Instagram* ve *Bundle* – haber ve gündem için daha çok tercih edilebilir olduğunu belirtmişlerdir:

“Ya genelde haber sitelerinin dışında Twitter’dan bakmaya çalışıyorum. “Bundle” kullanıyorum. Orada çok rahat oluyor mix olduğu için. Onun dışında Twitter’da fazla dezenformasyon olsa da doğru bilgiye ulaşmak için Twitter’da bence güzel bir kaynak” (K10, 08.04.2023);

“Zaten aslında o platformlar arasında da bir sıralama var bence haber akışı konusunda. Öncelikle haber Twitter’a düşüp sonradan günler sonra örneğin Instagram’a düşüyor ve uı orada paylaşılan şey çok çok sonra dolaşıma giriyor diğer platformlarda. O yüzden öncelikli olarak hangisinden bilgi edinebiliyorsam onu daha fazla kullanıyorum. Haber takibi için ön plana çıkmıyor benim için Twitch. Çıkmıyor bence çıkmadığını

düşünüyorum. İlk akla gelen platform diyemem Twitch için” (K25, 06.04.2023).

“Twitter'dan alıyorum. Bence onun Twitch'te bir farklı bir kategori olarak ayrılması gerekiyor yani meselenin Just Chatting, gaming ve onun dışında daha “News Telling” halinde farklı bir kategori oluşturulursa veya bence onun regülasyonları da çok farklı olmalıdır zaten. Oyun veya Just Chatting'ten uygun ortam oluşturulursa bence olabilir. Bence o çok önemli bir şey olur çünkü bu dezenformasyon denilen şey ve şu an çok ortalıkta dönen, yani ciddi bir sorun habercilikte ve bence Twitch'in de bu konuda birkaç düzenleme yapması gerekir diye düşünüyorum” (K7, 07.04.2023).

Diğer bir katılımcı haber ve gündemi çoğunlukla internet gazetelerinden, Youtube'daki bir *podcast* kanalından ve Twitter'dan takip etmeyi tercih ettiğini ve Twitch.tv'de haber veya gündem takip etmediğini, bu platformda habercilik etiğine sahip olmayan insanların bu tarz yayın yapmasından ve denetim mekanizmasının olmamasından dolayı rahatsız olduğunu,

“Internet gazetelerinden takip etmeye çalışıyorum. Bir de Youtube'da takip ettiğim bir podcast kanalı var oradan takip ediyorum ve Twitter'dan tabii ki. [Twitch için] daha sistemli bir denetim mekanizması gelmesi gerekiyor. Bir de bence şöyle bir şey var, güncel anlamda haber takibi sağlanabilmesi için gerçekten gazetecilik ya da medya etiği değerlerine sahip insanların paylaşım yapması gerekiyor. O yüzden Twitch'in çok uzunca bir süre daha böyle bir mekanizma olabileceğini düşünmüyorum ben” (K24, 06.04.2023) cümleleriyle vurgulamaktadır.

3.3.6. Platform Kullanımı, Oyun Kültürü ve Siyasetçilerin Dil Uyumu:

Twitch.tv'de Siyasetçilerin Dil Kullanımı

Twitch.tv'ye bakıldığında burada farklı bir kültürün ve bu kültüre bağlı olarak da farklı bir dil kullanımı olduğunu görmekteyiz. *Chat* kısmında kullanılan kısaltmalar ya da “*Emotes*’lar” bu alt kültür içerisinde farklı bir dil kullanımına ve ifade biçimine işaret etmektedir. *Emotes*’lar, kullanıcılara sohbette eylemlerle iletişim kurma şansı sağlayarak Twitch.tv sohbetlerinin somutlaşmış doğasını vurgulamaktadır. Sohbetteki izleyiciler fiziksel olarak bir arada olmasalar da birbirleriyle iletişim kurmak için fiziksel eylemleri taklit edebilmektedir (Weigel, 2020 s.85-6). Günümüzde siyasetçiler, Twitch.tv platformunda var olmanın bir siyasi tutum yaratmak için faydalı olacağını ya da gençler üzerinde bir ikna biçimini oluşturacağını yeterli olabileceğini düşünmektedirler. Fakat,

bu iletişim platformlarında yer alan mevcut iletişim kodlarını anlamak ve deneyimlemek oldukça önemlidir. Twitch.tv’de günlük hayatın dışında çok farklı bir iletişim süreci hakimiyet sürmektedir. Daha yalın ve uzun cümlelerin kullanılmadığı bir dil kullanımı kendini göstermektedir. Siyasi aktörlerin bu iletişim tarzını benimseyerek ve bu kodları kullanarak bu platform üzerinden gençlerle iletişim kurması, hem onların bu platformu iyi kullanabileceklerini hem de platforma yabancı olmadıklarını gösterecektir. Bu anlamda, siyasal iletişim sürecine dahil olan bir siyasi aktörün, kullanacağı platformu ve sesleneceği kitleyi doğru seçmesi, buna göre doğru bir dil kullanması ve platform kültürüne aşina olması daha uygun olacaktır.

Twitch.tv sohbetinin temel bir özelliği, belli ifadelerin *-emotes-* kullanılmasıdır. Bu yeni iletişim kodları Twitch.tv kültürünün bir parçasıdır, başlı başına bir dildir. Genellikle belli anları kutlamak için kullanılmaktadırlar (Aliaga, 2021 s.84). Bu bağlamda, siyasetçilerin dil kullanımına ve araştırmaya katılan katılımcıların, platform dilinin/jargonunun siyasetçi diliyle uyuşup uyuşmadığına yönelik vermiş oldukları cevaplar incelediğinde, bunun yanında siyasetçinin gündelik hayatta kullandığı dilin veya mitinglerde kullandığı dilin Twitch.tv’ye uygun olup olmadığı analiz edildiğinde katılımcıların çoğu siyasetçilerin kullandığı dil ile Twitch.tv’de kullandığı dilin uyuşmadığını ve siyasetçiler tarafından kullanılmasının hoş karşılanmadığını belirtmektedir.

Katılımcı K29’un dil kullanımı konusundaki ifadelerine bakıldığında, Twitch.tv’de kullanılan dilin, kısaltmaların ve *emotes*’ların siyasetçiler tarafından yeterli seviyede kullanılamayacağını ve zorlanacağı; K21’nin ise siyasetçilerin bu dile alışabilmeleri için fazlaca zaman harcamaları gerektiği ve bu kullanımın samimiyetten uzak bir şekilde olacağını belirttiği görülmektedir:

“Uyuşmuyor fakat daha çok siyasetçiye zorlayacak bir şey olarak düşünüyorum bunu. Çünkü Twitch’e giren insanlar, Twitch kullanıcısı zaten farklı jargonlara hâkim ve bu jargon onlardan bir tanesi de Twitch’te kullanılan dil sadece. Siyasi kişilik için zor olur diye düşünüyorum, işte chat’te yazılanları okumada ya da emotes’lar” (K29, 09.04.2023);

“Yeni kuşak diyelim çok sıradan olacak ama yani farklı anlamlar katıyoruz kelimelere ya da ve benzeri unsurlara. Ama mesela siyasetçiler bildiğimiz gibi biraz daha yaşça bizden büyükler ve bunlara alışık değiller. Alışabilirler mi evet ama bunun için vakit ayırmaları lazım. Bana samimiyetsizce gelir çünkü yani herhangi bir genç bile olsa bir kişi buraya geldiğinde hemen öyle alışamaz ve bunu uygulayamaz günlük hayatına oradaki kelime şeylerini. O yüzden yani derim ki yani tamam sen bizden oy almak istiyorsun ama hoş değil derim yani kendimce” (K21, 10.04.2023).

Diğer bir katılımcı ise siyasetçilerin Twitch jargonuyla konuşmasının ve bu platformdaki *emotes*’ları kullanmalarının yeterli olmayacağını, yapmacık olacağını ve samimi gelmeyeceğini belirtirken,

“Yani ben açıkçası çok hoş karşılamam gibi düşünüyorum. Belli bir çizgide gitmeleri ve hani bana sırf yaranmak için onu yapıyor olduklarını bileceğim için ama bak ben tatlılık yapıyorum, ben şöyle gençleri anlıyorum şeyiyle yapılacağını bildiğim için bana samimi gelmez hayır” (K31, 11.04.2023), diğer katılımcılardan K30 ise bu düşünceye paralel bir şekilde düşünerek siyasetçi tarafından böyle bir dil kullanımının samimi olmayacağını belirtmektedir:

“Yani farklı evet aslında uyumuyor ama bir şekilde bence bu siyasetçiler bu Twitch diliyle kesinlikle konuşmamalı. Daha çok böyle gençlere hitap eden günlük hayatta konuşmuş gibi ama yine de hani bir politikacının siyasetçinin kullanacağı şey kelimelerle daha çok günlük hayatta nasıl konuşuyorsa öyle konuşmaları daha uygun olur. Ama bu Twitch’teki kullanılan kısaltmaları falan kullanmaları bana açıkçası çok samimi gelmez rol yapıyorlarmış gibi gelir. O yüzden bunları kullanırlarsa bana samimi gelmez” (K30, 10.04.2023).

Katılımcılardan K27 ise, siyasetçiler ve Twitch.tv platformundaki dilin birbiriyle uyummadığını ve siyasetin ciddi bir iş olduğunu belirtirken, bu dilin siyasetçiler tarafından kullanılmaya çalışılmasının Twitch.tv kitlesi üzerinde kötü etki yaratacağını ifade etmektedirler:

“Yani uyumuyor aslında siyaset biraz ciddiyet istiyor. Emotes’lar fazla eğlenceli siyaset için, bazıları fazla şey komik kaçır siyaset için böyle emotes’lar, Yani bu tarz bir dil. Biraz takım elbise ciddiyet gerektiren bir şey ya. Bazı siyasetçiler sempatik gözükmek için bazı şeyleri çok yapmacık yapıyor. O noktada kötü izlenim yaratabilir” (K27, 07.04.2023).

Diğer bir katılımcı ise, siyasetçilerin Twitch.tv platformunun oluşturduğu dile yabancı olduğunu, bu sebeple yeterli kitleye ulaşamadığı ve bu dilin bir şekilde kullanımından ziyade bu platformun oluşturduğu dile ve kültüre öncelikle saygı duyulması gerektiğini belirtmiştir:

“Kesinlikle uyuştuğunu düşünmüyorum. Gençlerin kullanım diline, gençlerin aslında duymak istedikleri dile kesinlikle birkaç tane siyasetçiye bunun dışında tutuyorum, inemiyorlar. Dolayısıyla aslında beklenen etkiyi de karşı tarafa oluşturamadığından Twitch yayınlarından yeterli kitleye ulaşabildiklerini düşünmüyorum. Bazıları çok aşırıya kaçarak tamamen kendisini karşı tarafa kabullendirebilmek amaçlı gençlerin jargonunu kullanmaya çalışıyor. Ben bunun da yanlış olduğunu düşünüyorum çünkü gençlerin istediği şey tam olarak aynı jargonu siyasetçiden duymak değil bu jargona saygı duyulması, Z kuşağı diye ayrıştırma yapılmaması ve bir şekilde samimiyetle kabullenilip, karşı tarafın düşüncelerinin anlaşılması. Yani tam olarak aynı dilin kullanılmasını istemiyoruz lakin bu dile saygı duyulup bu şekilde iletişim kurabilmeyi istiyoruz” (K26, 07.04.2023).

Katılımcılardan K24 ise, dil kullanımına ilişkin diğer katılımcılardan daha farklı bir görüş belirterek, kullanımın hangi siyasetçi tarafından yapıldığının önemine dikkat çekmektedir. Eğer internet ortamını veya Twitch.tv’yi bilen bir siyasetçi ise oldukça samimi geleceğini söylerken, internet ortamına aşina olmayan bir siyasetçinin bu platformda olmasının samimi olmayan bir davranış olarak nitelendirmiştir:

“Taylan Yıldız yanlış hatırlamıyorsam, İyi Parti Milletvekili Antalya’dan olması gerekiyor ya da İstanbul’dan da olabilir. Mesela o zaten eğitimi sosyal medya üzerine almış ve sürekli olarak gençlerle etkileşim halinde, o mesela kullandığın zaman bana yanlış gelmiyor ama çıkıp da Recep Tayyip Erdoğan zaten bunu yapmaz ama yaptığı zaman da ıyyyıyyy derim yani hani olmaz bence” (K24, 06.04.2023). Bu ifadeler ek olarak K19 ise, bu dilin siyasetçiler tarafından kullanılmasını,

“Yani o siyasetçinin samimiyetine bağlı bir şey bence hani. Her siyasetçi kullanırsa aynı şey olmaz ki rol olarak da gözükebilir bence” (K19, 10.04.2023) şeklinde açıklayarak siyasetçiye göre dil kullanımının önemli anlamlar ifade edeceğini söylemektedir.

Sosyal medya platformlarında birçok ifade biçimi var olup, bazı kullanılan ifade biçimlerine bakıldığında SJ ifadesi, Twitter, Facebook, Instagram, Reddit, Youtube ve Twitch.tv vb. platformlarda sıklıkla kullanılan bir ifade biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. SJ, sosyal medya platformlarında çoğunlukla bir açıklamayı ya da bir konuyu yermek için kullanılmaktadır. Örneğin artık zamanı geçmiş ya da günümüzde komik olmadığı düşünülen bir postun altına SJ yazarak, paylaşımı yapan veya gönderiye paylaşan kişileri yermiş olursunuz (Küçük, 2021; Şirin, 2021). Türkiye’de sosyal medya platformlarında “İnternetçi Abi” olarak tanınan Taylan Yıldız’ın, Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk’un Twitter’da herkesin yapmış olduğu “#20liyaslarchallenge” paylaşımını (Şekil

2.23.) yererek hem oyun, hem Twitch.tv hem de internet platformlarında sıklıkla kullanılan bu ifadeyi siyasetçilerin uygun bir zaman ve bağlamda nasıl kullanabileceğini göstermektedir.

Şekil 2.23. Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk’un #20liyslarchallenge Paylaşımı



Yukarıdaki K24 ve K19’un ifadelerini özetleyen bir açıklama ise katılımcı K7’den gelmiştir. K7’ye göre bir siyasetçi Twitch.tv jargonundan ziyade siyasetçinin hitabetinin nasıl daha iyi olabileceği konusunun daha önemli olduğunu, insanların bundan daha çok etkilendiğini ve siyasetçiler tarafından bir *emotes* ya da kısaltma kullanılacaksa bunun yeri ve zamanına oldukça dikkat edilmesi gereken bir husus olarak belirtmektedir. Bağlam içerisinde bu ifadelerin daha iyi anlaşılacağını Taylan Yıldız (Şekil 2.24.) üzerinden örnek vererek açıklamaktadır:

“Bence şöyle uyuşması gerekmediğini düşünüyorum ben. Çünkü bence hani benim düşündüğüm, bizim ülkemizde siyasetçilerin gerçekten normalden biraz farklı olması gerekiyor. Çünkü Türk toplumu biraz statücü

ve bazı insanları olduğundan daha büyük görmeyi çok seviyorlar ve bu insanların onlara gerçekten muhabbet eder gibi konuşmasını değil de sanki vaaz verir gibi bir hitabeti olmasını daha çok beğeniyorlar. O yüzden bence, ki gençler de bundan etkileniyorlar bana göre. Gençler hani şimdi baktığımızda Tayyip Erdoğan'ın en çok öne çıkan yeteneği neredeyse hitabeti ve birçok insan bu şeyden etkileniyor ve söylediklerinden tamamen bağımsız olarak ben de kendisini hitabet yeteneği çok iyi olduğunu düşünüyorum ve bence kendisinin bu kadar süre başta tutan şeylerde biri o yüzden bence uyuşması gerekmiyor. Bunlardan Twitch jargonuna uygun, istediğimiz gibi konuşmalarını beklemek bence doğru olmayacaktır. Bu ifadelerin aslında benimsenmesi ve kullanılması güzel bir şey bence ama bence kullanıldığı yerin de çok önemi var. Yanlış hatırlamıyorsam Taylan Yıldız İstanbul Belediye Meclisinde mi, öyle bir yerde “SJ” çıkarmıştı, “SJ” çıkarmıştı birçok insan da garipsedi. Aslında yani bizim yaş grubumuz bunu çok komik ve eğlenceli bulmuştu ama pek çok insanda ne diyor bu muhabbetine düşmüştü. O yüzden bence bunun bu benimseme ve benzeşmenin biraz daha kısıtlı yapılması gerektiğini düşünüyorum” (K7, 07.04.2023).

Şekil 2.24. Taylan Yıldız'ın İBB Meclisinde S ve kadim dostu J Kullanması, Reddit



Yukarıdaki ifadelere yönelik zıt bir görüş ise Katılımcı K13'ten gelmiş olup, K13'e göre, siyasetçilerin *emotes* ve kısaltmalar kullanmalarının temel nedeninin bir gösterişten ibaret olduğunu ve zaten siyasetçiler ile Twitch.tv platformunda kullanılan dilin ortak bir paydada yer alamayacağını vurgulamıştır:

“Ya ben biraz cringe olabilir. Çünkü yani bilmediği şeyler için bir insanın sadece yönlendirilerek yapıldığını düşündüğüm hareketler bana samimi gelmez. Atıyorum şu şekilde öğrenmiş olursa, hani yayında normalde birisi yani başka bir yayıncı ona yardımcı oluyor, mesela bir yanda -O7- yazdılar, işte hani eli kafasında asker selamı, hani abi bu ne diye sorsa falan herkesin önünde, ondan sonra kullansa samimi gelir de hani böyle sırf Twitch izliyormuş, takip ediyormuş gibi gözükme için böyle şeyleri bir yandan kullanmaya başlarsa bana -Cringe- gelir şahsen. Biraz gösteriş olur diye düşünürüm” (K13, 09.04.2023).

Katılımcılardan K6’da K13’ün kullanmış olduğu ifadelere benzer bir ifadeyle bu platform dilini kullanan siyasetçilerin samimi olmadıkları ve *emotes*’ların bir ifade biçimi olmasından kaynaklı siyasetçiler tarafından doğru yer ve zaman içerisinde kullanılmayacağını, bu sebeple anlam kayıplarına neden olacağını belirtmektedir:

“Samimiyetine inanmam gerekiyor, yani büyük ihtimalle emotes kullanan bir siyasetçi de hani emoji kullanan anneannem kadar falan samimi olabilir benim için. Hani sanmıyorum o orada var diye ona basıyor. Hatta birçoğu şu yüzden basıyor, abi gençler sürekli bunu kullanıyor, ben de. Bunu bir büyük ihtimalle de yanlış kullanacaklar hani çok ciddi bir şeye -KAPPA²-



falan, bir şeyler atacaklar” (K6, 07.04.2023).

Son olarak K4’ün ifadelerine bakıldığında ise siyasetçilerin dilinin platform dilinden çok farklı olduğunun ve bu platform dilini kullanmalarının oldukça komik ve platformun tabiriyle “*cringe (utanç verici)*” olacağını altını çizmektedir:

“İnanılmaz cringe oluyor. Bir siyasetçinin ağzından LOL, o7³ tarzı böyle laflar duymak istemem yani baya cringe olur. Platforma daha aşına olduğunu göstergesi değildir. Bence ya zaten bunu cringe olmasının sebebi siyasetçinin zaten platformda ne kadar aşına olup olmadığı dışarıdan bakınca çok belli oluyor ve bizim ülkedeki siyasetçilerin aşırı yaşı olması, gerçekten hiçbirinin genç olmaması, hepsinin 50 küsur dersem yanlış olur, 60 küsur yaşında hepsi. O yüzden yani çok şey durmuyor yani, aşına olabileceklerini sanmıyorum. O tarz kelimeleri kullanmaları da çok cringe oluyor dediğim gibi. Muharrem İnce’nin hatta böyle bir örneği var yani. İşte seçimden sonra “Last of Us” oynamaya, 2 el “Last of Us” atalım tarzı falan



2 Kappa ifadesi (veya sadece "kappa" kelimesi) bir mesajın sonunda kullanılır veya sohbette alay, ironi veya sadece trolleme eylemini ima etmek için spam olarak gönderilir Bir yayıncı, gözlerinizi devirmenize veya alaycı bir şekilde alkışlamanıza neden olan bir şey yaparsa, kullanılacak ifade budur (Alexander, 2018).

3 *Emotes* O7 (genellikle "o7" olarak yazılır) "Seni Selamlıyorum" anlamına gelir. O7 ifadesinde, O harfi bir baş veya yüzü temsil eder ve 7 rakamı askeri tarzda selam veren bir kol ve eli temsil eder (Cyber Definitions, Tarih Belirtilmemiş).

çok şey değil yani, hoş değil, çok komik duruyor” (K4, 06.04.2023).

Diğer taraftan platform diliyle siyasetçilerin kullandıkları dilin uyuşabileceğine dair ifadeler incelendiğinde, teze katılım sağlayanlardan 2 kişi bu konuda görüş bildirmiştir. Bu görüşlerden bir örneğe bakıldığında ise aslında dilin uyuşmasından ziyade, siyasetçilerin bu platformda kullanılan kelimeleri kullanarak genç kitleyle iletişime geçme çabasında olduğunu görmekteyiz. Katılımcı K8’in bu konudaki ifadesine bakıldığında:

“Ya bambaşka diller özellikle ama siyasetçilerin buna ayak uydurabileceklerini düşünüyorum. Yani bir ara Kılıçdaroğlu -boomer⁴- diyordu iktidara, onu buluyorum. Ama işte dedim yani Kılıçdaroğlu, örneğin biraz gençlere hitap etmeye çalıştığı için kendini onların diline de entegre etmeye çalışıyor, benim bahsettiğim şey de buydu. İşte bir yakınlığa, gençlerle yakınlaşmaya çalıştığını düşünüyorum yani o yüzden iyi görüyorum bunu” (K8, 08.04.2023) şeklinde vurguladığı anlaşılmaktadır.

3.3.6.1. Twitch.tv Jargonunun Siyasete Uyarlanması

Twitch.tv’de sohbet *chat* kısmında kullanılan *emotes*’ların, ifade biçimlerinin ve kısaltmaların siyasetçilerin dil kullanımı değiştirip değiştirmediğini veya mevcut siyaset dilini dönüştürüp dönüştürmediğine dair elde edilen bulgular üzerinden bakıldığında, genel anlamda Twitch.tv platformunun dil konusunda siyaset dilini dönüştürdüğü, Twitch.tv jargonunun siyasete belli bağlamlar ve koşullarda siyaset diline uyarlanabileceği sonucuna ulaşılırken, katılımcılardan birkaçı Twitch.tv jargonunun siyaset diline entegresinin oldukça zor olduğunu belirtmektedir.

Katılımcılardan K17, K16 ve K6, Twitch.tv dilinin siyasete uyarlanabileceğini ve zaman içerisinde bu platform kullanıcılarının ve gençlerin gün geçtikçe yaşlarının artması nedeniyle burada kullanılan kısaltmaların ve Twitch.tv jargonunun artık siyaset sahnesinde yer alabileceğini belirtmişlerdir. K17, dünyanın sürekli olarak bir değişim halinde olduğunu ve siyasetçilerin dillerinin de bu değişime ayak uyduracağını

⁴ Boomer, baby boomer kuşağı ve daha genel olarak yaşlı insanlarla ilgili kapalı fikirleri seslendirmek veya reddetmek için genellikle esprili veya ironik bir şekilde kullanılan viral bir internet argo ifadesidir (Dictionary.com, 2021).

söyleyerek, Twitch.tv’de yer alan *emotes*’ların ve kısaltmaların siyaset diline uyarlanabileceğini belirtmektedir:

“Ya şöyle aslında yani dediğimiz gibi dünya da değişiyor. Bu değişen dünyada değişen gündemde tabii ki siyaset artık 100 yıl öncenin hani yüz yıl çok oldu bence ama 40 yıl 50 yıl öncenin siyasetiyle aynı çizgide gidecek diye bir şey yok, bu sertlikte, bu ciddiyetle gidecek diye bir şey yok. Ama dediğim gibi bu değişen dünyada büyük ihtimalle hani 2030’lara geldiğimizde öyle bir şey mümkün görünüyor bence. Kısaltma olarak aslında belki bu seçim şeyleri oluyor ya mesela Ekrem İmamoğlu’nun ‘her şey çok güzel olacak’ gibi tarzı. Bunu mesela kısaltma haline getirilip veya başka türlü bir şeye indirgeyip sürekli böyle burada dile getirilebilir. Bu tarz şeyler sloganlar belki kısaltılabilir vesaire. Çok gelmiyor aklıma bu geldi yani” (K17, 09.04.2023).

K16 ise, gençlerin gelecek yıllarda siyaset sahnesinde yer alabileceklerini ve bu alanda şans bulabileceklerini öngörerek, siyaset dilinin bu nedenden dolayı değişebileceğini vurgulamaktadır:

“Tabii uzun bir süreç olur da bu ama şimdi gelecekte mecliste olacak kişiler şu anki Twitch kullanıcıları da olabileceği için çünkü genç neslin büyük bir nesil Twitch kullanıyor çoğunluğu, yavaş yavaş işte bu yaşlı jenerasyon meclisten ayrıldıkça bence değiştirilebilir” (K16, 09.04.2023).

Katılımcılardan K6, Twitch.tv jargonunun siyaset platformda yer almasını direkt olarak platformda “İnternetçi Abi” olarak tanınan İBB İyi Parti Meclis Üyesi Taylan Yıldız’ın bir kullanımına örnek vererek açıklamaktadır. Taylan Yıldız’ın Twitch.tv’de ve internet platformlarında kullanılan bir kısaltmayı İBB meclisinde kullanmasının siyaset dilini dönüştürdüğünü ifade ederken, K15 ise K6’nın ifadelerini destekleyerek, Taylan Yıldız’ın bu jargonu kullanmasının onu gençler arasında daha tanınır hale getirdiğini belirtmektedir:

“Yani direkt emotes olarak örnek veremem ama işte yine Taylan Yıldız’dan örnek vereceğim; çıkıp “s ve kadim dostu j” diye grup toplantısında şey yapmıştı ya da meclis konuşmasında göstermişti yani. Hani bu da aslında bir meme, aynı şekilde. Sanırım Teyfik Göksu bir şey diyordu Taylan Yıldız’a ve Taylan Yıldız sizin bu dediğinize ben şunu derim diyerek karton çıkardı. Birinde S, diğerinde onun kadim dostu J. E tabii çok büyük bir şey var şu an bizden sonra gelecek olanlar, belki bir 10 yıl sonra şu an 9-10 yaşındakiler işte o zaman reşit oldukları zaman hani biz hem onları anlayabileceğiz hem de çok daha büyük bir kitle olacağız. İşte o zaman çok

iyi yani ileriki bir zamanda gerçekten 'meme'lerin' siyasete yansıdığını göreceğiz ya da işte 'emotes'ların' (K6, 07.04.2023).

"Taylan Yıldız'ın 'S ve J' ifadelerini kullanmasına K15'te örnek vermiş; 'evet uyarlanabilir, o şekilde [S ve J ifadelerini göstererek] gündem oldu o adam. Hani şey oldu belli kitlelere ulaştı o dili kullanarak. Bütün mizah sayfaları paylaştı o adamı. O adam şu anda biz onun adını söyleyebiliyorsak atıyorum A ilinin milletvekilinin söyleyemiyorsak bunun sayesinde yani" (K15, 09.04.2023).

Diğer katılımcıların ifadelerine bakıldığında, Twitch.tv dilinin siyasete uyarlandığı ve belli *emotes*'ların ya da *meme*'lerin siyasetin içerisine girdiğini ifade ettikleri görülmektedir. K29 bu süreci Twitch.tv platformundan örnek vererek, abone olduğunda Twitch.tv kanal sahiplerinin aboneleri belli seslerle karşıladığını, bu sesin siyasetçilerin sesi olarak kullanıldığını, bunun aslında mizah amaçlı yapıldığını ve asıl siyasetin Twitch.tv platformunu daha çok değiştirdiğini ifade etmektedir:

"Zaten uyarlanıyor yani siyasetçilerin emotes'ları yapılabilir ya da işte abone sesi bir siyasetçinin sesi olabiliyor ama bunlar şakayla karışık yapılan şeyler zaten. Siyaset Twitch'i değiştirebiliyor ve değiştirebilir zaten tüm sosyal medya platformlarını değiştiriyor ama Twitch'in siyaseti değiştirebileceğini düşünmüyorum" (K29, 09.04.2023).

Katılımcılardan K18 de bu Twitch.tv dilinin siyaset alanının uyarlanma sürecinde mizah olarak kullanılabileceğini ve sanal ortamda yapılacak siyasi propaganda sürecinde oldukça etkili olabileceğini şu şekilde açıklamaktadır:

"Şöyle aslında bence yani bu dil aslında bir internet dili yani bunu gerçek hayata bence geçirmemize gerek yok. Ama internet ortamında yapılan siyasette kullanılabilir bence. Ama gerçek hayatta emotes atılamaz yani mesela yani. Bence çok komik ve güzel olur yani o emotes'lar. Mesela partiler birbirleriyle şakalaşsa mention'larda ne kadar güzel olur" (K18, 10.04.2023).

K27 ve K1 ise Twitch.tv jargonunun siyasete uyarlanmasının belli dönemlerde çok daha iyi olabileceğini ve özellikle belli gündem konularına ait açıklamalarının daha çok göz önüne çıkaracaklarını vurgulamaktadırlar:

"Aslında şöyle olabilir. Siyasetçilerin belli dönemlerde öne çıkardığı konular oluyor mesela bir dönem Kılıçdaroğlu 128 milyar dolar olayını baya öne çıkarmıştı. Aslında bu bir 'emotes' olarak kullanılabilir eğer siyasiler Twitch'te bulunursa yani bu tarz konular, böyle küçük minik reklamlar gibi yani reklam da değil de bu, nasıl söylenebilir bilemedim. Göz önüne getirir biraz. Ya meme'e dönüşür aynı zamanda" (K27, 07.04.2023).

“Bence bu bunu kesinlikle düşünüyorum çünkü hatta arkadaşımızın kanalında da mesela ona özel emotes yapıldı örneğin. Yani çok böyle o gündem olan, sıcak gündem olan bazıları emotes yapıp onunla ilgili şey yaptığımız çok da oluyor. Örneğin bazen de Türk bayraklarıyla hani bir gündem olunca türk bayrağı emotes basmak bazen şey oluyor. Böyle hem komik hem de güzel bir anı oluyor mesela. Onun gibi bence böyle emotes’lar çok tatlı hem de iyi entegre edilebilir diye düşünüyorum” (K1, 05.04.2023)

Twitch.tv jargonunun, kısaltmalarının, meme’lerin ve emotes’ların siyasete uyarlanamayacağı konusunda görüş bildiren katılımcıların ifadeleri analiz edildiğinde, hem Twitch.tv hem de siyasetçilerin karşılıklı olarak bu sürece katkı sağlayamayacakları görüşü hakimdir. K25, siyaset sahnesindeki insanların değişmediği sürece bu dilin entegrasyonunun sağlanmasının kolay olmayacağını belirtmektedir:

“Sanırım o kadar dönüştürücü bir etki yaratacağını düşünmüyorum. Ancak şöyle olabilir, seçim dönemlerinde ya da gençlere ihtiyaç duydukları anlardaki bu genelde işte kendi çıkarlarını gözetecek durumlarda olabilir. Eğer gerçekten onların oylarına ihtiyaçları varsa bazı böyle koşullar altında belki dönüştürüyormuş gibi görüneceğini düşünüyorum ama dönüştüreceğini sanmıyorum çünkü siyasiler aynı kalıyorlar, aynı insanlar uzun yıllar aynı yerlerde aynı konumlarda bulunuyorlar o yüzden kolay değişeceğini düşünmüyorum” (K25, 06.04.2023).

K11 ve K19 ise Twitch.tv jargonunun siyasete uyarlanamayacağını, bunun temel sebebinin de Twitch.tv kullanıcıları ile mevcut siyasette yer alan kişilerin arasındaki kuşak ve yaş farkı olduğunu söylemektedirler:

“Yok, hiç açıkçası düşünmüyorum o kadar direkt olarak siyasetin içine gireceğini bu sosyal medya jargonunun. Yani yaştan dolayı olduğunu düşünüyorum artık. Yani tabii ki gün geçtikçe daha da içeriye giriyor ama hiçbir zaman direkt entegre olamayacaklar zaten” (K19, 10.04.2023).

“Hayır ya çünkü türkiye’de siyaset çok yaşlı bir şey yaşlılar tarafından yapılıyor bunları algılayabileceklerini sanmıyorum ya da algılasalar bile kullanmazlar” (K11, 08.04.2023).

K8’e göre, çoğunlukla genç kitleler tarafından kullanılan Twitch.tv jargonunun siyaset diline uyarlanabileceği fakat siyaset dilinin tamamen dönüşmemesi gerektiğini, çünkü siyasetçilerin temel amacının sadece gençlerden ziyade tüm halkla iletişime geçmesinin önemli olduğunu açıkça belirtmektedir:

“Yani çok düşünmüyorum. Hatta bence bu tarz şeyler siyasetin dilini değiştirmemeli her ne kadar çünkü siyaset sonuçta herkese hitap etmemiz

gerekse de gençlere hitap edeceğiz diye de çok daha büyük bir kesimi de şey yapamayız ve sonuçta siyaset ülke yönetimi için vardır yani üsluplu lazım öyle hani gençlere hitap etmek için o dil kullanılabilir ama genele yayılmaması lazım ben öyle düşünüyorum” (K8, 08.04.2023).

Son olarak, elde edilen verilerden hareketle, platform kültürüne, diline ve yapısına hâkim olduğu takdirde siyasi aktörlerin daha samimi olarak görülmesinin önü açılacak olup, Twitch.tv jargonunun dil kullanımı bağlamında siyaset dilini belli koşullarda dönüştürdüğü ve belli bağlamlarda uyarlanabileceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunların dışında, diğer görüş belirtenler ise siyaset sahnesindeki insanlar değişmediği takdirde siyaset ve Twitch.tv dilinin bir uyum içinde olamayacağına kanaat getirdikleri görülmektedir.

3.3.7. Twitch.tv, Siyaset ve Siyasal İletişim Süreci

Sosyal medyanın ve özellikle internet ve sosyal ağların yaygınlaşması, siyasi mesajlara maruz kalmayı çok daha fazla hale getirmekte, sadece kampanyanın reklam mesajlarıyla değil, adayın medyadaki görünümüyle de potansiyel seçmenlerde çok daha fazla algı oluşturmaktadır. Sosyal ağlarda takip ettiğimiz siyasetçi veya siyaset konuşulan hesaplar, canlı yayın esnasındaki sohbetin içeriğine, görsellere, sözlere, jestlere ve mimiklere adayları seçmenlere tanıtmak için günümüzde siyasal iletişim sürecinde oldukça önem verilmektedir (Cuenca Aliaga 2020, s.22). Bu bağlamda Twitch.tv, başlangıçta oyun yayınlarının yapıldığı bir platform olarak ön plana çıkmış olsa da sonrasında bu platformun oyun kültürü ve e-spor aracılığıyla beraber daha popüler hale geldiğini görmekteyiz.

3.3.7.1. Twitch.tv’de Siyasetçilerin Yer Almasına İlişkin Katılımcı Görüşleri

Oyun kültürüne olan yakınlığı ile ön plana çıkmasına rağmen “Sadece Sohbet” kategorisinin her geçen gün daha popüler hale gelmesi, çeşitli konuların konuşulması ve canlı yayın ile bu kültürün içerisinde yer alan Twitch.tv izleyicilerinin siyaset ve toplumsal gündeme olan ilgileri seneler içerisinde gittikçe artmıştır. Bu sebeple, siyasetin bu

platformda konuşulması ve siyasetçilerin bu platformda yer almasının Twitch.tv kullanıcıları tarafından kabul görmesini zorlaştırıp zorlaştırmadığı irdelendiğinde, katılımcıların genelinin siyasetçilerin bu platformda çeşitli nedenlerden dolayı kolaylıkla kabul göreceğini anlaşılmaktadır.

Bu nedenlerin ilkinde bakıldığında, platformu ilk kez kullanmaya başladıklarında 18 yaş altı olan ve oyun kültürüyle büyüyen platform kullanıcıları artık 18 yaş üstünde bireyler olduklarını ve yaşları büyüdükçe ilgilerinin de değiştiği belirtmişlerdir. Katılımcılardan K3, siyasetçiler platformda katılımının zorlaşıp zorlaşmadığını şu şekilde açıklamaktadır:

“Hayır hocam düşünmüyorum. Mesela dediğim gibi 2015’te insanlar bu platformu oyun amaçlı kullanıyordu. Sonra bu platformdaki insanların çünkü o dönem mesela benim gibi 12-13 yaşındaki çocuklar kullanıyordu ama zamanla bu platformdaki insanların yaşı büyüyünce yani 20-21 yaşına gelmiş adamlar oluyor, oturup 4 saat-5 saat boyunca oyun yayını izlemez hocam hani. Bu yüzden insanlar biraz daha hani 20 yaşındaki 21 yaşındaki bir insanın Türkiye gündemi de belli hani siyasilerle aynı şey. Hani bu yüzden biraz daha siyasilere doğru bir kaymayı ben yani yaş grubunun, yaş grubunun artmasından dolayı olduğunu düşünüyorum” (K3, 05.04.2023).

Bir diğer katılımcı ise yukarıdaki açıklamayı destekleyen bir açıklama yaparak siyasi figürlerin Twitch.tv platformunda kabul göreceğini nedeniyle birlikte açıklamaktadır:

“Kabul görürler yani çünkü Twitch kitlesinin eskiye göre daha da artık büyüdüğünü düşünüyorum. Çünkü ya kendimden açıkçası örnek verebilirim. Biz buraya Twitch’e ilk girdiğimizde mesela daha küçüktük, çok daha küçüktük. En azından oy kullanabilecek yaşta değildim, arkadaşlarım da aynı şekilde. O zamanlar aslında yaş kitlesi de aşağı yukarı böyleydi çünkü o zamanlar hani yeni teknoloji neslinin aslında Z kuşağı birazcık bu işin içindeydi ve artık oy kullanabilir seviyeye ulaştık o yüzden yaş olarak artık yeterli seviyeye ulaştılar bence” (K17, 09.04.2023).

İkinci nedene bakıldığında ise geçmişe göre Twitch.tv’de artık her yayında kısa da olsa siyaset hakkında bir şeyler konuşulduğu ifade edilmiştir. Bu sebeple de platformun zaman içerisinde değişmesi ve her platformda siyaset hakkında tartışmaların yer alması nedeniyle siyasetçilerin zamanla bu platformda kabul göreceğini K12 ve K19 şu şekilde belirtmektedirler:

“Şöyle bunu bana gerçekten 6-7 sene önce sorsanız evet derdim. Şu an diyemiyorum çünkü mesela ben Twitch’te izlediğim yayıncıların asla siyasetle uğraşmasını istemezdim ama siyaset öyle bir duruma geldi ki hayatımızın her anında her köşesinde. Ya ben apolitik, ben siyasetten uzaklaşıp, ben sadece oyun oynamak istiyorum, ben sadece onu görmek istiyorum diyen bir insanın bile her an hayatını hayatında oluşturduğu zorlukları hissedebileceği bir duruma geldi. Bu adam da [Siyasetçi] beni gelip buraya aklımı çelmek diyeceğim yanlış olacak, hani beni ikna ediyor, benim düşüncelerime önem veriyor, isteğimi anlamış benim, buraya gelmiş benim için çabalıyor” (K12, 08.04.2023),

“Zamanla bu zor oldu. Just Chatting’in kabul edilmesi, o Just Chatting de şimdi siyasete evrildi ağırlıklı olarak. O yüzden siyasetçiler bunlar 2 sene önce mesela öyle bir şey olsa bu kadar popüler olsa yadırganabilirdi, bunun yeri burası değil denebilirdi ama bugün öyle bir şey olduğunu düşünmüyorum ben” (K19, 10.04.2023).

Tez katılımcılarından K5, siyasetçilerin bu platformda kabul görebileceklerini popüler Twitch.tv kullanıcılarından Taylan Yıldız örneği üzerinden vermektedir:

“Yok gençlerde bence bir sıkıntı yaratmıyordur ama yaşlılar baktığında yani ya da yetişkinler baktığında bu siyasetçiler burada ne yapıyor, oyun mu oynuyorlar falan tarzı yorumlar yapabilirler belki ama gençlerin aksine hoşuna falan gidebilir herhalde. Ya Taylan Yıldız örneği bence baya kabul gördü. Hatta Taylan Yıldız zaten öyle tanındı. Adını öyle biliyorum ben” (K5, 06.04.2023).

Twitch.tv oyun kültürüyle ön plana çıkması nedeniyle “a-politik bir alan” (Ruiz-Bravo vd., 2022) olarak ifade edilmiştir. Bu topluluğun üyeleri tipik olarak kendilerini a-politik olarak görürler. Örneğin, 2020'nin başlarında Epic Games şirketinin CEO'su, "Şirketler olarak kendimizi siyasetten ayırmamız gerekmektedir, platformlar olarak tarafsız olmalıyız" demiş olsa bile ve hâkim norm siyasetin dışında kalmak olsa da, tarihsel olarak, endüstrinin ve platformlarının parçası olan farklı siyasi gündemler/temalar/ideolojiler olmuş ve oluşmuştur. Bu tür gündemler, savaş oyunlarında, stratejik oyunlarda veya fantezi/distopya oyunlarında ve diğerlerinde kendini göstermektedir (Ruiz-Bravo vd., 2022 s.3171). Bu gibi durumlar ve Twitch.tv'nin *chat* özelliği sayesinde mobilizasyona olanak sağlaması, Twitch.tv'yi a-politik bir ortamdan daha politize olmuş bir ortama dönüştürmektedir. Bu bağlamda diğer bir katılımcı ise oyun kültürünü yaratan kitlenin artık daha politize olmuş bir şekilde platformu kullanmaya devam ettiğini, siyasetin ya da siyasetçilerin bu platformda kabul edilmesinin Twitch.tv kullanıcılarının politize olmasıyla doğru orantılı şekilde olduğunu; buna ek olarak diğer

bir katılımcı ise, bu platformda herkesin paylaşım yapabileceği ve yer bulabileceğinden dolayı siyasetçilerin bu platformda rahatlıkla kabul görebileceklerini şu ifadelerle belirtmişlerdir:

“Oyun kültürünün çıkmasını ya bu zamanla kırıldığını düşünüyorum ben bu bakış açısının öncesi mesela 7 sene önce bu soruyu sorsanız tamam siyasetçilerin Twitch platformunda ne işi var diye bir tepki verirdim, garip olurdu. Ama zamanla bu kırıldı. Neden yayıncılar da daha politize izleyiciler de daha politize 2 taraf da simetrik bir şekilde politize olduğu için bir pozitif korelasyon görüyoruz ve gence şey oluyor; izleyiciler politize oluyor sonuçta bu algı kırılıyor” (K10, 08.04.2023)

“Hayır düşünmüyorum. En azından yine bizim kuşaktan, etrafımdan örnek veririm eğer; zaten siyaset bir oyun gibi geliyor bize. Bir başka noktadan da bizim aşına olduğumuz bir yere, nereye alakalı olursa olsun yani bağlamı ne olursa olsun, biri sırf bizi dinlemek ve kendini anlatmak için gelirse kabul görebilir bence. Hani bunun bir oyun platformunu çıkmakla, bir belediye toplantısının canlı yayını izlemek ve orada olması dışında hani bunları ikisini karşılaştırsak birinde doğrudan etkileşim kurabiliyor olmam öbüründe televizyondan izliyor olmam dışında herhangi bir fark yok” (K24, 06.04.2023).

Siyasetçilerin bu platformda kabul görmesini sağlayan bir diğer önemli husus ise platformda çeşitli ya da yeni yeni kategorilerin oluşmasıdır. Yayıncıların farklı kategorilerde yayın yapabileceği ve izleyicilerin de farklı kategorilerde zaman geçireceği 100’den fazla içerik mevcuttur (TheEmergence.co.uk, 2020). Katılımcılardan K7, oyun dışı yayınların ve kategorilerin gittikçe popüler olmasını ve sohbet kısmında her konunun konuşulmasından dolayı bu platformun siyasetçilere kapı araladığını belirtmiştir:

“Ben bunun son zamanlarda biraz aşıldığını düşünüyorum çünkü çok yani bu oyun dışı içerikler çok arttı gerçekten. Bu Twitch’in bence sadece hiçbir oyun özünü kaybetmeden farklı bir yöne doğru yelken açtığını bence söyleyebiliriz. Belki bundan 5 sene önce olsaydı daha zor olabilirdi çünkü 5 sene önce kimse oturup muhabbet eden bir adamı izlemiyordu. Şu an ama izliyorlar, niye? Askerlik anısını anlatıyor sana komik geliyor gülüyorsun vesaire vesaire” (K7, 07.04.2023).

K29 ise yukarıdaki açıklamalara benzer bir açıklama yaparak bu platformdaki her kullanıcının artık bir şekilde siyaset konuştuğunu ve bunun da siyasetçilerin kolay kabul görmesine olanak sağlayacağını belirtmektedir:

“Yani birkaç sene önce olsaydı zorlaştıracığını söyleyebilirdim ama şimdi bence hiçbir etkisi olmayacaktır ya da çok az etkisi olacaktır. Çünkü zaten özellikle Türkiye’de herhangi bir platform sadece siyaset dışında bir şeye odaklı değil şu anda. Herkes her yerde siyaset konuşuyor. O yüzden

biraz daha böyle açık bir şekilde konuşulması, bilmiyorum özellikle de Twitch'te gayet yapılabilecek bir ortam diye düşünüyorum” (K29, 09.04.2023).

Yukarıdaki ifadelere ek olarak, Katılımcı K27 ise, Twitch.tv’nin farklı kategorilerinden ziyade Twitch.tv’de olan farklı toplulukların ve demografik yapının çok farklı unsurlar barındırmasından dolayı belli bir kitle tarafından siyasetçilerin kabul göreceğini ve siyasetçilerin bu platformda olmasını zorlaştırmadığını vurgulamaktadır:

“Bence zorlaştırmıyor çünkü yani her kesimden insanın siyasetle bir alakası var yani olmak zorunda. Bu siyasi görüş yani yediden yetmişe herkes de olmalı, herkes ilgilenmeli, her platformda olabilir. Ya ben dediğim gibi bu oyun kültürü bir noktada bitecek değil ama haber kısmı da çoğalacak. Haber kısmı çoğaldığı zaman şu an siyasetçiler nasıl televizyonlara çıkıyorsa, Twitch'e de daha çok çıkmaya başlayacaklardır” (K27, 07.04.2023).

Siyasetçilerin kabul görmesindeki zorluklara bakıldığında ise kuşak farklılığı bu süreçte ön plana çıkmakta olup, katılım K2 bu konuyu açıklarken bu platformdaki gençlerin siyasetçileri zor kabul edebileceğini ifade ederken aynı zamanda siyasetçilerin de bu platforma ayak uydurabileceği konusunda endişelerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Bu her gördüğümüz kuşak çatışmasına benzer bir durum işte. Twitch’in o konuda ben diğer kuşak çatışmalarından pek de farklı olduğunu düşünmüyorum. Bundan yaklaşık 20 sene öncesinde sizin zannediyorsam çocukluk döneminizde oynanılan atariler vardı, PlayStation oyunları vardı, işte o dönem siz annenize babanıza nasıl açıklamıyorsunuz bu oyunlar arasındaki dili, kültürü şu anda da Twitch platformuna karşı aynı var. Siyasetçiler bizim büyüklerimiz olduğu için bize ayak uydurmakta zorlanabiliyor. Ben bu konuda o kadar bir farklılık görmüyorum, bu olağan bir durum gibi değerlendiriyorum ya” (K2, 05.04.2023).

Diğer bir sebebe bakıldığında ise, katılımcılardan biri bu platformdaki kitlelerin burada siyasetin olmasını istemediğini ve bu platform kültürünü değiştirebileceğini belirtmesi nedeniyle siyasetçilerin bu platformda kolay yer edinebileceğini düşünmemektedir:

“Genel olarak insanlara bakarsanız tabii diğer röportajlarınızda da olacaktır, eee burasının değişmesini istemediğini, kendini buraya ait olduğunu, benimsediğini ve dışarıdan zaten hayatımızın her yeri siyaset ve buraya da gelmesin diyen bir kitle var. O yüzden istemeyenler olacaktır” (K21, 10.04.2023).

3.3.7.2. Katılımcıların Siyasi Kanalları Takip Etme Davranışları

Bu tezin asıl konusu olan siyasal iletişimi ele aldığımızda ve Twitch.tv’yi siyaset ile ilişkilendirdiğimizde bu bölümde bulgular belli başlı parametreler ele alınarak değerlendirilmektedir. İlk olarak bu tez çalışmasına katılan kişilere siyaset bağlamında *“Twitch.tv’de siyaset ve gündem içerikli yayınları, bir siyasi parti kuruluşunu veya siyasi parti liderini takip edip etmedikleri”* sorulmuştur ve bu soruya katılımcılar tarafından gelen cevaplara bakıldığında ise birkaç katılımcı direkt olarak siyasetçiler tarafından açılan kanalları takip ederken, diğer katılımcılar ise çoğunlukla Twitch.tv platformunda siyaset ve gündem içerikli yayın yapan yayıncıları takip etmekte ve bu kişilerin kanallarına gelen siyasetçilerin olduğu yayınları takip etme eğilimindedirler.

Türkiye’deki bazı siyasetçiler Twitch.tv platformunda hesaplar açmış fakat Taylan Yıldız haricinde geri kalan siyasetçilerin hesaplarının aktif kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcılardan çoğu genellikle siyasi içerikli veya gündem tartışmaları yapan kanalları takip ederken; katılımcılardan bazıları ise Taylan Yıldız, Mansur Yavaş, Ekrem İmamoğlu ve Asrın Tok’un (Şekil 2.25) Twitch.tv platformunda yer aldığını ve yayın açtıklarında kanallarından takip ettiklerini belirtmişlerdir. Direkt olarak siyasetçileri takip etme eğilimine bakıldığında bazı katılımcılar bu davranışlarını şu ifadeleriyle belirtmişlerdir:

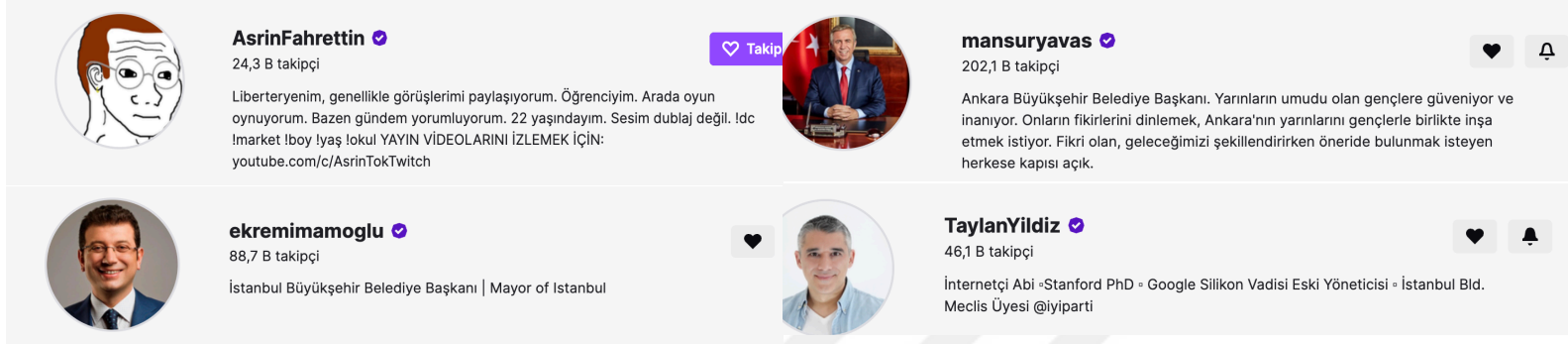
“Evet var. Doktor Taylan Yıldız var kendisi geçtiğimiz yıllarda İstanbul İyi Parti İstanbul Büyükşehir Belediyesi İyi Parti vekiliydi. Bu yıl da sanırım milletvekili aday adayı olacaktı o var başka yok sanırım” (K11, 08.04.2023),

“Sanırım Mansur Yavaş bir kere Jahrein ile bir yayın yapmıştı sanırım, yanlış olabilir bilmiyorum, Pqueen’leydi sanırım. Mansur Yavaş’ı takip etmiştim o zaman hani hesabı var diye ama” (K15, 09.04.2023),

“Hani gençlik kolları başkanı olan birisini takip ediyorum, Anavatan gençlik partisi Gençlik Kolları Başkanı Asrın Tok’u takip ediyorum. Başka direkt siyasette resmi bir görevi olan birisini takip etmiyorum galiba yani bir Jahrein’i takip ediyordum o da resmi sayılır mı bilmiyorum” (K16, 09.04.2023),

“Eee benim bildiğim kadarıyla Ekrem İmamoğlu’nun hesabı var, Mansur Yavaş’ın var. Diğer siyasilerin şeyin mi vardı internetçi abi olarak tanınan Taylan yıldız var. Buraya da bir adım attıklarını biliyorum yani” (K21, 10.04.2023).

Şekil 2.25. Twitch.tv’de Kanalı Olan Siyasetçiler, 2023



Diğer yandan katılımcıların siyasi içerikli yayın yapan kanalları takip etme eğilimlerine bakıldığında, katılımcılardan çoğu Purplebixi, Jahrein, İbrahim Haskologlu ve Hasanabi (Şekil 2.26.) gibi siyasi ve gündem yayınları yapan yayıncıları takip ederek siyaseti bu kanallardan takip etme eğilimindedir. Katılımcılardan K2, bu platformda siyasi içerikli yayın yapan belli başlı yayıncıları takip ettiğini ve bu kişilerin yaptığı yayınlar sayesinde Twitch Türkiye’de siyasete yönelik yayınların arttığını ifade etmektedir:

“Şu anda benim takip ettiklerim de birebir siyaset alanı içerisinde olan yok. Ancak siyasi gündemi belirleyen belli kanaat önderleri var. İsim vermem gerekirse bunlar Purplebixi adında bir kanal var, Jahrein var ve İbrahim Haskaloğlu var. Kendisinin yaptığı haberleri çok beğenirim, gündemi de birkaç defa geliştirdiği haberleri vardı. Evet, size bir fark bak bir anekdot anlatabilirim; işte bundan 2 sene önce Jahrein kendi talk şovunda, talk show içeriğinde Kemal Kılıçdaroğlu’nu davet etmişti. Ben o dönem mesela Kılıçdaroğlu’na karşı biraz ön yargılıydım, fakat kendisinin yaptığı o cesareti gösterdikten sonraki Twitch yayınından sonra, kendisi benim ilgimi çekmişti. Ondan sonrasında biraz daha Twitch siyasi alana doğru kaymaya başlamıştı, o bir önayak olduğunu düşünüyorum o durumun” (K2, 05.04.2023)

Şekil 2.26. Twitch.tv’de Gündem Yayını Yapan Kanallar

PurplexBixi ve Ekrem İmamoğlu



Hasan Abi, Pokimane ve Cortez



Jahreın ve Kemal Kılıçdaroğlu



İbrahim Haskoloğlu ve Muharrem İnce



Diğer katılımcılardan ikisi ise, bu platformda siyasi yayınlar yapan veya gündem yayınlarında ülke sorunlarını konuşan yayıncıların insanların üzerinde önemli etkisi olduğunu belirtmektedirler:

“Ya onun dışında doğrudan etkili olmasa da bence mesela yani Jahrein gibi tipler de var. Ya onlar hem sosyal medyada çok aktif olup hem de sosyal medyada gerçekten büyük bir kitleye sahip olan kişiler. Bu şekilde çok fazla influencer var bence. Onlar direkt siyasetin içinde bulunmasa da onlar bir parti adayı veya bir parti mensubu olmasa da bence insan özellikle seçmenlerin üzerine çok fazla etki yapıyorlar. Yani, evet mesela Jahrein öyle olabilir ama onun dışında gerçekten çok fazla insan var sosyal medyadan sadece parti mensubu olmayıp etki eden” (K1, 05.04.2023),

“Aslında var hatta benim bu kadar politize olmanın sebebi de yani o yayıncı “Jahrein”. Yani bir sene bir buçuk sene önce falan Kılıçdaroğlu'yla yayın yapmıştı. Yayınlarında sürekli siyaset konuşuluyordu, öyle bir şekilde girdim şu an takip etmiyorum bu arada ama yani o yayıncıyla bayağı politize oldum diyebilirim” (K5, 06.04.2023).

Bazı katılımcılar ise, genel anlamda siyasi içerikli yayın yapan önemli yayıncıları takip ettiklerini, siyasetçilerin çoğunlukla bu kanallara konuk olduğunu ve gündemi kendilerince yorumladıkları için takip ettiklerini şu şekilde ifade etmektedirler:

“Purplebixi'yi söyleyebilirim direkt içeriyor. Onun dışında Jahrein genelde ara ara konuşuyor o sayılır mı bilmiyorum. Bir de hani Türkiye siyaseti değil ama dünya siyaseti içinde Hasan abi” (K6, 07.04.2023),

“Purplebixi'yi ben çok izlemiyorum ama hep çıkıyor. Şey Jahrein tabi falan o kadar ya. Şu an bunlar aklıma geldi” (K23, 05.04.2023),

“Ya ben bugüne kadar siyaset, yani Twitch kullanan bir siyasetçiye denk gelmedim. Şöyle oluyor genelde büyük kitlelere olan yayıncılara konuk olarak gidiyorlar, ben açıp da yayın yapan bir siyasetçiye denk gelmedim şu ana kadar” (K27, 07.04.2023),

“Evet. Haskoloğlu, Cavs gibi kanallar dikkatimi çekiyor. Bir yanda canlı olarak bizimle mesaj atabilmemiz, bazen onların okumaları, gündemi kendilerince yorumlamaları ve onların bilgilerine güvenim yüzünden izliyorum” (K3, 05.04.2023).

3.3.7.3.Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv'nin Uygunluğu ve Kullanım

Yöntemleri

Siyaset, Twitch.tv'nin eğlence ile olağan ilişkisinden çok uzak görünse de aslında Twitch.tv platformunda siyaset için yapılan arama sonuçlarında "Siyaset-Politika" kategorisinin mevcut olduğunu görmekteyiz. Pandemi koşullarının dünyanın birçok

yerinde etkili olması nedeniyle 2020 ABD seçimleri hem Twitch.tv'nin hem de oyunların birden fazla siyasi aday tarafından benimsendiğini görülmüş ve bunu yaparken, Twitch.tv'nin siyasi bir platform olarak gelecekteki önemi için sahne hazırlamıştır (Stanfill vd., 2021 s.4). Bu bilgiler ışığında Twitch.tv platformunun, Türkiye’de siyasi adayları seçmenlere tanıtmak için uygun bir platform olarak kullanılıp kullanılmadığı ve siyasal iletişim sürecinde nasıl kullanılması gerektiği incelendiğinde, katılımcılardan sadece ikisi, izleyici kitlesinin çoğunlukla gençlerden oluşması sebebiyle siyasetçilerin seçmen kitleye tanıtılmasında Twitch.tv’nin yeterli olmayacağı görüşünü belirtirken, geri kalan tüm katılımcılar ise Twitch.tv’nin bu süreç için uygun bir platform olacağını ifade etmektedir:

“Gençlere evet ama genel olarak hayır hocam. Çünkü çok büyük bir kitlesi olduğunu ben düşünmüyorum” (K3, 05.04.2023),

“Şöyle genel olarak tüm seçmene değil de genç seçmene çok iyi aracı olduğunu düşünüyorum” (K2, 05.04.2023),

“Şimdi şöyle bence düzenli yayın açmamalılar çünkü neden? Mansur Yavaş Twitch yayıncısı olursa bu sefer gerek kendi siyasi rakiplerinin söylemleriyle gerek kendi hiçbir söylem yaratmasına bile gerek kalmadan, Mansur Yavaş Twitch yayıncısı ya niye ciddiye alalım ki diye bir şey ortaya çıkar. Hatta şöyle bir şey de ortaya çıkıyor; ya bu adamın işi mi yok niye işte yayın açıyor bizimle. Onun yerine işini yapsın gibisinden bir şey ortaya çıkar” (K10, 08.04.2023).

Katılımcılar, siyasetçilerin Twitch.tv’yi siyasal iletişim sürecinde nasıl kullanmaları gerektiğine yönelik farklı görüşler belirtmiş olup, bu görüşler detaylı bir şekilde incelendiğinde, Twitch.tv platformunun adayları seçmenlere tanıtmak için uygun bir platform olduğunun altını çizmişlerdir. Öte yandan, katılımcılar Twitch.tv’de seçmenlere ulaşmak için siyasetçilerin kullanması gereken belli başlı özelliklerin olduğunu vurgulamaktadırlar. Aşağıdaki Tablo 2.5. detaylıca incelediğinde, siyasetçilerin seçmenlere ulaşmak için Twitch.tv’de kullanabilecekleri temel özellikler gösterilmektedir. Katılımcılardan çoğu, Twitch.tv'nin platform olarak canlı akış ve *chat* özelliğinin olması sayesinde siyasetçilerin, platform kullanıcılarıyla veya gençlerle karşılıklı iletişim halindeyken, aynı zamanda kendini de tanıtmak için önemli bir araç olarak kullanılabileceğini dile getirmişlerdir.

“Yani dediğim gibi benim aslında bildiğim kısım olarak sadece canlı yayın özelliği var. En büyük özellik olarak canlı yayın özelliği söylemişim bu en büyük özelliği canlı yayın özelliğini söylemem de karşılıklı bir yani konuşma içerisinde gerçekleşmesi. Mesela dediğim gibi haftanın bir günü

oraya çıkıp bir saat boyunca soru-cevap mesela gelen o yorumlar arasında chat'ten yazılan yazılar arasında beğendiklerini veya beğenmediklerini cevap verebildiği kadar seçtiği beğenip beğenmediği cevaplamak istediklerini genel olarak oradakilere cevap verirlerse karşılıklı bir iletişim olur aslında hani. Tek taraflı değil de karşılıklı olur. Bu da büyük bir avantaj olur herkes için. Bence hem seçmen kitle için hem seçilen kitle için” (K17, 09.04.2023),

“Özellikle yani canlı yayın olması ilginç. Aslında zaten canlı yayının çok kullanılması aslında Twitch'ten sonra işte mesela Instagram'da Tiktok, Youtube'da live yapma canlı yayın seçenekleri de oluştu. Twitch fazla konularda daha özgürlük sağlayabiliyor. Twitch'te olan bazı özellikler mesela anket yapma veya işte bir chat olması Youtube'da da var, Instagram'da da var, işte Tiktok'ta da var. Ama işte Twitch'te daha böyle profesyonel şeyler yapılabilir Instagram veya Tiktok'a göre” (K30, 10.04.2023).

“Şöyle diğer canlı yayın platformlarının aksine biraz daha kültürlü bir ortam. Yani belli kuralları var ve bu kurallara uymak gerekiyor bununla birlikte dediğin gibi daha samimi ve birebir ve işte izleyiciyle ya da seçmenle anlık iletişim kurulabilen bir ortam. O yüzden ve çok da chat kısmından konuşuyorum chat'i düzenleyebilecek ya da farklı kategorilere ayırabilecek çok sayıda uygulama var. O yüzden ya da anketler mesela çok rahat kullanılabilecek bir şey diye düşünüyorum, o yüzden ya bir eee tabiki kendileri de yapmak istedikleri şey doğrultusunda bu twitchin onlara sağladığı özellikleri veya örnekleri de söylediğim gibi kullanabilirler” (K29, 09.04.2023),

“Canlı yayın özelliğine kullanabileceklerini düşünüyorum. Canlı yayında şöyle oluyor gerçekten orada bir kitle psikolojisine giriliyor chat'te ben çoğu zaman mesela. Bana gerçekten gelip bizden biri gibi davranmaları az önce bize hani kendimizle ilişkilenebileceğimiz insanlar olması, onlar da hani bizim gibi aslında dememiz beni yakalıyor. Ama gelip ben de sizden biriyim taklidi yaptıklarında bir yandan da bana itici geliyor o yüzden chat özelliğini kullanarı biliyorsunuz çok kolay oldu” (K12, 08.04.2023).

Tablo 2.5. Twitch.tv’de Siyasetçilerin Kullanabileceği Özellikler

Twitch.tv’de Siyasetçilerin Seçmenlere Ulaşmak İçin Kullanabilecekleri Özellikler	Katılımcılar
Klip Alma	K19, K21
Bağış Yapma	K19,
Kanal Açma ve Yayın Yapma	K18,
Canlı Akış Özelliği – Karşılıklı İletişim Halinde Olma	K17, K7, K1, K3, K5, K9, K12, K16, K24, K30
Başka Yayıncıların Kanallarına Konuk Olma	K3, K26, K22, K23, K4, K15
Chat Özelliğini Kullanma	K12, K16, K27, K23, K29
Emotes Kullanma	K24
Kendi Dilini Oluşturma	K25

Bu özelliklerin dışında siyasetçilerin başka yayınlara katılması, onların yankı oda⁵larından çıkıp farklı görüşlere sahip topluluklarla canlı yayında etkileşime girmesine olanak sağlamaktadır.

“Hocam gençlerin tanıdığı yayıncıların aktif olarak sohbetlerine katılabilir işte Kılıçdaroğlu'nun Jahrein'e veya Mansur Yavaş'ın Pqueen'e yaptığı gibi veyahut orada böyle kaliteli bir yayın sistemi kurarak bunu düzenli olarak yaparak hani orayı insanlara alıştırma alıştırma. Bir de hani canlı yayın özelliği tabi ki çünkü Instagram gibi böyle bir sınırlı değil ya da Instagram canlı yayınları mesela pek ne denir ona kullanılabilir derecesi yok ama Twitch yayınları orada duruyor tekrardan rahatlıkla izlenebiliyor veya Facebook'ta yapsalar yine o kadar fazla kullanan yok ama Twitch için mesela bir üyelik oluşturmada bile o kişi o yayına girip o yayını izleyebiliyor bu da büyük bir avantaj” (K3, 05.04.2023),

“E çok farklı ideolojilere sahip olan Twitch yayıncıları mevcut ve bu Twitch yayıncıları gerçekten büyük kitlelere hitap ediyorlar sadece Twitch'te değil, Youtube üzerinde ve Twitter üzerinde de oldukça büyük kitlelere hitap eden kişiler bunlar ve siyasiler de aslında kendi ideolojilerine uygun kişileri değil de kendi ideolojilerinin ters yönünde olan kişilerin yayınlarına da katılarak aslında onları da ikna etme sürecine girebilirler. Fakat gördüğüm ve gözlemlediğim kadarıyla sadece kendi ekseninde olan kişilerin yayınlarına katılıyorlar. Bu bence oldukça yanlış” (K26, 07.04.2023),

“Aslında burada yapmaları gereken tek şey ilk başta ben olsam, bir siyasetçi olarak olsam, öncelikle kendimden yana olan belirli yayıncılara ya da tarafsız olarak yayıncılarla beraber ortak bir yayın düzenleyip, röportaj gibi aynı zamanda Jahren'in Kemal Kılıçdaroğlu'yla; Pqueen'nin Mansur Yavaş'la yaptığı gibi ya da İmamoğlu'nun öyle bir yayın düzenleyip daha sonrasında da işi tamamen Twitch kitlesine bıraktırdım. Çünkü konu yapacağınız her bir dakikalık bir buçuk dakikalık farklı sorudan ibaret olan konuşmaların hepsi büyük ihtimalle konuşmanın bittiği saniyeden sonraki 30 saniye içinde youtube'da kesit olarak ilgi çekici başlıkta çoktan yayınlanmış olur” (K4, 06.04.2023).

Twitch.tv'nin sunmuş olduğu diğer özelliklere bakıldığında ise klip alma, bağış yapma, yayın yapma, emotes kullanma ve kendi dilini oluşturma gibi özelliklerin siyasetçilere önemli bir katkı sağlayarak Twitch.tv'deki seçmenlere ulaşmasını sağlayacağı öngörülmektedir.

“Bir kere doğrudan iletişim sağlıyor, anlık iletişim sağlıyor ve çok büyük kitlelerin reaksiyonlarını almaya yardımcı oluyor. Bu reaksiyonlar chat'e bir şey yazarak olabilir, bir bağış atıp mesaj göndererek olabilir ya da doğrudan emotes kullanarak olabilir. Bence bu çok büyük bir reaksiyon ölçüm aracı bunu kullanabilirler. Dediğim gibi doğrudan iletişim ve aracı

⁵ Yankı odası, insanların karşıt görüşlere maruz kalmaması için aynı fikirlerin defalarca dile getirildiği ve tanıtıldığı bir ortamdır (Dictionary.com, 2023)

insanların fikirlerini ölçmek, kamuoyunun nabzını tutmak için çok mantıklı. Twitch gibi ortamlarda birebir iletişim olabildiğinde mesela çok çok daha etkili oluyor. Direkt olarak seçmenle iletişim kurabilmek için kullanılabilir yani” (K24, 06.04.2023),

“Şöyle aslında, eğer büyük bir yayıncıysanız, özellikle küçük yayıncılar için de bu aslında geçerli olabilir. Her yayıncının kendi dili var. İşte platform imkanlarından da bahsediyoruz ya bir taraftan; topluluk hissi ve kendine ait bir dil oluşturma durumu söz konusu Twitch’te, siyasiler de bunu kullanabilirler. Sadece hani canlı yayın özelliğinin yanında bunu da kullanabilirler diye düşünüyorum. Dil derken atıyorum kendi sadece o topluluğun anlayabileceği şakalar ya da kelime oyunları olabilir. Belli ifadeler olabilir; onun kullanılması da olabilir çünkü uzun süre orada vakit geçirecek eğer bir aday orda yayın yapıyorsa bunu kullanabilir gibi geliyor bana” (K25, 06.04.2023),

“Yani Twitch’te klip alma özelliği var mesela, ya bir sürü özellik var yani. Mesela hani maddi olarak direkt bağış olarak değil de direkt insanlara maddi destek olunması için de güzel bir yer olduğunu düşünüyorum ‘Bit’lerle olsun, aboneliklerle olsun. Klip olarak da bir an güzel bir an yaşandığında mesela değişik bir şey olduğunda direkt olarak geriye dönüp 12 dakikalık klipler alınabiliyor bunların da faydalı olduğunu düşünüyorum” (K19, 10.04.2023).

3.3.7.4. Siyasetçilerin Twitch.tv Potansiyelinin Farkındalığı

Siyasetçilerin 14 Mayıs 2023 seçim döneminden önce bu platforma misafir olarak geldikleri ve daha sonrasında belli siyasi figürlerin dışında bu platformda yayın açmadıkları veya bir kanala konuk olmadıklarını görmekteyiz. Katılımcılara, ilk olarak *“Siyasetçilerin bu platformu etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıklarını ve yeterli yatırım yapıp yapmadıkları”* sorusu sorulmuş ve verdikleri cevaplara göre ikinci olarak *“Etkin bir şekilde kullanılmamasının ve bu platforma yatırım yapılmamasının temel sebepleri”* sorusu sorularak, siyasetçilerin bu platformdan uzak kalmasındaki ve bu platform için herhangi bir yatırım yapmamalarının temel sebepleri ortaya çıkarılmıştır. Katılımcıların hepsi bu platformun siyasetçiler tarafından kesinlikle etkin ve yeterli bir şekilde kullanılmadığını belirtmiş, etkin bir şekilde kullanılmamasının ve yatırım yapılmamasının ana nedenleri aşağıda belirtilmiştir:

Sebepler:

- Twitch.tv yayıncıları ile iş birliği yapmamaları
- Twitch.tv'nin sahip olduğu potansiyelin farkında olmamaları ve çağa ayak uyduramamaları
- Siyasetçilerin yaşlı olması (farklı jenerasyonlar) ve danışmanlarının yetersizliği
- Yeterli zaman ayrılmaması
- Yankı odalarında kalmaları
- Canlı akış özelliği olması

Katılımcılardan çoğu, bu platformun verimli kullanılmamasının temel nedenini siyasetçilerin Twitch.tv yayıncılarıyla iş birliği yapmamaları, Twitch.tv'nin sahip olduğu potansiyelin farkında olmamaları, platforma yeterli zaman ayırmadıkları ve çağa ayak uyduramadıkları konusu üzerinden açıklamaktadırlar. K29'a ve K26'ya göre Twitch.tv'nin etkin şekilde kullanılmaması ve siyasetçilerin buraya yatırım yapmamasının temel nedeni Twitch.tv yayıncıları ile yeterli iş birliğinin yapılmamasıdır:

“Muhalefet açısından şunu söyleyebilirim birkaç yıl öncesine kadar gayet etkin bir şekilde kullanıyorlardı. Ondan sonra araya pandemi girdiği için kullanmadıklarını düşünüyorum ya da işte iş birliği yapmadıklarını düşünüyorum. Şu anda da gerçekten çok yoğun bir siyasi gündem var o yüzden ee buraya vakit ayırmadık düşünüyorum. O yüzden şu anda bence ayırmıyorlar ve yapmaları gereken de bu yani zaman ayırmak” (K29, 09.04.2023).

“Kesinlikle gerektiği gibi kullanılmıyor. Çok geri plana atılıyor ve teklif gelene kadar karşı taraftaki yayıncılardan buraya yönelmiyorlar. Bu aslında çok büyük bir hata. Aslında tamamen siyasetçilerin kendisinde bitiyor bu iş çünkü görebiliyoruz, birçok gazeteciye birçok televizyon programına konuk olmak için oldukça uğraşıyorlar. Mailler atıyorlar, iletişime geçiyorlar lakin çok kolaylıkla konuk olabilecekleri Twitch yayıncılarıyla bu şekilde iletişime geçtiklerini, uğraştıklarını hiç göremiyoruz. Dolayısıyla tamamen bir kenara atıyorlar Twitch platformunu ve oradan gelebilecek oyu bence çok önemsemiyorlar çünkü ciddi bir oran olduğunu düşünmüyorlar. Ben bunun da yanlış olduğunu düşünüyorum” (K26, 07.04.2023).

Katılımcılardan K4 ise bu platformun sahip olduğu potansiyelin siyasi figürler tarafından keşfedilememesini şöyle açıklamaktadır:

“Bence hala çok küçük görülüyor. Bence siyasetçiler tarafından [Twitch] öyle görülüyor çok etkisiz eleman olarak görülüyor. Oradaki rakamları bence ya da sayıları önemsemiyorlar. Çok etkisiz eleman olarak görüyorlar. Onlara göre bir canlı yayında 30.000-40.000 kişinin izlemesi onlar için çok önemli rakamlar değil bence. Ne kadar büyük kitleye

ulaştırabileceğinin farkında da değiller. Hala bir tık daha eski kafa siyasetteler. Hala işte televizyonda canlı yayınlara çıkalım, çoğu siyasetçi de şunu görebilirsiniz işte alakasız bilmem ne Tv'de, belki kanalın 2.000 izleyicisi bile yok ama televizyonda diye çıkıyor mesela kanala” (K4, 06.04.2023).

Diğer bir katılımcı ise bu platforma yeterli yatırımın yapılmadığını ve bunun sebebinin bu platformun ne kadar güçlü olduğunu bilmemelerinden kaynaklandığını belirtmektedir:

“Bence kesinlikle yapılmıyor ya çünkü genel olarak şu an tabii ki onların ekipleri falan vardır ama genel olarak siyasi mesela çok yaşlı olduğu için Twitch biraz daha genç. Ya bence bu platformun ne kadar güçlü olduğunu bilmemek yani çünkü hani ilk başta duyulduğunda hani çok daha bilindik bir uygulama gibi değil ama insanların buraya ayırdığı zamanlar çok ciddi veya bilmiyorum bence şu an farkında olmadıklarını düşünüyorum genel olarak Twitch'in, gerçekten ne kadar önemli olduğunu. Yani benim gözümde Twitch çok daha önemli” (K13, 09.04.2023).

Katılımcılardan K7 ise, yeterli yatırımın yapılamamasının temel nedeni olarak, siyasi partilerin yeni teknolojik hareketlere ayak uyduramaması, Twitch.tv'deki kitlenin küçümsenmesi ve gelenekselleşmiş iletişim yöntemlerini kullanarak seçmenlere ulaşmasından kaynaklandığı için yeterli yatırımın yapılmadığını vurgulamıştır:

“Şöyle olabilir aslında bunun pek çok sebebi olabilir. İşte genç seçmen küçümseniyor olabilir veya bu konuda küçümsenmiyorsa bile buradaki atılımı ve yatırımı yapacak kişiler olmayabilir orada yani. Ya bildiğimiz üzere bu siyasi partilerin karar organları çok da modern şekillerde ilerleyemiyorlar. Hepsi bundan 50 sene önce nasıl iletişime geçiyorsa şu anda hala öyle iletişime geçiyorlar. Mesela biz bu sabah şeyi konuşmuştuk hatta arkadaşlarımla mitinglerin aslında 2023 yılında o kadar da mitinglerin aslında şu zamanda o kadar da mantıklı olmadığını çünkü mitinge giden adam zaten sana oy vermeyi düşünüyor veya seni zaten oraya seni görmeye geliyor. Sen kararsız seçmene veya sana vermeyecek adama hiçbir şey katmıyorsun. Bunu konuşmuştuk yani ama işte. Bu işler hala eski kafayla yürütülüyor çünkü aynı bu insanlar 50 sene önce kim yönetiyorsa hala aynı insan yönetiyor” (K7, 07.04.2023).

K7'nin ifadelerini destekler nitelikte bir diğer açıklama ise katılımcılardan K17 ve K31'den gelmiştir. Onlara göre, siyasi partiler geleneksel iletişim yöntemlerinden asla vazgeçmemekte ve çoğunlukla Twitch.tv platformunu yeterli oy kazanacakları bir platform olarak görmemektedirler:

“Geç kalındığını düşünüyorum ve gerekli yatırım yapılmadığını düşünüyorum. Daha fazla yapılabilir kesinlikle daha fazla aktif olabilirler burada sonuçta. Ya büyük ihtimalle siyasetçiler burayı kayda değer hani yeterli oy kazanmak için kayda değer bulmuyor olabilirler. Onun belki de onun ciddiyetinin farkında olmayabilirler. Hani sonuçta bir platform biz buraya çıkacağız insanlarla konuşacağız vesaire, hani burada 2 soru gelecek onları cevaplayacağız hani oy mu kazanacağız böyle mi kazanacağınıza geliyor olabilirler. Biraz daha eski kafayla düşünüp onu yapacağımıza gideriz şurada bir hastane açılışına katılırız vesaire düşünüp başka şeylere yani, hastane katılımı çok şey bir örnek oldu, hani biraz daha eski tarz şeylere yöneliyorlar büyük ihtimalle. Buraya mesai harcayacak şekilde kayda değer bulmuyorlar bence o yüzden” (K17, 09.04.2023),

“Twitch’e daha zaman varmış gibi geliyor birazcık. Yani yeterince ciddiye alınmıyor da olabilir belli kişiler tarafından çünkü hani sizin de dediğiniz gibi özellikle oyunlarla iç içe geçmiş bir topluluk ve site olduğu için uygulama olduğu için çok ciddiye alınmıyor olabilir ve yani hani bir yandan twitch izleyicilerinin de hani yaş ortalaması kaç bilmiyorum belki o düşük geliyordur, hani daha yine oy veremeyen insanlar için yapacağız diye düşünülüyor diye olabilir” (K31, 11.04.2023).

Twitch.tv’ye siyasetçiler tarafından yeterli düzeyde yatırım yapılmamasının ve etkin kullanılamamasının bir diğer sebepleri ise siyasetçilerin ve Twitch.tv kullanıcılarının farklı jenerasyonlardan olması ve siyasetçilerin çalıştıkları danışmanların platformu tanımadaki yetersizlikleridir. K11 ve K23’e göre bu platformun yeterli seviyede kullanılmamasının ana nedenlerinden biri, siyasi figürlerin oldukça yaşlı olmalarıdır. Katılımcılar bu durumu şu şekilde ifade etmektedirler:

“Yani şöyle ki geçmiş yıllarda yani böyle 1-2 yıl önce falan birden tüm siyasiler Twitch’e yüklenmeye başlamıştı işte Pqueen, Jahrein bunlara Ali Babacan, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş vesaire çıkıyordu. Bir dönem çok kullanıyorlardı ama şu anda kullanmıyorlar nedense. Yatırım yaptıklarını söyleyemem sanırım. Sanırım yine bu siyasetin yaşlı olmasından dolayı çünkü bu işlerin nasıl yapılacağını mesela o streamlabs falan kullanmayı nasıl yapacaklarını bilmiyorlardı yüksek ihtimalle. Bunu yardım alsalar dahi sürdürebilecekleri düşünmüyorum özellikle yaşı geçmiş kişilerin” (K11,08.04.2023),

“%10 falan etkili kullanıyor. O da işte o Kemal kılıçdaroğlu’nun yayını bir de Ümit Özdağ da birkaç şeye çıkmıştı ama onları Youtube’da izledim galiba emin değilim. Çok yaşlı herkes. Herkes bilmiyorum hiç böyle 35-40 yaşında insan yok bence şu an siyasette. Yani bence tek sebep yaşlı olmaları” (K23, 05.04.2023).

Yukarıdaki ifadelere benzer bir ifade ise K6'dan gelmiş olup, ek olarak siyasetçilerin danışmanlarının bu konuda yetersiz olması nedeniyle bu platformun etkin bir şekilde kullanılmadığını belirtmiştir:

“İlk olarak siyasetçilerin yaşı, ikinci olarak iletişim danışmanlarını da şey görüyorum birçoğu evet belki çok iyi eğitim almış olabilirler, işi de hani kâğıt üzerinde çok iyi uyguluyor olabilirler ama biraz da şeye bakmak lazım hani okudukları kaynaklar şu anki toplumu anlamak için artık hani biraz eskimiş durumda çünkü sürekli televizyona yükleniyorlar, radyoya yüklenen falan var, Twitch'i ve internet şey yapmıyorlar, Twitter harici konuşuyorum” (K6, 07.04.2023).

Twitch.tv'ye yeterli süre ayrılmaması ve etkin bir şekilde kullanılamamasının bir diğer sebebi ise, siyasetçilerin bu platforma yeterli süre ayıramamasından kaynaklanmaktadır. Katılımcılardan K2 ve K15, siyasetçilerin kişisel olarak buraya zaman ayıramadıkları ve bu nedenle de yeterli yatırımların bu platform için yapılamadığını şu şekilde belirtmişlerdir:

“Kesinlikle düşünmüyorum. Zaten bir siyasetçinin oraya kişisel olarak zaman ayırması mümkün değil, siyasetçiler artık oradaki bir figür haline geliyor, asıl iş yapan danışmanları o siyasi adayı söyleyeyim ya da siyasetçinin bu danışmanlarını da şu anda zar zor sosyal medyaya bakmaya başladıkları dönemde Twitch.tv'ye zaman ayırdıklarını hiç düşünmüyorum” (K2, 05.04.2023).

“Bence yeterli bir yatırım yok gibi Twitch'e siyasetçiler tarafından. Ya çok sebebi olabilir bunun. Şey düşünebilirler öncelikle siyasetçiler oy verebilecek yaşta olmadığını düşünebilirler burayı kullananların çoğu kişinin. Bu bir sebep olabilir. Aynı zamanda yani vakitleri olmayabilir buraya da ekstra bir zaman ayırmak için Twitch'e. Böyle düşünüyorum (K15, 09.04.2023).

Twitch.tv platformuna yeterli yatırımın olmamasının diğer sebeplerine bakıldığında ise, siyasetçilerin kendi yankı odalarından çıkmak istememeleri ve canlı akış platformu olması nedeniyle siyasetçiler üzerinde tedirginlik yaratacağı düşüncesidir. K24, bu yatırım konusunda yukarıda daha önce konuşulmuş sebeplere ek olarak, yankı odalarının da siyasetçilerin bu platformu etkin bir şekilde kullanmasına engel olduğunu vurgulamıştır:

“Siyasetçilerin çok yaşlı olması kesinlikle, sosyal medya kültürüne hâkim olmamaları, kendi yankı odalarında çok fazla yaşıyor olmaları çünkü onların yine örnek vereceğim isim olarak ya Mansur Yavaş'ın mesela Twitch'te o yayına çıkmasının sebebi aslında gençlerin onunla birebir iletişim kurmak istiyor olduğunu biliyor olmasıydı ve o dönem en çok popüler

olan kişi Pquenn'di. Pqueen kendisi muhalif görüşlü biri, iktidara muhalif olduğu için Mansur Yavaş'ta güzel bir enerji tutturabildiler ve rekor kırdı o dönemde o yayın. Çünkü Mansur Yavaş bunu biliyordu yaşına rağmen bunu biliyordu, araştırıyordu, gençler ile iletişim kurmayı seviyordu” (K24, 06.04.2023).

3.3.7.5. Katılımcıların, Siyasetçilerin Twitch.tv Performanslarının Değerlendirilmesi

Katılımcıların çoğu, siyasi konuların ve gündem konularının bu platformda yer alıp tartışılmasını olumlu bulduklarını ve Twitch.tv platformunda oldukça çeşitli içeriklerinin yer alması nedeniyle siyasetin bu platformda yer almasının gerekli olduğunu savunmaktadırlar. Aşağıdaki ifadelere bakıldığında K17, siyasi konuların Türkiye'nin en önemli meselesi olduğunu ve bu platformda yer alması gerektiğini; katılımcılardan K13 ise, Twitch.tv'de herkesin farklı farklı içerikler yapıp aynı zamanda izlemesine olanak sağladığı için siyasetçinin, siyasi konuların ve gündemin konuşulmasının olumlu olduğunu ifade ettiği görölmektedir. K2, Twitch.tv'de siyasetin yer alması olağan bir durum olduğunu, bunun seneler önce 2011 yılında siyasetçilerin Twitter'da yer almasına benzer bir durum olduğunu belirtirken, K25 ise siyasetin diğer platformlarda konuşulmasının doğal olduğunu vurgulayıp, Twitch.tv'de de yer almasının sorun olmayacağını belirtmektedir. Son olarak, K24 ise Twitch.tv'nin canlı akış platformu olmasından dolayı seçmen ve aday arasında etkileşim kurmaya olanak sağlaması nedeniyle siyasetçilerin burada olmasını olumlu karşıladığını açıklamıştır:

“Yani olumlu buluyorum çünkü siyaset aslında gerçeklik, ülkemizin büyük bir gerçekliği yani böyle bir şeyin her insanın her vatandaşın aslında biraz daha hassasiyet göstermesi gerekiyor bence çünkü hepimizi ilgilendiren bir konu hepimizin geleceğimizi ilgilendiren bir konu ve yani yer, platform ayırmadan bence bunun bir sorun olduğunu düşünmüyorum ben” (K17, 09.04.2023),

“Ben şahsen olumlu buluyorum ve gayet de keyif alıyorum. Yani bu Twitch biraz daha hani istediğini tüketiyorsun yani eğer siyaset izlemek istemiyorsan git başka bir şey izle. O yüzden ben şahsen izlemekten keyif alıyorum ve gündemden haberim olduğu için de ve hani bunu yani çok yaşlı ve taraflı bir gazeteci tarafından yapılacağına, biraz daha genç tarafsız olmaya çalışan bir insan tarafından yapılması şahsen beni daha yani iyi hissettiriyor, daha güzel hissetmek izlemesi, keyif alıyorum daha çok” (K13, 09.04.2023),

“Olumlu bir adım bence. Bu şey gibi bir dönem işte 2011’lerde siyasetçilerin de Twitter hesapları açmasına benzer bir dönem, ben yakın zamanda da siyasetçilerin kendi Twitch hesaplarını açacağını düşünüyorum. Bunun Amerika’da bir örneği var Donald Trump yanlış hatırlamıyorsam, Twitch hesabı açmıştı. Hatta oradan bağış bile topluyorlardı, ben bir Cumhurbaşkanı adayı olsam veya milletvekili aday olsam twitch hesabını çoktan açmıştım, bağışlarımı topluyor olurdum” (K2, 05.04.2023),

“Olumlu buluyorum bence zaten siyasetçilerin bütün sosyal medya platformlarının birbirine entegre bir şekilde paralel bir şekilde kullanmaları gerektiğini düşünüyorum ki her yaştan kullanıcıya, seçmene ya da onların kendi işleriyle alakalı olarak seçmen diyebiliriz ulaşmalarını sağlayacak önemli bir şey araç sonuç olarak bunların hepsi” (K25, 06.04.2023),

“Öte yandan da bizim Türkiye’de şöyle bir şey var karizmatik lider görünür olacak, her yerde onu göreceğiz böyle resmen bir big brother olacak, o noktada sadece televizyonun yeterli olduğunu düşünmüyorum ben internete de daha çok aktif rol almaları gerekiyor ama yine dediğim gibi samimiyet çok önemli bir şey yani ben bir pop-up reklam olarak gördüğüm zaman karşıdaki kişiyle birebir iletişim kurduğunda hissettiğim şeyleri hissetmeyeceğim. O yüzden Twitch önemli bu noktada” (K24, 06.04.2023).

Katılımcılardan bazıları bu platformda yer alan siyasetçileri genel anlamda değerlendirmiş olup geçmiş dönemlerde yayın yapan Kılıçdaroğlu, Yavaş ve İmamoğlu’nun konuk olduğu yayınları, Taylan Yıldız’ın diğer siyasetçilere göre daha aktif bir şekilde yer almasını ve 6 Şubat 2023’te meydana gelen merkez üssü Kahramanmaraş olan deprem felaketi döneminde Memleket Partisi Lideri Muharrem İnce’nin Twitch.tv’ye bağlanmasının onların izleyiciler açısından tanınırlığını arttırmış ve Twitch.tv’de bir topluluk oluşturmaya olanak sağladığını ifade etmektedirler. K19, Twitch.tv yayıncılarına konuk olan siyasetçilerin oldukça ses getirdiğini ve diğer bir katılımcı olan K12 ise, siyasetçilerin genç izleyiciler tarafından tanınırlığı arttıkça siyasetçilere olan düşüncelerinin olumlu anlamda değiştiğini şu şekilde ifade etmektedirler:

“Deprem döneminde İbrahim Haskoloğlu’nun yayınlarına gelen siyasetçiler vardı böyle kısa olarak. Muharrem İnce ve Kemal Kılıçdaroğlu vardı. Başka hatırlayamıyorum. Bence fazla getirdiğini düşünüyorum ben yani. Özellikle sadece Kemal Kılıçdaroğlu yayını ses getirmişti Jahreinle olan. Çünkü Jahrein direkt olarak hani muhalif bir isimdi Kemal Kılıçdaroğlu’na. Kemal Kılıçdaroğlu’nun böyle bir karşılık vermesi ses getirdi bence. Gelmesin deniliyordu. Onun dışında Taylan Yıldız’ın yükselmesinde etkili oldu diyebilirim, tanınmasında Twitch’te” (K19, 10.04.2023),

“Başarılı olmak eşittir ses getirmek ise ben olduklarını düşünüyorum çünkü mesela gerçekten hem benim hem çevremdeki insanları

izlediğimde çevremdeki insanların örnek vereceğim Kılıçdaroğlu yayını beni değiştirmekte, Kılıçdaroğlu çok başarılı oldu sonrasında. Bu Muharrem İnce'nin deprem döneminde Jahrein'in Twitch yayınına katılması ses aracılığıyla hani çok insanın fikrini değiştirdi. Ali Babacan'a çok büyük bir ön yargıyla yaklaştım yayına katıldığımda. Yayın bittiğinde bu ön yargılarım da kalkmadı ama normalde Ali Babacan'ı açıp gerçekten bir dakika bile dinlemeyecekken. Hani bir şans vermeme sebep oldu o yüzden yani başarılı olduğunu düşünüyorum ben iletişime geçebildi bu sayede” (K12, 08.04.2023).

Katılımcılardan K12'nin ifadelerine paralel bir ifade katılımcı K4'ten gelmiş olup, bu platformdaki yayıncılara konuk olan siyasetçilerin canlı yayınlarının dışında *meme'lerinin* izleyiciler tarafından üretildiğini, izleyicilerin farklı ifadelerle siyasetçileri çağırdıklarını ve genel bağlamda bu yayınlar sayesinde başarılı olduklarını belirtmiştir:

“Bence oldular özellikle buna örnek olarak Kemal Kılıçdaroğlu'nun Jahrein ile yayını söyleyebilirim ben. O yayını çok uzun bir süre boyunca izledim, çıkmamıştım yayından gerçekten o yayından sonra Kemal Kılıçdaroğlu'na genç kitleleri olan sevgi arttı açıkçası. Hani Kemal dedem, işte öz dedem tarzı meme'ler oradan çıktı aslında. Kemal Kılıçdaroğlu'nun olan genç kitlelerin bir kısmı, hatta büyük bir kısmı oradan geldi. Daha sonrasında Mansur Yavaş'a Pqueen'nin yayını ya da Ekrem İmamoğlu ile bir yayınları daha vardı şeyin, ortak yayın yapılmıştı onlar falan gayet iyiydi zaten dediğim gibi Taylan Yıldız zaten ara sıra yapıyor işte” (K4, 06.04.2023).

Twitch.tv'de siyasetçiler ile yayıncıların yaptıkları yayınlarda, özellikle deprem döneminde yapılan yayınlarda, siyasetçilerin buradaki görünürlüğünün Twitch.tv kitlesi nezdinde önemli etkisi olduğunu ortaya koymuş ve önemli bir bağlantının bile çoğu seçmenin desteklediği siyasetçiye değiştirebilecek duruma getirmiştir. Bu nedenle siyasetçilerin bu platformda olmasının onlara olumlu dönütler getireceği aşağıdaki örneklerle ifade edilmiştir:

“Hocam Muharrem İnce, Jahrein'in deprem zamanında bir yayınına katılmıştı Maraş'tan orada bilgiler vermişti, hani bu sayılır mı bilmiyorum ama tek izlediğim oydu. Muharrem İnce hocam kesinlikle halk açısında, yani gençler açısında [etkisi] oldu çünkü o kesit dediğiniz 10-15 dakikalığına katıldı ama Haskoloğlu paylaştı, diğer sayfalar paylaştı, milyon izlendi ve Maraş'a hiç kimse gidemediği için orada ilk haberi de Muharrem İnce sağladığı için onun üzerine çok pozitif bir etki bıraktığını ben düşünüyorum hocam. Benim etkim de değil ama benim çevremde çok fazla arkadaşım sırf bu yüzden Muharrem İnce'ye oy vereceğini de bana söyledi” (K3, 05.04.2023),

Yukarıdaki katılımcıların ifadelerine zıt görüş bildiren diğer katılımcıların ifadelerine genel anlamda bakıldığında, siyasetçilerin bu platformda yer almalarının ya da siyasetin bu platformda konuşulmasının siyasetçiler açısından olumsuz olacağı kanaatindedirler. Bu olumsuzluğa sebep olan en önemli unsur ise siyasetçilerin bu platforma daha çok misafir olarak gelmeleri, yaptıkları yayınların süreklilik arz etmemesi ve son olarak Twitch.tv’de siyasetin belli düzeyde yapılmak istenmesi nedeniyle yeterli düzeyde başarıya ulaşılmadığı yönünde düşünceler mevcuttur. Bu anlamda, katılımcılardan K7’nin ifadelerine bakıldığında siyasetçilerin bu platformun özüne uygun bir şekilde hareket etmesini ve siyasetin daha az konuşulması gerektiğini vurguladığı görülmektedir:

“Bence bir çığır açmadılar kendi alanlarında, yine izleyecek adam izledi ya da çok bence yine bir ekstra faydası yine olmuştur tabii ki olmamıştır diyemem ama bence beklenen faydayı yapmamıştır. E ben genelde platformları, oyunları bu tarz şeylere de öze sadık kalmayı daha çok önemseyen biriyim. Twitch’in bir oyun platformu olarak kalmasını ben isterim” (K7, 07.04.2023),

Diğer bir katılımcı ise yayınların süreklilik arz etmemesi nedeniyle siyasi yayınlar izleyen kitlenin daha önce konuşulmuş olan konuları unutabileceğini ve bu gibi durumların siyasetçilerin başarıya ulaşmasında sorun yaratabileceğini belirtmiştir:

“Ya bence oldu ama çok hızlı unutan bir ülkeyiz halk olarak, yani çoğu kişi o şeyin o yayının konusunu hatırlamıyordur bile diye düşünüyorum yani. Anlık ses getirmiştir ama şu anda bence onu izleyenlerin %95’i %97’si hatırlamıyordur bile ne söylendiğini” (K15, 09.04.2023).

K15’in ifadelerine paralel bir ifade de K31’den gelmiş olup, bu yayınların sıklıkla yapılması durumunda daha hatırlatıcı olacağını çünkü zaman içerisinde unutulmaya sebebiyet vereceğini şu şekilde açıklamaktadır:

“Ya o zamanlar getirmişti çünkü ben yani hani çok aşırı takip etmiyordum ama çok net hatırlıyorum bunların gündeme geldiğini ya da işte Twitter üzerinden çok fazla konuşulduğunu ve haber olduğunu ama tek kötü yanı ben sadece bunları yaptıklarını hatırlıyorum ve o şeylerde hani bağlamları hiç hatırlamıyorum ne konuşuldu veya ne yapıldı hiçbir fikrim yok mesela” (K31, 11.04.2023).

Genel anlamda özetleyecek olursak, bu çalışmaya katılan kişilerin çoğuna göre siyasetçilerin burada yer almasının onlara olumlu yönde etki sağlayabileceği fakat belli

düzeydeki katılımcının da ifade etmiş olduğu gibi bu platformda yer alan siyasetçilerin bu platformda yer alırken yeterli süre ayırıp yayın yapma veya yayınlara konuk olma durumunda genel anlamda belli bir başarıya ulaşabilecekleri görüşü hakimdir.

3.3.7.6. Genç Kitleye Ulaşmak İçin Twitch.tv Platformundaki Misafirler: Siyasi Aktörler

- Sohbet Yayınları mı? Yoksa Oyun Oynamak mı?

Bu tezin keşfetmeye çalıştığı bir diğer konu ise Twitch.tv kitlesine ulaşmak için siyasi aktörlerin Twitch.tv’de nasıl yer almasıyla ilgilidir. Tez katılımcılarının görüşleri incelendiğinde, siyasetçilerin Twitch.tv platformunda hem oyun yayınları yapmalarının hem de bu platformda izleyicilerle sohbet ederek genç kitleye ulaşmasının daha uygun ve samimi olacağını belirtmişlerdir. Ancak, Twitch.tv kitlesiyle oyunlar ve sadece sohbet üzerinden iletişim kurulurken daha çok başka yayıncıların kanallarına konuk olunmasının hem demografik hem de ideolojik bağlamda farklı görüşlere sahip insanlara ulaşmalarını daha kolay hale getireceği görüşü hakimdir. Siyasi figürlerin genç kitleye ulaşmaya çalışırken hem oyun yayınları yapması hem de sohbet ederek iletişim kurması sürecine bakıldığında, katılımcılara göre oyun oynamanın izleyiciler üzerinde olumlu etkiler bırakabileceği ifade edilmiştir. Katılımcılardan K25’in ifadeleri analiz edildiğinde, siyasetçinin oyun oynamasının kendisine yakınlık oluşturacağını ve diğer bir katılımcı olan K30 ise bu platformda siyasetçinin oyun oynamasının kendisinde şaşırtıcı geleceğini belirtmektedir:

“Ben karşımda bir parti liderini oyun oynarken izlemeyi çok isterdim açıkçası. Hem kendime daha yakın görürdüm, atıyorum bir yerde oturup sohbet edebileceğim insanlar gibi görürdüm belki de yani öyle bir algı değişimine yol açabilirdi, hem enteresan bir deneyim olurdu bence izleyici tarafında hem siyasiler açısından böyle. O yüzden aslında kendisini yayın yapmasını tercih ederim” (K25, 06.04.2023),

“Öyle bir yayıncıyla sohbet ederse bence hiç şey olmaz yani şaşırtıcı olmaz. İşte gidip televizyonda bir televizyon kanalında bir programdaki olan bir spiker mi denir; onunla konuşması gibi bir şey olur. Ama oyun oynamak bana şaşırtıcı gelir açıkçası çünkü yani siyasetçilerin yine ön yargıyla konuşuyorum da siyasetçilerin çok yaptığı bir şey değil” (K30, 10.04.2023).

Katılımcı K21 ise Twitch.tv’de siyasetçilerin gençlerle iletişime geçmek için oyun oynamasının normal olduğunu fakat bunu değerlendirirken siyasetçinin geçmişteki oyun bilgisi ve bu konuya olan ilgisinin önemli olduğunu aksi halde burada oyun oynayan siyasetçinin yapmacık tavırlar içerisinde olacağını belirtmektedir:

“Başta garipseirim. Eğer siyasetçi harbiden oyun konusunda bilgiliyse ve daha önceden zaten eee bu konularla ilgileniyorsa hoşuma gider ve diğer insanların da hoşuna gittiğini düşünürüm. Öyle düşünüyorum yani diğer insanların da hoşuna gider ama o bilgisayar hakkında bile bir bilgisi olmayan bir kişi olursa ve sanki biliyormuş gibi davranmaya çalışırsa komik olur yani” (K21, 10.04.2023).

K6’ya göre siyasetçilerin platforma bağlılığı ve oyun kültürüyle ne kadar ilişkili olduğunu gençlerle iletişim kurmada çok önemli bir değişken olduğunu belirtmektedir. Buna ek olarak, sadece oyun oynanmasının doğru olmadığını ve aynı zamanda bu oyun oynarken farklı gündem konularının da konuşulmasının siyasetçilere pozitif anlamda etki edeceğini de düşünmektedir:

“Ya yine siyasetçilerine göre değişir. Taylan Yıldız’ı görsem çok bir şey demem zaten çünkü normalde de CS yayın açan falan bir adam ama mesela hani şimdi Binali Yıldırım gelip o şekilde ‘Mouse’ tutarak oyunu oynuyorsa yani samimi gelmez. Yine siyasetçinin işte yaşına, yaşı da pek önemli değil ama ilgi alanları hani gündelik hayatında oyun oynuyor mu, oynuyorsa gelsin oyununu oynasın ama hani surf gençler oyun oynayanları seviyor diye gelip orada oyun oynamaya çalışacaksa yok gerek yok yani. Taylan Yıldız hani hem siyaseti hem Twitch’i çok iyi harmanlamış bir yayıncı. Hani bir yanda hem işte oyun basını hakkında oyunlarla ilgili konuşurken diğer yandan da dinleyebiliyor. İşte chat bana herhangi bir soru var, bunu nasıl çözeceğiz dendiği zaman ona da hemen cevap veriyor. Yani oyunu izleyici çekmek için değil de yayının amaçlarından biri olarak yapıyor ve diğer yandan da siyaset konuşuyor siyasetçi olduğu için. O yüzden de benim için çok bir sıkıntı teşkil etmiyor hatta hoşuma da gidiyor” (K6, 07.04.2023).

Diğer bir katılımcı K4, siyasetçilerin burada bir yayıncı ile oyun oynamasının o siyasi figürün insanlar üzerindeki kalıplaşmış algısında değişmelerin olmasını sağlayacağını vurgulamaktadır:

“Mesela Y partisinin milletvekili var, milletvekili çok fazla aktif olarak televizyonda ve iktidar partisi olan C partisi tarafından çok fazla kötüleniyor mesela. Bir gün geldi işte Jahrein mesela Jahrein ile Counter-Strike attılar ve orada muhabbet döndü. Şey diyebilirim yani: ulan televizyonda bize gösterdiklerinden hani farklı demek ki bu adam, hani bu adamın bir şeyi var yani bir dinlemek lazım bu adamı bir görmek lazım tarzı bir yorumda bulunabilirim” (K4, 06.04.2023).

Diğer yandan sadece sohbet etmesi gerektiğini ifade eden katılımcılar, siyasi figürlerin Twitch.tv’de sohbet ederken belli kitlelere ulaşmasının izleyici ve siyasetçi arasındaki sınırları daha aza indirdiğini, gençlerle iletişime geçerken kullanılan dilin önemli olduğunu ve sohbet aracılığıyla belli projelerin açıklanmasının olumlu karşılaştığını düşünmektedirler. Katılımcılardan K31’in ifadeleri incelendiğinde, siyasetçilerin bu platforma gelip kullanıcılarla iletişime geçmelerinin siyasetçi ve seçmen arasındaki sınırları saydamlaştıracağı ve onları halktan biriymiş gibi göstereceğini belirtmektedir:

“Yani hoşuma gidebilir çünkü belli bir noktada siyasetçiler bizim için böyle çok yüksek makamlarda ulaşamaz görünen kişilerken aslında daha bizim seviyemize indiren aktiviteler olacağı için hani sadece oyun oynamak değil bu günlük aktiviteleri yaparken görmek onları belki bizim gözümüzün daha insanlaştırdığı için faydalı olabilir gibi” (K31, 11.04.2023).

Siyasetçilerin bu platformda sohbet ederken kullandığı dilin aslında çok önemli olduğunu ve oyun oynamaktan ziyade sohbet etmenin bu platform içindeki kitle üzerinde olumlu bir izlenim oluşturacağını bir katılımcı şu şekilde açıklamıştır:

“Sohbet ederken gördüğümde aslında bir şekilde samimi olduğunu düşündürebilir. Bu yine sohbette kullanmış olduğu dil de çok önemli tabii. Fakat oyun oynamak aslında biraz fazla samimiyetsiz geliyor bana çünkü çok ilgi alanları olduğunu düşünmüyorum siyasetçilerin yaş ortalamasını baz alarak söylüyorum bunu. Samimiyetsiz bir yaklaşım olarak görüyorum bunu açıkçası ama sohbet gayet olumlu bir izlenim bırakır” (K26, 07.04.2023),

Siyasetçilerin bir yayıncının kanalına konuk olmaları ya da kendi başına yaptıkları yayında sohbet etmeleri ve sohbet ederken konuştukları konunun içeriğinin oldukça önemli olduğunu belirten katılımcılardan K29, bu iletişim sürecinde çoğunlukla genç siyasetçilerin yer almasının daha doğru olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

“Şöyle gayet mantıklı bir proje olur bence özellikle şu yüzden; milletvekili ise ya da gençlikle ilgili bir bakanlıkta çalışıyorsa ya da Twitch ya da sosyal medya reformuyla ilgili bir projesi varsa bunu anlatmak istiyorsa gayet mantıklı ama yani cumhurbaşkanının ya da Cumhurbaşkanı yardımcılarının birisinin Twitch’e gelip oyun oynaması biraz absürt olur diye düşünüyorum” (K29, 09.04.2023).

- **Tek Başına Yayın mı? Yoksa Konuk Olmak mı?**

Dünyada siyasetçiler tarafından Twitch.tv çok farklı biçimlerde kullanılmasına karşılık Türkiye'deki örneklerine bakıldığında Taylan Yıldız haricinde diğer siyasi figürlerin hepsinin bir yayıncının kanalına konuk olarak bu platformda yer aldıkları görülmektedir. Bu tezin bir diğer ön plana çıkarmak istediği mesele ise siyasetçilerin bu platformda yer alırken bir yayıncı aracılığıyla mı yoksa tek başına yayın yapmasının mı daha verimli olacaktır. Bu soruyla birlikte tez katılımcılarından sadece 1 kişi tek başına yayın yapmasının daha samimi ve verimli olacağı açıklamasında bulunmuş, geriye kalan tüm katılımcılar bir yayıncıya konuk olmasının siyasetçi açısından çeşitli yararları olacağı cevabını vermiştir. Bunlara ek olarak, sadece 2 katılımcı hem tek başına yayın yapmasının hem de farklı bir yayıncıya konuk olmasının daha uygun olacağını belirtmiştir.

Katılımcılardan bazıları, siyasetçilerin siyasal iletişim için bu platformu kullanırken daha fazla kitleye ulaşması için Twitch.tv'de popüler olan bir yayıncıya konuk olması gerektiğini ifade etmektedirler. Katılımcılardan K1'e göre, siyasetçinin kendi kanalında siyasal kampanya yapması daha zordur ve bunun yerine daha çok takipçili bir kanala konuk olmasının onu siyasal iletişim sürecinde daha fazla kitleye ulaştıracağını savunmaktadır:

“Kesinlikle konuk olmalı bence çünkü neden bu şekilde çok fazla daha fazla insana ulaşabilir. Yani direkt kendisi açıp, onun PR'ını yapmak biraz daha zor olabilir ama henüz halihazırda yayın yapan ve örneğin 10-15.000 anlık izleyiciye ulaşan bir insanın kanalına konuk olmak çok daha iyi bence” (K1, 05.04.2023).

K1'in ifadesini destekleyen katılımcı K25 ve K15 ise benzer görüşler öne sürerek, siyasetçilerin siyasal iletişim sürecinde Twitch.tv kullanmaları durumunda burada belli bir kitleye sahip olan yayıncıya konuk olmasının daha doğru bir iletişim tekniği olduğunu savunmaktadırlar:

“Şöyle kendileri açısından daha çok takipçili, örneğin 1.000.000 küsur takipçili bir yayıncının kanalına konuk olması kendisi açısından daha faydacı bir yaklaşım olur çünkü daha fazla kitleye ulaşacak muhtemelen” (K25, 06.04.2023),

“Konuk olmasını tercih ederim. Çünkü ya az önce de dediğim şekilde zaten belli bir kitlesi var o yayıncının hem daha çok kişiye ulaşabilir

dedikleri ve siyasetçinin söyledikleri hem de yani aynı anda aslında ikisini de izlemiş de olurum yani” (K15, 09.04.2023).

Diğer katılımcılardan bazıları yukarıdaki katılımcılar gibi siyasetçilerin bir kanala konuk olmasını doğru bulurken, siyasetçilerin kendi yankı odalarından çıkıp başka fikirlerin konuşulduğu kanallarda yer alarak yapmasının daha verimli bir siyasal iletişim yöntemi olduğunu vurgulamaktadır. K22, siyasetçilerin kendilerinin yayın açması durumunda daha yanlı bir sohbet gerçekleştireceğini, bu sebeple farklı bir yayıncının kanalına konuk olmasının daha doğru olduğunu belirtmektedir:

“Bir yayıncının kanalına konuk olmasını tercih ederim çünkü siyasetçi eğer tek başına yayın açarsa o yayının mutlaka yanlı, taraflı olacağını bildiğinden, bir yayıncıyla yaptığı zaman daha doğru bir etkileşim oluşabilir bence” (K22, 11.04.2023).

Diğer bir katılımcı ise siyasetçilerin kendi yankı odalarından çıkıp farklı yayıncıların kitlelerine hitap ederek onların fikirlerini ve düşüncelerini değiştirme amacının olması gerektiğini belirtmektedir:

“Bir yayıncının kanalına konuk olmasını tercih ederim. Çünkü o yayıncının kitlesi de hani bir siyasetçi yayın açarsa mesela sadece kendi şeylerine destekçilerine hitap edecek olur. Ama farklı düşünen bir yayıncıya konuk olursa direkt olarak farklı düşünen insanlara hitap etmiş olur ki oy almanın başarılı olmanın en iyi yolu da bu zaten. Farklı insanlara hitap etmezseniz başarılı olamazsınız. Aynı yerde sayarsınız sadece kendi seçmenlerinizle konuşursanız” (K19, 10.04.2023).

Katılımcılardan K26, K21, K13 ve K6, siyasetçiler Twitch.tv platformunu siyasal iletişim için kullanmaları durumunda platforma hâkim ve genç kitlelere hitap eden yayınlara konuk olmasının kendileri açısından hem daha fazla kişiye ulaşmasını hem de yayının kalitesinin daha üst seviye olmasını sağlayacağını düşünmektedirler. Katılımcılardan K26 ise, Twitch.tv yayıncılarının genç seçmenlere ulaşmak için bir anahtar görevinin olduğunu ve siyasetçilerin bu kişilerle yayın yapmasının doğru olduğunu belirtmektedir:

“Bir yayıncının kanalına konuk olmasını tercih ederim çünkü bir şekilde yayıncılar bizim yaş grubumuza daha çok hitap edebilen ve yaş grubumuza yakın olan insanlar olduğundan bizim aklımızdaki soruları, bizim duymak istediğimiz şeyleri karşı tarafa siyasilere daha iyi iletebiliyorlar yoksa dediğim gibi siyasilerin belli kalıplaşmış cümleleri ve

vaatleri var bunların dışına bir Twitch yayıncısı olmadan çıkıp da cevap veremiyorlar bizim aklımızdaki sorulara bu yüzden bir yayıncıyla olmasını tercih ederim” (K26, 07.04.2023).

Diğer bir katılımcı olan K6 ise, K26’nın ifadelerine benzer bir düşünce geliştirerek, siyasetçilerin platformun diline yeteri kadar aşına olmamasından kaynaklı gençlerle daha iyi iletişim kurabilen Twitch.tv yayıncılarına konuk olmasının daha önemli olduğunu vurgulamaktadır:

“Konuk olmasını tercih ederim özellikle şu anki siyasiler için konuşuyorum. Çünkü yani bir izleyici olarak benim için önemli olan şey dilimden anlayan birisinin yayını modere etmesi benim için çok daha iyi. Yani ben günlük bir dilde Kılıçdaroğlu'na bir şey yazdım mesela yayın açmış birçoğunu anlamayacak. O sırada benim şeyim gidecek mesajım yukarı gidecek ve hani onu ona çeviren birisi olmayacak onun anlayacağı dile” (K6, 07.04.2023).

Siyasetçiler, genç seçmene veya Twitch.tv kitlesine ulaşmak için kendilerinin yayın yapması durumunda daha amatörce hareket edeceğinden, bu teze katılım sağlayan kişiler bu platformu iyi bilen ve daha tecrübeli bir insanla yayının yapılmasının daha uygun olacağı kanaatindedirler:

“Kesinlikle yayıncıya konuk olmasını tercih ederim çünkü bu platform üzerinde bilgili bir insanla tecrübeli bir insanla birlikte olması yayının kalitesini arttıracaktır ve gelen yayıncı ile birlikte onun kitlesi de gelecektir. Bu sayede daha fazla kişiye ulaşabilir ve yayın böyle şey gözükmez ucuz gözükmez” (K21, 10.04.2023),

“Ya ben bir yayıncının kanalına konuk olmasını tercih ederim çünkü eğer bir siyasi tek başına bu işi yapmaya çalışırsa çok başarılı olabileceğini düşünmüyorum. Çünkü hani chat'i takip etmesi var, chat'ten soru kabul etmesi var hani, yani bence yayıncı, yani en azından ilk etapta böyle bir şey düşünen bir siyasi bir yayıncıdan yardım almalı bence” (K13, 09.04.2023).

Siyasetçilerin tek başına yayın yapmasına karşı duran bir diğer katılımcı olan K20 ise, siyasetçilerin kendilerinin yayın yapma durumunda oto-sansür uygulayabileceğini ve yayınında *chat*'ten gelen soruları seçip kendine daha uygun olan sorulara cevap verme ihtimalinin yüksek olması nedeniyle başka kişilerin sorularını ve fikirlerini görmezden gelme ihtimalinin yüksek olacağını bildirmiştir. Bu sebeple siyasetçi bir yayıncının kanalına konuk olması durumunda, yayıncı moderatörlüğünde hem her soruya cevap verecek hem de farklı fikirler ile yüzleşebilecektir:

“Bir yayıncının kanalına konuk olmasını isterim. Neden olaraksa siyasetçi kendi kanalında yaptığı yayında istemediği mesajları görmeyebilir. Mesela işte cevaplamak istemediği veya gerçekten yanlış yapmıştır ama söylemek istemediği yanlışları böyle okumayabilir ve geçebilir, o onun kanalı hani kimse sonradan gelip sen neden bu kadar şey vardı okumadın diyemez. Ama bir yayıncıda olduğunda yayınca önüne gelen herhangi bir şeyi okuyabilir direkt, yani direkt yüzüne karşı söyleyebilir. Bir moderatör olması daha iyi” (K20, 10.04.2023),

Katılımcılardan K11 ve K27, siyasal iletişim sürecinde bu platformu kullanacak siyasetçilerin hem kendilerinin yayın yapmalarının hem de başka kanallara konuk olmalarının daha uygun olacağını şu şekilde açıklamaktadırlar:

“Şöyle ki eğer siyaset içinse yapacağı yayın birisinin kanalını konuk olmasını tercih ederim çünküazardan bir kitle var orada hiç alakasız birisi olsa bile izleyecek insanlar var. Bu yüzden ulaşımı daha kolay olur daha hızlı olur ama eğer oyun yayınları vesaire yapacaksa kendisi tek başına yapmasını tercih ederim” (K11, 08.04.2023),

“Ya ikisi de bence olmalı, tek başına da bu işi yapmalı kalıcılığını gösterir yani devam edeceğini gösterir başka bir yayıncıya konuk olması da şu an platformda çok büyük kitlelere hitap eden birçok kişi var ve onlara da konuk olmalı yani onların kitleleri de görmeli kendi başına da yayın yapmalı yani kendine ait bir kanalı olup onu düzenli olarak devam ettirmeli” (K27, 07.04.2023).

3.3.7.7. Siyasal İletişim Sürecinde Twitch.tv’nin Kullanılması

Twitch.tv gibi canlı akış platformları, yalnızca siyasi mesaj ve içeriğin iletilmesi için değil, aynı zamanda siyasilerin seçmenler ve vatandaşlarla etkileşim için altyapı için siteler haline gelmektedir. Bu anlamda, siyasal iletişim sürecine yönelik Twitch.tv platformunun siyasetçiler tarafından seçmenlere ulaşmak için kullanılıp kullanılmayacağı özelinde sorulan soruda katılımcıların görüşleri incelendiğinde, tüm katılımcılar Twitch.tv platformunun siyasal iletişim sürecinde seçmenlere, özellikle de genç seçmenlere ulaşmak için kullanılabileceğini ifade etmektedirler. Tüm katılımcılar platformun siyasi iletişim için kullanılabileceğini belirtirken bu iletişim sürecinde farklı kullanımlara dikkat çekmektedirler. Katılımcılardan K31’e göre platformun sunmuş olduğu canlı akış özelliği sayesinde siyasetçinin seçmen kitleyle etkileşime geçebilecek, planlarını rahatça anlatabilecek ve bu süreci seçmen kitlenin ilettiği soru-cevap üzerinden yapılabilecektir:

“Yani bence diğer sosyal medya araçlarına göre en sağlıklı şekilde ulaşabilecekleri alan olabilir Twitch. Evet Youtube’da da canlı yayın yapılabiliyor ama asıl olarak Twitch’ten bence çok daha başarılı bir şekilde yapabilirler. Yani şu an içinde bulunduğumuz süreç aslında hani herhangi bir parti liderinin herhangi bir siyasetçinin tatlı ya da sempatik görünmesinden çok hani bizim için neler yapacağını ve ne planladığını anlatması gerektiği taraftarıyım ve bunu Twitch üzerinden mesela soru-cevap şeklinde ya da izleyenlerle ya da bir moderatör eşliğinde etkileşime geçerek yapmaları bence çok güzel olurdu” (K31, 11.04.2023).

Yukarıdaki ifadeye eş değer bir düşünce ise K13’ten gelmiş, burada yer alan siyasetçilerin Twitch.tv kitlesiyle iç içe olmasının onların popülerliğine önemli bir artış sunacağını ve siyasetçilerin buradaki kitleyi bilinçlendirici yayınlar yapmasını önemli olduğunu ifade etmektedir:

“Bence kesinlikle düşünüyorum çünkü Taylan Yıldız’ı galiba yanlış hatırlamıyorsam İyi Parti İstanbul Meclisi üyesi, istifa etmişti şimdi milletvekili adayı olan. Şey Taylan Yıldız falan ara ara bazı yayınlara katılıyor şey zaten gençlerle böyle çok iç içe bir insan, bence şu an onun seven insanların içinde bu bayağı büyük bir artış yani baya seveninin arttığını görüyoruz yani bence kesinlikle Twitch.tv kullanılacak. Çünkü Twitch’ten de yani anlık izleyici sayısı hani 20-30 bini görmesi demek hani yayında belki 1 milyon kişi girip çıkıyor. O yüzden siyasiler bence bu fırsatı kaçırmamasın. Bence yani gençlerin sorularını cevaplamalılar, soru cevap tarzı ve soruların seçilerek yayınlara cevaplandığı şeyler ya da mesela açıklama yayınları, başkanlık sistemi ne demek tarzında yayınlar falan olursa şahsen ben baya keyifle izlerim” (K13, 09.04.2023).

Katılımcılardan K2, Twitch.tv platformunun siyasetçi ve kullanıcılar arasında bire bir anlık etkileşim imkânı sunmasının siyasal iletişim sürecine büyük etkisi olacağını ve hatta, siyasetçilerin burada kullanılan dili kendi seçim kampanyasında kullanabileceğini belirtmektedir:

“Türkiye’de şöyle iletişim kurabilir az önce size verdiğim anekdotta Kılıçdaroğlu’nun Twitch canlı yayından bahsetmiştim. O dönem başlıca bir akım vardı Kılıçdaroğlu’na karşı demokrat dede ve demokrat amca söylemleri o Twitch yayınından sonra başladı. Twitch chat’i ile arasında kurduğu samimiyetten sonra Kılıçdaroğlu artık bunu bir mahlas olarak kullanmaya başladı. Bay Kemal’in yanı sıra hatta yanlış bilmiyorsam biyografisi kısmında da gençlerin demokrat amcası yazıyor Kılıçdaroğlu’nun. Bunu bir kimlik olarak kullanabiliyor çünkü Twitch platformu dediğimiz platform izleyiciyle birebir etkileşim içinde, televizyon kanalına çıkmak gibi bir durum yok ortada, televizyon yayına çıkarsanız orada bir reyting alırsınız, o reytingten sonra size bir geri dönüş olur, bu günler sonra olabilir. Ancak Twitch platformunda sizi anlık bir bağış gelebilir yayında olduğunuz bir anda, chat’te anlık bir gaf yapıldığında veya farklı bir söylem

bulunduğunda bu chat'te hemen dönmeye başlayabilir, siyasetçinin ilgisini çekebilir. Birebir anlık iletişimde çok büyük etkisinin olacağını düşünüyorum” (K2, 05.04.2023).

Katılımcılardan K22 ve K29, siyasetçilerin seçim kampanyaları süresince bu platformun kullanılabileceğini ve bu platformun sağlamış olduğu özelliklerden yararlanılarak seçmen kitleyle anlık bire bir etkileşim kurulabileceğini, siyasi partilerin Twitch.tv’de hem kendi kanallarını açıp kendilerinin yayın yapmasının hem de başka Twitch.tv yayıncılarına konuk olarak efektif bir biçimde kullanabilmelerinin onlara siyasal iletişim sürecinde büyük avantaj sağlayabileceğini ifade etmektedir:

“Evet, çünkü daha önce bu yapıldı. Yani anlık Twitch’te işte örnek vereceğim Mansur Yavaş Twitch’te yayıncının ismi Pqueen ile yayın yaptığı zaman anlık 300.000 izlenme vardı. Yani 300.000 gayet ciddi bir rakam ki bu insanların sürekli değiştiğini düşünürsek yani bir milyondan fazla anlık etkileşim oldu. Bu bakımdan Twitch gayet önemli bir platform ve hani daha önce de bunun yapılabildiğini gördük. Yani bu süreç içim sürecinde de yapılabilmesi, bunu yapan partiler açısından büyük bir avantaj sağlayacaktır diye düşünüyorum. Bence siyasi partilerin direkt kendisinin kanal açması yerine böyle bu ünlü yayıncılara konuk olması daha mantıklı olur çünkü bu tür yayıncılar daha tarafsız sorular sorar işte böylelikle en azından daha doğru bir izleyiciyle yayın yapan arasında daha iyi bir etkileşim olacağını düşünüyorum” (K22, 11.04.2023),

“Kesinlikle düşünüyorum hatta beni Kılıçdaroğlu’nun seçim kampanyasında biraz şaşırtan şeylerden birisi de buydu. Birkaç sene önce çok fazla Twitch’ten yayın ya da bilgilendirme yapıyordu, fakat bu seçim sürecinde fazla yaptığını görmedim ki tabii ki işte deprem ve gündem yüzünden yapmıyordur diye düşünüyorum ama yapmaması beni biraz şaşırttı. Dediğim gibi yani başka sosyal medya platformlarına nazaran Twitch’in için elinde olan çok kendine has özellikler var. Bu özelliklerin kullanılması gerekiyor tabii ki yani efektif bir sosyal medya kullanımının olması gerekiyor. Fakat onunla birlikte yani zaten Twitch’in de biraz amacı olan daha samimi, daha anlık birebir bir iletişim kurulabilmesi ya da mesela şey meclis toplantıları ya da işte şeylerin İBB yapıyordu galiba birkaç sene önce, onların canlı yayını bence çok efektif bir yöntem” (K29, 09.04.2023).

Katılımcılardan K30 ve K25, siyasetçilerin siyasal iletişim sürecinde kendilerini seçmen kitlesine tanıtırken kendilerini en doğal ve samimi halleriyle anlatabilmelerinin en efektif yolunun Twitch.tv olduğunu ve bu platformda her şeyin canlı olarak yapılmasının izleyicilerle yakın ilişkiler kurulmasını sağladığını ifade etmektedirler:

“Kesinlikle yani çünkü Twitch’i kullanan insanların yani çoğunluk olarak Twitch kullanıcıları 18-25 yaş arası erkekler bildiğim kadarıyla. Yani aslında siyasetçilerin daha çok siyasetçiler için önemli olan bir kitle öncelikle gençler. Çünkü gençler aslında kolay bir şekilde apolitik olabiliyor ve dolayısıyla siyasetçiler işte daha çok gençlere hitap etmek istiyor, onların dikkatini çekecek şeyler yapmak istiyorlar ve bu yüzden Twitch kullanmaları çok mantıklı olur. Gerçekleri göstermeliler bir rol oynamak, başka bir insanmış gibi yapmaları saçma olur bence çünkü hiç samimi durmaz” (K30, 10.04.2023),

“Aslında az önce dediğim gibi onu ne kadar yakından tanımamıza imkân tanıyacaksa o şekilde kullanılabilir. En doğal haliyle en sansüstsüz ve bize kendisini daha yakın hissettirebilecek bir ortamda olabilir çünkü diğer sosyal medya platformlarında bunu çok göremiyoruz bence yani. Örneğin Twitter’da çok fark ediliyor yani o tweetleri o siyasinin kendisi atmıyor belli ki. Onu fark ediyorsunuz, mesafeyi görüyorsunuz ama Twitch’in bence bu mesafeleri kaldırmaya yardımcı olabilecek bir yapısı var. Platformun kendi doğasının getirdiği bir şeyi bu canlı yayın imkanının olması, sürekli akan bir yayının olması, direkt izleyicilerle yakın temasın kurulması gibi bunun kullanılabileceğini düşünüyorum” (K25, 06.04.2023).

Katılımcılardan K27, siyasi kimliği olan insanların siyasal iletişim sürecinde sadece siyaset yayını yapması dışında başka türden içerikler sunarak seçmen kitleye ulaşırsa, onların düşüncelerini etkileme potansiyelinin daha da artacağını ifade etmektedir:

“Ya aslında biraz arada böyle vaat söylemleri dışında şöyle yayınlar yapılabilir. Mesela kültür içerikli ya da birazcık kişisel gelişim, yani gençlerin ilgisini çekebilecek konular, birazcık şey ya mesela adını unuttum geçenlerde bir kız Harvard’dan falan kabul almıştı 18 yaşında Diyarbakırlı bir kız, ya mesela bu tarz insanları davet ederek gençlerin ufkunu açabilirler mesela yayınlarda sadece vaat değil de bu tarz yayınlar da yapabilirler” (K27, 07.04.2023).

Son olarak, bu platformda çoğunlukla 18-25 yaş grubunda insanların yer alması nedeniyle siyasi partiler burada yayın yaparken gençleri daha çok anlayabilecek siyasi figürlerin, yani siyasi partilerin gençlik kolları temsilcilerini ya da daha genç milletvekillerini, siyasal iletişim sürecinde kullanmalarının bu platformda onları daha öne çıkarabilecek bir davranış olabileceğini K7 şu şekilde ifade etmektedir:

“Yani ben az önce de dediğim gibi gerekli özen gösterilirse ve buna çabalanırsa yapılabileceğini düşünüyorum çünkü Twitch gerçekten çok imkânlı bir platform. Bence birçok siyasinin burada düştüğü hata gençlere hitap edeceğimiz diye aslında hissetmedikleri veya şeyi olmayan özü olmayan tavırlarda bulunmaları. Hani bir şey sırf o ara ‘Meme’ oldu diye bence yapılmaması gerekiyor. Hani tamam gündelik trendlerden faydalanmak

önemlidir ama bence bunu size oturması lazım hani 16-17 yaşındaki çocukların arasında yaptığı bir espriye 70 yaşında bir siyasetçi yapınca bence aynı etkiyi yaratmıyor ya da en azından ben onu şey yapamıyorum benimseyemiyorum. En azından bu şeyin, bu partinin gençlik kolu varsa eğer mesela bu partinin lideri 70 yaşındaki kimse değil de bu partinin 23-24 yaşındaki gençlik kolu başkanı bunu yapsa mesela bence çok daha mantıklı olabilir” (K7, 07.04.2023).

3.3.7.7.1. Siyasetin Twitch.tv Platformun Yer Alması

Tez katılımcılarına iletilen bir diğer soru ise “Siyasetin Twitch.tv platformunda yer almasının gerekli olup olmadığı” ve “Twitch.tv’yi siyasetin konuşulacağı veya siyasal iletişim platformu” olarak görüp görmedikleri ile ilgilidir. Verilen cevaplara bakıldığında genel anlamda katılımcıların çoğu bu platformda siyasetin konuşulmasının gerekli olduğu ve siyasal iletişim için uygun bir platform olduğu cevaplarını vermektedirler. Katılımcılardan K19 apolitik gençlerin bu platformda yer alması nedeniyle ve K7 da ülkenin ciddi bir süreçten geçmesi nedeniyle ve toplumun gelecekteki kaderini belirlemek için siyasetin bu platformda yer almasının kesinlikle gerekli olduğunu ifade etmektedirler:

“Gereklidir bence çünkü Twitch dediğimiz yer genellikle oyun oynanan bir yer ve apolitik gençlerin olduğu bir yer. Ya apolitik insanlar, kararsız insanlar var. Direkt seçimi belirleyecek kişiler bence. Bu yüzden onlara da ulaşılması gerekiyor bir sonuç alınabilmesi için” (K19, 10.04.2023),

“Bence şu anda gereklidir çünkü içinde bulunduğumuz durumda bu tamamen benim şahsi düşüncem; cidden bireylerin kaderi şu anda toplumun genel kaderine hiç azımsanmayacak derecede bağlı. O yüzden herkesin buna bir ucundan katkıda bulunmasa bile tanık olması gerekiyor. O yüzden bence şu an herkes şey yapmalı bir noktada dahil olmalı” (K7, 07.04.2023).

Yukarıdaki ifadelere ek olarak K3, genç seçmen kitlesine ulaşılabilmesi ve burada soru-cevap konsepti üzerinden iletişim içerisinde bulunulması için siyasetin bu platformda yer almasının oldukça gerekli olduğunu savunmaktadır:

“Evet hocam gereklidir dediğim gibi gençlere ulaşmak için. Dediğim gibi ben bir gencim 20 yaşındayım hani tabir ettiğiniz gibi Z kuşağına dahilim ve Twitch yayınlarına katılmaları orada uzman bir moderatörle birlikte sorulara cevap vermeleri, bazen güzel bazen değil çünkü genellikle moderatörler popülist sorular soruyor hocam, hani gerçekten gençlerin derdini bence sormuyor. Mesela burada moderatörlerin de suç yok. Twitch

kitlesi belli sonuçta hani genel olarak çocuklardan, gençlerden oluşan bir kitle hani bu yüzden evet hocam olması gerektiğini düşünüyorum” (K3, 05.04.2023).

Siyasetçi ve seçmen kitlesi arasındaki iletişimi sağlaması açısından Twitch.tv’nin daha fazla olanağı olması sebebiyle bazı katılımcılar, siyasetçiler, siyasi içerikler, gündem konuşmaları ve siyasal iletişim süreci için Twitch.tv’nin çok önemli bir platform olduğunu dile getirmektedir. Bu platform aracılığıyla siyasetçilere ulaşmanın daha kolay olduğunu ve bu süreçte Twitch.tv yayıncılarının önemli roller üstlendiğini de eklemişlerdir:

“Bence gerekli yani çünkü başka nasıl iletişimle olacaksınız siyasetçilerle başka bir platform mu var? Bu kadar yakın olabildiğim. O yüzden genel olarak, olması gereken bir şey bence” (K16, 09.04.2023),

“Gereklidir çünkü burada gençlerle iletişim kuruyorlar dediğim gibi seçmen kitlenin sorunlarını dinliyorlar, dertlerini dinliyorlar aslında söylemek istediği şeyleri okuyorlar aslında belki de. Çünkü hani evlerinde sokakta veya başka yerde bunu bu kadar kolay yakalayamazlar girerler buraya Twitch’e. Burada ben de görmesini istediğim bir şey yazarım ve hemen ulaşabilir aslında ona chat’e bakarsa” (K17, 09.04.2023),

“Sadece Twitch için değil aslında sosyal medyada genel olarak yer almalı. Twitch’te de şöyle bir gerekliliği var, ben en başında dedim ya hani artık televizyondan takip etmiyorum, haber kanallarından takip etmiyorum böyle de birçok insan var hani bu ileride artış gösterince hani siyasetçilerin otomatikman buraya dönmesi gerek çünkü büyük bir kitle haber için buraya bakıyor olacak. Yani şimdiden yer edinseler güzel olurdu ama şu an pek akıllarına gelmiyor sanırım” (K27, 07.04.2023).

Genç kuşağın artık canlı akış platformlarında ve internette daha çok vakit geçirmesi, bu sebeple gündemdeki konulara giderek yabancılaşması gibi durumların önüne geçilebilmesi, Twitch.tv kitlesinin daha politize olması, kitlenin gündem konuları hakkında yeni fikirler edinebilmesi ve onların bu platformdan nasıl etkilendiğini anlamamız için siyasetin bu platformda yer almasının gerekliliği katılımcılar tarafından şu şekilde savunulmaktadır:

“Bence gereklidir, yeterli seviyede gerekli. Tamamen siyaset platformuna dönüştürülmesinden yana değilim fakat içeriğinde siyasi kanalların olması gerektiğini düşünüyorum, doğru buluyorum. Çünkü canlı yayın demek açıkçası canlı yayın esnasında chat’te yazılan yorumların hepsi o anda yapılmış yorumlar ve daha sonrasında o sırada açıklanan bir bilgi ya da yapılan bir yorum bakış açılarının ne kadar değiştirebilir sadece chat’e bakarak bile bunu görebilirsiniz ve her insan oyun videosu izlemek

zorunda değil her insan Just Chatting'e de gelmek zorunda değil, insanların siyaset bir siyasetle alakalı programlar arayışı içinde de olabilir. Twitch'e zaten az çok giren biri giren biri inanılmaz değişik içeriklerin olduğunu da farkındadır" (K4, 06.04.2023),

"Evet, buna evet diyeceğim çünkü her ne kadar günlük hayatımızın siyasetle çok iç içe olması gerektiğini düşünmesem de diğer yandan şuna inanıyorum; bilmemiz gereken şeyler var yani siyasetle alakalı işte bazı vekillerle alakalı ya da genel olarak milletvekilliği ile alakalı falan ve bunları sürekli takip etmek gerekiyor çünkü siyaset hep değişiyor" (K23, 05.04.2023).

Tez katılımcılarının yukarıdaki ifadelerinin dışında bazı katılımcıların görüşleri incelendiğinde, siyasetin Twitch.tv platformunda yer almasının gerekli olmadığını savundukları görülmektedir. K5'e göre bu platforma siyaset girdiğinde mevcut rahatlık ortamının bozulacaktır, bu sebeple katılımcı, siyaset yayınlarının ya da siyaset tartışmalarının bu platformda yer almasını doğru bulmadığını şu şekilde açıklamıştır:

"Yani bence çok gerekli değil. Siyasetçi hobi olarak belki yine oyun yayını yapabilir ama çok da gerek yok bence buna. Canlı yayın yapacağı zaman, haber kanalları, Twitter'da açıklama yaptığı sırada oluyor. Yani ama siyasi gündem yorumlayan yayıncılar olabilir. Demeye çalıştığım şey şu: Biraz daha yani relax bir ortam olmasını tercih ederim. Tabi o onu görmek isterim, haber almak isteyen, yorum duymak isteyen insanlar da olacak elbet, onlar için de" (K5, 06.04.2023),

Katılımcı K5'in yapmış olduğu açıklamayı destekleyen benzer bir ifade de katılımcı K20'den gelmiş olup, katılımcı Twitch.tv'nin daha çok gençlerin kafa dağıtabileceği bir platform olması nedeniyle siyasi içeriklerin sınırlı seviyede olması gerektiğini ve insanları siyasi, ekonomi ve gündem konularından uzak tutması gerektiğini ifade etmiştir:

"Çok az olması gerekli. Neden olarak da birçok genç artık televizyon seyretmiyor açıkçası. Genel olarak canlı yayın platformlarına yöneliyor, internete yöneliyor. O yüzden yani çok az olmak kaydıyla olabilir bence. Çünkü yani internet genel olarak siyaset yapacağın bir yer değil. Genel olarak insanların kendini alıp başka dünyalara çıkması için bir aracı oluyor. O yüzden çok fazla insanları sıklamaması gerektiğini düşünüyorum çünkü insanlar zaten derdi olduğu için internete kaçıyor. Gençlerin birçoğu bu yüzden yapıyor. Yani özgür oldukları için burada o yüzden internete kaçıyor özgürlüklerinin de kısıtlanmamasını düşünüyorum" (K20, 10.04.2023).

3.3.7.8. Twitch.tv’de Oy Verme Tercihi ve Siyasal Tutum Gelişimi

- **Bireysel Anlamda Oy Verme Tercihleri**

Panagapoulos (2009), başarılı bir şekilde uyarlandığında modern teknoloji kampanyalarının siyasi sistemde olumlu etkilerinin olduğunu iddia etmektedir. ABD’deki 2008 cumhurbaşkanlığı seçimlerinden örnek veren Panagapoulos, genel anlamda seçim dönemlerinde çevrimiçi medya, siyasi duyurular, viral videolar, sosyal ağlar ve çevrimiçi bağış toplama gibi organizasyonların seçmen kitlesi üzerinde belirli etkilerinin olduğunu ifade etmektedir (s.2). Diğer bir örnekte ise, siyasi kampanyalar bağlamında, canlı akış yayınları, izleyicileri siyasi faaliyetlerde bulunmaları için etkilemeyi ve böylece siyasi mesajların işlenmesinde, sonunda siyasi katılımlarına yol açan bir farkındalık durumuna girmeyi amaçlamaktadır (Yu & Chen'in 2020 s.4). Bu bilgiler ışığında Twitch.tv, araştırmaya katılan katılımcılar tarafından genel anlamda toplumsal, ekonomik ve siyasi olaylar için yararlı bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedir ve insanların siyasi adaylara oy verip vermemeye karar vermelerine yardımcı olacak politikacı kişiliği hakkında bilgi sahibi olmalarına yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın önemli bir bulgusu, görüşmeye katılanların bireysel anlamda oy kullanma davranışlarının, politikacıların Twitch.tv’deki görünürlükleri, katılımları ve platformda siyasetin konuşulmasından kaynaklı hem pozitif hem de negatif anlamda etkilendiğidir. Görüşme sırasında katılımcılara ilk önce platform kullanımının genel anlamda Twitch.tv kullanıcılarının oy verme tercihleri üzerinde nasıl bir etkisi olacağı sorulmuş, akabinde görüşmecilere bireysel anlamda kendi tercihlerinde nasıl bir etkisinin olacağı sorusu iletilmiştir.

Elde edilen bulgular analiz edildiğinde katılımcıların bireysel anlamda oy verme tercihleriyle ilgili iki farklı görüşün hâkim olduğu görülmektedir: Bunlardan birincisi oy verme tercihlerinin üzerinde etkili olacağı, ikincisi ise oy verme tercihlerinde Twitch.tv kullanımlarının etkili olmayacağı yönündedir. Aşağıda ilk önce bireysel anlamda oy verme sorusuna ilişkin katılımcı görüşlerine yer verilmektedir. Sonrasında genel anlamda Twitch.tv kullanıcılarının oy verme tercihleri tartışılacaktır.

Katılımcılardan bazıları Twitch.tv'nin çevrim içi tüketimlerinin ve siyasi konuşmalarının kendi oy verme tercihlerinin üzerinde belli etkilerinin, yani değişimin, olacağını belirtmektedir. Katılımcı K6, platformda sürekliliğin bu tercihlerin şekillenmesinde önemli bir etken olduğuna şu şekilde açıklık getirmektedir:

“Düşünüyorum hatta bu kadar politize olmamda da Twitch.tv'nin önemli bir etken olduğunu düşünüyorum. Hani hem beni politize ettiğini düşünüyorum hem de görüşlerimi etkilediğini düşünüyorum uzun vadede ama kısa vadede çıkıp birisi şuna oy verme buna oy ver derse büyük ihtimalle ters dönecektir ama ince ince uzun uzun işlendiği zaman görüşleri değişir ya” (K6, 07.04.2023).

K6'yı destekleyen bir diğer katılımcı ise, bu platformda siyasetçilerin misafir olmaması gerektiğini ve uzun bir süre burada yer alarak vermek istedikleri mesajı direkt olarak paylaşımlarının kendi oy verme tercihinin etkiyeceğini vurgulamaktadır:

“Evet yani çünkü vaatlerini o kişinin direkt ağzından duymak, o mutabakat metninden değil de direkt kişinin kendi ağzından duymak, açıklamalarını dinlemek bence oy kararımı etkileyecek” (K16, 09.04.2023).

Diğer bir katılımcı ise çevresindekilerin, özellikle ailesinin, farklı siyasi görüşü olmasına rağmen Twitch.tv platformunda vakit geçirmesinin ve oradaki topluluk içerisinde yer almasının oy verme tercihinin değiştireceğini ifade etmiştir:

“Etkilendiğimi tabii ki düşünüyorum, politize olmuş bir gençliğin içerisindeki bir parça olarak ben de oy verirken bunları göz önünde bulundurarak oy vereceğim tabii ki. Örnek vererek konuşayım; ben muhafazakâr bir ailede doğdum, büyüdüm ve millî görüşçü çevreye sahibim ancak benim sevdiğim bir oyun var, Counter izliyorum veya LOL oynuyorum. Bu LOL'ü izlediğim yayıncıların kitlesi ile birebir etkileşimde bulunduğum için bakıyorum ki oradaki herkes muhalif, sosyal demokrat anlayışına sahip vesaire. Bu beni etkiliyor çünkü ben orada azınlığa düşüyorum ve azınlık olarak kalmam da mümkün değil. Ya kendi fikrimi onlara işte ispatlayabilirim ya da ben de onların fikrine yavaş yavaş geçebilirim” (K2, 05.04.2023).

K17 ise, daha önce oy vereceği kişiyi belirlemesine rağmen Twitch.tv platformunun oy verme tercihinin daha olgunlaşmasına ve bilinçli bir şekilde oy kullanmasına önemli katkıda bulunduğunu vurgulamıştır:

“Öyle aslında hani benim belli bir görüşüm aslında var ama bu görüşün tamamen Twitch'ten mi oluştu böyle bir şey oluşmadı tabii ki tamamen Twitch'ten ama Twitch'teki dediğimiz konuştuğumuz gibi yapılan

yayınlar, konuşmalar, gerçekleştirilen tartışmalar vesaire bunların hani olgunlaşmasında netleşmesinde büyük yardımcı oldu. Buralara yani katılarak daha çok oturttum yani fikirlerim diyebilirim” (K17, 09.04.2023).

Katılımcı K22, K17’nin ifadelerine benzer bir düşünüyü oy verme tercihinin gelişmesinde Twitch.tv platformunda konuşulanların oldukça etkili olduğunu şu şekilde belirtmektedir:

“Benim için o oldu. Benim için oldu yani şöyle bir şey, ilk başta mesela şöyle diyeyim: Depremden sonra mı Muharrem İnce popüler olduğunda, benim bir Muharrem İnce’ye yönelimim vardı ama sonradan bunu böyle bir 15-20 gün geçtikten sonra kendimce Twitch izleyerek bunun çok doğru bir düşünce olmadığını çünkü seçimin ilk turda bitmesinin önemli olduğunu düşünerek tekrardan hani altılı masa içerisinde Kemal Kılıçdaroğlu’na oy vermeye doğru itti beni Twitch kullanımım. Bunu açık söyleyebilirim” (K22, 11.04.2023).

Diğer katılımcılardan K23 ise, Twitch.tv platformunda konuşulup ana akım medyada konuşulmayan olayların daha önce ailesinden dolayı CHP’li olarak hissederken bunun Twitch.tv kullanımı nedeniyle değiştiğini ve oy tercihinin bu çerçevede kullanacağını belirtmektedir:

“Evet oldu. Evet söyleyeyim hemen, az önce de biraz bahsettim aslında ya ben önceden ailemde öyle olduğu için çok CHP’li hissediyordum yani ve gerçekten yolsuzluk falan gibi bir şeyin çok olacağını zannetmiyordum yani CHP’de. Ama işte o konuda mesela çok fikrim değişti yayınları izlerken ya da işte diyordum ki ya herhalde o kadar despot davranmazlar yani, bir defa daha diktatörlük yaşamayız ama işte bazı durumlar oldu mesela, işte milletvekilleri tarafından falan, beni gerçekten soğuttu ve yayınlarda gördüm yani yayınlardan öğrendim” (K23, 05.04.2023).

Son olarak katılımcılardan biri oy verme tercihinin sadece Twitch.tv kullanımı nedeniyle değişmediğini ve Twitch.tv yayıncılarının kullandığı diğer sosyal medya hesaplarında yapmış oldukları paylaşımlar sayesinde belli bir görüşünün oluştuğunu söylemektedir:

“Etkili olacak ama dolaylı yoldan olacak aslında çünkü dediğim üzere Twitch yayıncıları direkt olarak oradaki düşüncelerini ve siyasilerle görüşmelerini daha sonrasında Twitter’a yansıtıyor. Ben de daha çok aslında Twitter’dan okuduğum ve Twitch yayıncılarının yapmış olduğu röportajları izleyerek kendi kararına bir şekilde daha çok yaklaşıyorum” (K26, 07.04.2023).

Katılımcılardan bazıları yukarıda belirtilmiş olan görüşlere karşı zıt düşüncelere sahip olmakla beraber, Twitch.tv platformunun kendilerinin oy verme tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmayacağını belirtmektedirler. Katılımcılardan K7, Twitch.tv platformundan ziyade geleneksel haber bültenlerini takip ettiği ve politikacıların söylemlerinin kendisi için daha önemli olduğunu ifade etmektedir:

“Benim için olmaz çünkü ben Twitch’i bu iş için kullanmam ben. Genelde haberleri açarım, bakarım ve daha çok ben şey üzerinden bakmayı düşünüyorum: Kişilerin söylemleri ve hareketleri üzerinden. Yorumlar yerine direkt kişilerin hareketinin saf hali veya röportajının saf hali” (K7, 07.04.2023).

Yukarıdaki görüşe ek bir görüş olarak K29, Twitch.tv’nin kendi oy tercihinin belirlenmesinde yeterli etkiye sahip olamayacağını çünkü geleneksel propaganda araçlarının yaratacağı etkinin aynısına sahip olmadığını düşünmektedir:

“Düşünmüyorum açıkçası. Yani bir propaganda aracı olarak kullanılabilir tabii ki ama yani diğer daha eskide süregelen propaganda araçlarına göre daha az etkisi olacağına inanıyorum en azından kendi seçimimde” (K29, 09.04.2023).

Bir diğer katılımcı ise oy verme tercihinin önceden oluştuğunu ve Twitch.tv kullanımının oy verme tercihlerini etkilemeyeceğini aşağıdaki cümleleriyle belirtmektedir:

“Ya bir etkisi olacağını düşünmüyorum çünkü zaten oradaki çoğu insan gibi düşünüyorum ben de. Hani kafamda net bir şey var zaten. O şekilde yani kafamda net bir şey olduğu için direkt farklı bir düşünce yok yani orada öyle söyleyeyim” (K19, 10.04.2023).

K15 ile K31 ise Twitch.tv platformunun kendi oy tercihlerinin üzerinde etkili olamayacağı görüşüne sahip olup, fakat platformun kendilerine daha fazla bilgi akışı sağlaması nedeniyle oy kullanırken daha bilinçli şekilde oy kullanabilecekleri hakkında görüş bildirmişlerdir:

“Benim oy kullanımında yani benim şu an fikrim yaklaşık bir senedir 2 senedir aynı o yüzden izlediğim böyle tamamıyla değiştirmiyor sadece daha fazla hani bilgi almış oluyorum görmüş oluyorum” (K15, 09.04.2023),
“Yani kullanacağım oyumu değiştirmem ama daha bilgili bir şekilde oy kullanmama sebep oluyor” (K31, 11.04.2023).

Son olarak bir diğer katılımcı ise diğer sosyal medya hesaplarına ve bilgiye farklı platformlardan daha hızlı bir şekilde ulaşması nedeniyle Twitch.tv'ye çok fazla zaman ayırmadığını ve bu sebeple oy tercihinin sosyal medya aracılığıyla değişse bile bu tercih değişikliğine Twitch.tv'nin sebep olmayacağını aşağıdaki ifadelerle anlatmaktadır:

“Yani şimdi açıkçası kendimle ilgili konuşmam gerekirse ben Twitch'te çok da bir zaman geçirmiyorum aslında yüzdelik olarak baktığımda o yüzden oy kullanımında beni öyle ahım şahım bir etkilediğini düşünmüyorum açıkçası. Hani daha hızlı bir şekilde başka yerlerden de erişebiliyorum hani bir siyasetle ilgili bir bilgi almak için illa bir siyasetçinin bana canlı yayında söylemesine gerek yok yani açık okuyabildiğim kaynaklardan mevcut o yüzden çok da hani ilk sıralarda geleceğini düşünmüyorum Twitch'in” (K8, 08.04.2023).

- Platform Kullanıcılarının Oy Verme Kullanma Tercihlerine Göre İfadeler

Yukarıdaki bölümde bu çalışmaya katılım sağlayan Twitch.tv izleyicilerinin bireysel anlamda Twitch.tv platformunun kendi oy tercihleri üzerindeki etkileri gösterilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde ise, katılımcıların kendileri dışında Twitch.tv platformunun diğer kullanıcıların oy verme tercihleri üzerinde ne gibi etkisi olduğu sorusunun cevabı aranmaktadır. Bu bağlamda verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların genel anlamda çoğu, Twitch.tv'de konuşulan siyasi içeriklerin, *chat*'te oluşan tartışmaların ve siyasetçilerin bu platformda yer almasının kullanıcıları hem bilinçlendirdiğini hem de oy verme davranışlarını değiştirdiğini belirtmektedirler. Bunun altında yatan temel sebepler aşağıdaki kısımda detaylı bir şekilde irdelenmektedir.

Katılımcılardan K6, ailesinin ve çevresinin çoğunlukla muhafazakâr kişilerden oluştuğunu ve internet teknolojilerini kullanmaya başlamasıyla birlikte farklı görüşlerin konuşulduğu ve düşüncelerin tartışıldığı platformlarda yer alarak kendisine kötü diye öğretilen düşüncelere karşı fikirlerinin değiştiğini belirtmektedir. Aynı zamanda kendi deneyimine benzer deneyimlere sahip olan kişilerin de Twitch.tv gibi platformları kullanarak daha dar bir alandan çıkıp daha farklı fikirlerin konuşulduğu geniş alanlarda yer aldığını vurgulamaktadır:

“Çok çok etkili olacağını düşünüyorum. Ben muhafazakâr bir ailede büyüdüm, dolayısıyla çevrem de çok muhafazakârdı. Ben dolayısıyla benim şey yani, eğer Twitch ya da işte Youtube tarzı bir yer olmasaydı, hani alkol içip veyahut alkolden bahsederken bu kadar normalmiş gibi bahsedilen birini tanımayacaktım. Ama hani bana bazen öcü gibi gösterilen şeylerin rahat konuşabiliyor olduğunu görmemi sağlıyor. İşte baktığım zaman yani benden farkı ne sadece alkol içiyor. İşte bunu göz ardı ettiğim zaman biraz da karşı tarafın da fikirlerini ufak ufak benimsemeye başlıyorum. Belki görmediğim şeyleri gösteriyor işte, ailemin bana sunmadığı şeyleri mesela o sıra görüyorum veyahut da işte yani dediğim gibi bence muhalefet için çok etkili çünkü muhafazakâr ailelerin çocuklarının takip ettiği içeriklerin üreticileri muhalif ve oy o tarafa doğru da çekiyorlar. Bir yerden sonra önemli oluyor onlar biraz daha mahalle ağabeyleri gibi oluyor çocuklar için” (K6, 07.04.2023).

K6’nın ifadelerini destekler nitelikte diğer bir açıklama da K31’den gelmiştir. K31, muhafazakâr aile yapısına sahip gençlerin Twitch.tv platformunda farklı fikirlerle karşılaştığında oy verme veya siyasi görüşlerinin değişebileceğini ifade etmekte ve genç yaş grubuna ait bireylerin daha da manipüle olabileceğinden bahsetmektedir:

“Yani bir hem iyi hem kötü. Çünkü hani çok daha yani fikir olarak muhafazakâr aileden, daha kısıtlı ve kapalı ailelerden gelen insanlar için, belki gençler için farklı fikirler görme açısından çok güzel bir alet ama bir yandan da hani belli bir noktada çok fazla manipüle de edebilme şansı var özellikle bizim yaşlarımız” (K31, 11.04.2023).

Katılımcılardan K11 ve K3, kendi çevrelerindeki insanların Kemal Kılıçdaroğlu’na ve Muharrem İnce’ye yönelik görüşlerinde Twitch.tv yayınlarının ardından değişiklikler olduğunu şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Dediğim gibi Kemal Kılıçdaroğlu yayından sonra sınıftaki hava birden değişmişti, onlar üzerinde etkili olmuştu yani. Aslında etkili bir şey” (K11, 08.04.2023),

“Hocam bizzat dediğim gibi hani sırf o Twitch yayınına [Deprem zamanı] katıldığı için, orada bilgi aktardığı için Muharrem İnce’ye oy verecek ben 2-3-4 tane arkadaşımı tanıyorum ve benim çevremde çok geniş bir yer değildir hani. Bu yüzden siyasetçiler açısından ben olumlu olacağını düşünüyorum” (K3, 05.04.2023).

Diğer bir kullanıcı ise sosyal medya platformlarının gençleri çok rahatlıkla etkileyebileceğini, Tiktok’ta viral olan bir video nasıl gençler üzerinde etki oluşturuyorsa

Twitch.tv'nin de gençlerin oy verme tercihleri üzerinde etkili olacağını şu şekilde belirtmektedir:

“Ben yani şöyle söyleyeyim; siz de görmüşsünüzdür bence kesinlikle Twitter'da vesaire sadece bir dans üzerinden bile oy verecek bir kitle olduğunu Muharrem İnce'ye. Sadece İnce'nin dansı üzerinden oy verebilir kitlenin olduğunu düşünürsek bence kesinlikle çok fazla etkisi olacağını düşünüyorum Twitch platformunun gençlerin oy verme etkisinde” (K1, 05.04.2023).

İki aşamalı akış, kişiler arası etkileşimleri sürecinde kamuoyunu etkilemede kitle iletişim araçlarının yaptığından çok daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu savunan bir iletişim teorisi (Güngör, 2016 s.105) olarak karşımıza çıkmaktadır. İki aşamalı teoriye göre, kanaat önderleri, toplumdaki çoğu bireyin görüşlerinin şekillenmesine önemli bir rol oynamaktadır. Burada bu kanaat önderleri sadece medya içeriklerini değil, kendi yorumlarını da takipçilerine aktarmaktadır. Bu anlamda katılımcılardan K25, genç kesimin özellikle de kararsız seçmenlerin tercihlerinin kolayca değişebileceğini ve bu süreçte Twitch.tv yayıncılarının bir kanaat önderi olarak hareket ettiğini belirtirken; K4 ise, yayıncıların siyasi anlamda yorum yaparken daha çok manipülatif roller içerisine girdiklerini ve bu sayede izleyici kitlesinin etkilendiği ifade etmektedir:

“Tercihlerini yönlendirebilir bence, özellikle genç kesimin yani aslında böyle bir önyargıyla yaklaşmak çok doğru olmayabilir ama daha kararlarının kolay değişebileceğini çevremde de görüyorum. Kendim de bazen böyle sorguluyorum açıkçası. O yüzden evet onları yönlendirici bir etki olabilir ve şöyle bir durum da var özellikle çok izlenen yayıncıların böyle bir kanaat önderi gibi bir rolleri de var özellikle kendi toplulukları için onların ne söylediği çok önem arz ediyor izleyicileri gözünde. O yüzden de yönlendirici bir etki yaratabileceğini düşünüyorum” (K25, 06.04.2023),

“Twitch'teki yayıncıların yaptığı yorumlar çok büyük bir kitlenin oyunu farklı bir yöne kaydırды. Bu çok, son zamanlarda çok rastladığım bir şey özellikle belli yayıncıların siyasetle işi olan yayıncıların yaptığı yorumlar, şeyler, girdiği durumlar çok fazla insanın fikrini değiştirdi. İnsanların hatta o partiye yakın değilken bile o partiye oy vermem gerekiyor, hani ona yakın değilim ama ona oy vermem şart. İstemeye istemeye versem de vereceğim kafasına ulaşmalarını sağladılar. Çünkü twitch'te yayıncılar da kendi düşüncelerini kendine oy verecekleri partiyi aslında bir nevi el altından ya da manipülatif bir şekilde ya da dayatma şeklinde yapabiliyorlar” (K4, 06.04.2023). Yukarıdaki ifadelerine ek olarak katılımcı K19 ise, yayıncılar kendi kitlelerini yönlendirebilecek güçte olması nedeniyle yayıncı tarafından herhangi bir görüş paylaşıldığında hızlı bir şekilde etkilenebileceğini ifade etmektedir;

“Evet, ciddi etkisi olduğunu düşünüyorum. Çok net etkilenirler çünkü hani dediğim gibi bütün insanlar iç içe orada binlerce insan iç içe. Birisi bir şey dediğinde direkt başkası kolayca etkilenebiliyor ve ilk defa oy kullanacak insanlar olduğumuz için çoğunluğumuz hani en ufak şeyden etkilenebiliyoruz. Direkt yayıncıların etrafında bir sürü kişiyi sürüklemesi anlamına geliyor” (K19, 10.04.2023).

Twitch.tv’nin bir aile ortamı olması ve insanları aile ortamında konuşulan konulardan daha da etkilenmesine dikkat çeken K17, gençlerin televizyonda konuşulanlardan ziyade Twitch.tv’de konuşulanları daha önemsediklerini ifade etmiştir:

“Ya bence büyük bir etkisi oluyor özellikle biraz daha genç hani 18, 19, 20’nin hatta belki 21’i de dahil edebiliriz çoğu kişi için bu yaş kitlesi üzerinde gerçekten büyük bir etkisi olur çünkü bu kişiler belki de hayatlarının büyük bir kısmını burada geçiriyorlar geçirdiler ve geçiriyorlar hala. 12-13 yaşından beri burada olan insanlar var yani. Belki de daha küçüklüğünden beri yani benim bildiğim bu kadar. Burası aslında onlar için biraz daha sığınma aile ortamı gibi geliyor bence ve burada gördükleri görüşleri anlatılan konuşmaları daha çok önemsiyorlar. Daha hani bir televizyon kanalında duydukları şeylerle bu Twitch kanalında Twitch’teki sevdikleri yayıncılardan bu tarz yerlerdeki konuşmalardan aldıkları aynı değil bence eş değil. Televizyondakini biraz daha hani çok umursamıyorlar büyük ihtimalle. Burayı dediğim gibi belli bir ciddi bir zaman harcadıkları için artık burayla çok özdeşleştiklerini düşünüyorum. O yüzden onları büyük oranda etkiliyordur” (K17, 09.04.2023).

3.3.7.9. Siyasi Kullanım Anlamında Twitch.tv Platformundan, Yayıncılardan, İzleyicilerden, Siyasetçilerden ve Siyasi İçerik Üreten Yayıncılardan Beklentiler

- Platformdan/Yayıncılardan Beklentiler

Katılımcıların siyasi anlamda Twitch.tv platformundan, yani yayıncılardan ve chat’ten (Twitch.tv topluluğundan), beklentilerine bakıldığında, katılımcıların Twitch.tv yayıncılarından yayın yaparken genel anlamda daha çok objektif ve tarafsız olmalarını bekledikleri görülmektedir. Bu beklentilerin dışında yayın yaparken yayıncıların propaganda amacı gütmemesi, siyasetçi ve platform izleyicileri arasında bir köprü görevi görmesi, daha çok yönlendirici ve bilgilendirici olması ve bir konu tartışılırken daha tarafsız olmaları beklenmektedir.

Twitch.tv platformu kendi oluşturmuş kültür nedeniyle herkese daha kucaklayıcı bir ortam sağlamaktadır ve bu nedenle izleyiciler çoğunlukla yayıncıların daha şeffaf olmalarını ve kendilerinden biriymiş gibi hareket etmelerini istemektedirler. Bu çalışmaya katılan kişiler özellikle gündemi takibi yapılan yayınları izlerken yayıncılardan bir olaya karşı olabildiğince tarafsız, şeffaf ve objektif yaklaşımlarını şu şekilde belirtmişlerdir:

“Ben bu yayıncıların yorumlarını merak ederim çünkü yorumlarını benim için önemlidir. Bazen bazı olaylar hakkında ben de çıkarım yapamıyorum. Bu konular hakkında yorum yapmaları ve bunları yaparken de genelde izlediğim yayıncılar genelde bunu tarafsız bir şekilde yapmaya çalışıyor yorumlarını. Hani direkt siyasi görüşünü belli etmiyor. Bunları yapmaları benim için yeterli. Beklentim bu benim” (K22, 11.04.2023).

K19 ve K8, katılımcı K22’nin yapmış olduğu açıklamaya benzer bir açıklamada bulunarak yayıncılardan gündemdeki olayları göz ardı etmemelerini ve gündemdeki bilgileri tarafsız bir şekilde yorumlamalarını istediğini şu şekilde belirtmiştir:

“Yani yayıncılardan beklentim açıkçası yanlı olmamaları, objektif olmaları. Yani bunu yapanları gördüm. Twitch olmasa da Youtube’da mesela Oğuzhan Uğur’un programında. Yani adam her şeyden skalada birilerinin çağırıyor. Bunu Twitch yayıncıları da yapabilir, ki yaparlarsa da çok etkili olabileceğini düşünüyorum” (K8, 08.04.2023),

“Yayıncılardan beklentim hani, gündemi daha çok konu almaları hani zaten öyle oluyor ama beklentim o günkü gündemi işte sokakta ne varsa aynı şekilde direkt onu almalı değiştirmeden. İyi de kötü de yansıtmaları, çoğunun yapıldığını düşünüyorum” (K19, 10.04.2023).

Diğer katılımcılar ise yukarıdaki görüşleri destekleyerek, Twitch.tv yayıncılarının yayınları sırasında daha çok tarafsız olmalarını ve sürekli kendi görüşlerini aktarmaktan ziyade direkt olarak doğru bilgiyi izleyicilere aktarmalarını beklemektedirler:

“Yayıncılardan beklentilerim tarafsız olması en azından ama elbet ki bir parti destekleyecektir kendisi ama bunu işte seyircilere yansıtmaması lazım bence” (K21, 10.04.2023),

“Yayıncılardan beklentim ya bu işi tarafsız yürütmeli. Eğer siyaset yayını yapıyorlarsa çünkü çok fazla taraflı yayıncı da var tarafsız yürütmek, doğru araştırma yapmak, konu hakkında bilgili olmak gayet önemli” (K11, 08.04.2023).

Diğer katılımcıların yayıncılardan beklentilerine bakıldığında, yayıncıların siyasetçi ve izleyiciler arasında bir köprü görevi üstlenerek ve tarafsız hareket ederek farklı görüşlere sahip siyasetçilerin buraya gelmesi ve tartışma ortamı sağlaması için çaba sarf etmelerini bekledikleri görülmektedir. Katılımcılardan biri yayıncıların hem objektif yayınlar yapması hem de yayıncıların aslında bir aracı rolünde olması gerektiğini şu ifadelerle açıklamıştır:

“Bence olabildiğince objektif olmalı ya yine her zaman orayı böyle propaganda amacıyla değil de birazcık insanlara, o siyasetçiye o platformu sağlamasına yardım etmeli. Yani orada şey, arabulucu gibi, o yayıncı köprü olacak” (K16, 09.04.2023).

Yukarıdaki açıklamayı destekleyen bir diğer katılımcı görüşü K12’den gelmiştir. K12 de yayıncıların aslında bir köprü görevi üstlenmesi gerektiğini ve yayıncıların aslında bir milletvekili gibi davranmaları gerektiğini, eğer bir izleyici yayına katılan siyasetçiye bir soru sormuşsa o sorunun cevabını siyasetçilerden alması gerektiğini belirtmiştir:

“Aslında benzer beklentilerim var yayıncıların yönlendirici, benim düşüncelerim benim sorularım siyasi arasında bir köprü olmasını istiyorum benim gerçekten aklımda bazı sorular var, benim kaygılarım var. Siyasiye bunu sorup ve cevabını alana kadar uğraş orada, benim savaşım olsun, bunu istiyorum bir nevi, milletvekilinin yapması gerektiği şeyi istiyorum” (K12, 08.04.2023)

K28 ve K27 yayıncılardan beklentilerini açıklarken, siyasetçilerin yayıncılar tarafından yayınlarına davet edilmesi gerektiğini ve siyasetçilerin de bu yayınlara katılmalarını zorlaştırmamaları gerektiğini; diğer bir katılımcı olan K24 ise bu yayınların bir tartışma ortamı yaratılarak yapılması gerektiğini aşağıdaki ifadelerle belirtmişlerdir:

“Yani seçime de yaklaşmışken bence yayıncılar yaptığı konuk alma tarzı yayınlar daha da artabilir de aslında bilmiyorum. Belki adayları çıkarabilirler zaten her gün yayın yapıyorlar diye biliyorum, hani her gün gündemi konuşuyorlar ama bu bir yerden sonra bağın pasif kalıyor hani dediğim gibi adaylarla izleyiciyi iletişime sokmak iyi olabilir” (K28, 08.04.2023),

“Burada siyasi yayınlar bence hani artmalı ya. Böyle televizyonda sürekli şey oluyor 2 günde bir siyasetçi konuk ediliyor birçok programa ama Twitch'te bu çok nadir ve Twitch yayıncıları siyasetçilere ulaşırken de zorlanıyorlar, konuk etmek isterken de zorlanıyorlar. Bence böyle bu tarz yayınlar artmalı kendilerini daha çok insana şey ifade etmeleri gerek” (K27, 07.04.2023),

“Dediğim gibi -Grand de Ba- ortamının sağlayabilmeleri beklerim yani hani o işte televizyonlarda gördüğümüz karşılıklı tartışma programlarını bir de Twitch’te de görebilmek isterim Twitch jargonuna uygun şekilde” (K24, 06.04.2023).

Diğer katılımcıların siyaset anlamında yayıncılardan beklentilerine bakıldığında, yayıncıların bilgilendirici rol üstlenerek izleyicilerini toplumsal konularda daha da bilinçlendirmeleri, siyaset anlamında kanallarında daha çok yayın yapmaları ve bu anlamda daha yapıcı yayınlar yapılarak izleyicilere sorumluluk aktarmaları gerektiğini vurgulamışlardır:

“Yani yayıncılardan beklentim özellikle seçimler bu kadar yaklaşmışken bu konuda çok daha sesli olmaları, yani seslerini çıkarmaları bir şekilde. Hani bilgilendirici olmaları çünkü çok fazla ne kadar etki yapabileceklerinin farkında değiller bazen. Hani bizim için bu kadar önemli bir noktada iken artık çok daha fazla şey yapıyor olmaları gerekiyor: bilgilendirmek, bir şeyler söylemek, konuşuyor olmak gerçekten yapabilecekleri en önemli şey, yapmaları gereken” (K31, 11.04.2023),

“Bu yayıncının güvenilir olması gerek ve siyasetle bir geçmişi olması benim açımdan beni daha da rahatlatır çünkü bir bilgisi var yani, bir deneyimi geçmişi olması beni daha da rahatlatır, güvenilir olması lazım ve siyasetle ilgili bir geçmişi olması güzel olurdu” (K9, 08.04.2023),

“Biraz daha insanları sandıktan soğutmaya yönelik düşüncelerini ifade etmeseler aslında iyi olabilir bir süre. Daha umut vaat eden konuşmalarını paylaşırlarsa, işte biraz daha pozitif olmalılar, izleyicilerini sandıktan soğutmamalılar” (K5, 06.04.2023).

Son olarak siyasi anlamda yayıncılardan beklentilere bakıldığında, yayıncıların tarafsız bir şekilde her kesime eşit mesafede olmaları ve her siyasi görüşe mensup siyasi figürleri yayınlarına çağırıp tartışmaların yapılmasına olanak oluşturulması beklenmektedir. Bu bağlamda K26, ideolojik farklılıklar ne olursa olsun tüm siyasetçilerin Twitch.tv yayıncıları tarafından çağırılması ve ön planda olması gerektiğini,

“Tüm siyasilerin ideoloji fark etmeksizin konuk olması ve bir şekilde bizim sorularımıza cevap vermesi olurdu. Lakin bunu göremiyoruz. Bahsetmiş olduğum 1-2 siyasetçi dışında şu anda seçim döneminde hiç yayıncıların yayınlarına katılan siyasetçi göremiyoruz, benim beklentim daha çok ön planda olmaları yönünde olurdu tabii ki” (K26, 07.04.2023) ifadeleriyle açıklarken, K13 de benzer bir ifadeyi örnekler vererek aşağıdaki gibi açıklamıştır:

“Yani siyasi yayıncılardan şey beklerim şahsen hani görünmek isteyen siyasileri kanallarında gösterebilirler bununla herhangi bir filtre kullanmasınlar yani. Ak Parti’nin hani bir üyesi de istiyorsa gelsin katılsın

yayında aktif konuşsun yani, hani ona da davet götürmese bile hani o siyasi yayıncıya geldiği zaman yayıncı bunu kabul etsin ve onu çıkartmayı, onu şey yapmayı kabul etsin diğerleri gibi, yani onu ağırlasın. Atıyorum AKP olur, CHP olur herhangi bir şey yapsın, hepsinden kabul etsin” (K13, 09.04.2023).

- **İzleyicilerden Beklentiler**

Katılımcılar, izleyicilerin karşıt görüşlere tahammüllü ve tüm konulara açık fikirli olması, birbirine saygılı olması, partizanlık ve fanatizmin sohbet aracılığıyla yapılmaması, tartışılan konular hakkında daha sorgulayıcı olması, yeni fikirlere açık olması, *chat*’teki kullanıcıların birlik olması ve genel anlamda siyasi okur yazarlık seviyelerini geliştirmeleri gerektiğini düşünmektedirler. Bu bulguların ışığında katılımcılardan bazıları, Twitch.tv’de sohbeti özelliğini kullanan izleyicilerden çoğunlukla farklı fikirlerin ifade edilme sürecinde daha saygılı ve açık fikirli olması gerektiğini ifade etmektedirler. Katılımcılardan K7, genel anlamda sohbeti kullanan izleyicilerden beklentilerini,

“Onlardan da beklentim şöyle yine ülkemizde az yapılan bir şey kişilerin tercihlerine ve fikirlerine saygı duymak. Hani bir insan şey diyorsa ben Y partisine oy vereceğim chatte adama küfredilmemesi lazım. Yani isteyen istediğine verir. Daha ılımlı bir şey bekliyorum” (K7, 07.04.2023) şeklinde açıklamaktadır.

Yukarıdaki ılımlı ve saygılı davranışa bir diğer örnek ise katılımcı K19’dan gelmektedir. K19’un saygılı davranışa ek olarak platform kullanıcılarının kullandıkları dile dikkat etmesi gerektiğini,

“İzleyicilerden beklentim hani her görüşe saygılı olmaları bence bu eksikliklerden biri bu. Yayıncıların izleyici kitlelerinden ve kendisinden olmayana işte her türlü lakap takılıyor yani. Kirli şeyler, terörist vesaire bu yanlış bence” (K19, 10.04.2023) ifadeleriyle belirtmektedir. K19’u destekleyen katılımcı K16 ise, izleyicilerden beklentilerini şu şekilde ifade etmektedir:

“Yani insanların chat’lerde tahammüllü olmalı ya. Çünkü orada anonim olduğun için direkt hani istediğin gibi küfrü sallayabiliyorsun chat’ten. Birazcık daha açık fikirli olmasını bekliyorum insanların.” (K16, 09.04.2023).

Katılımcılardan ikisi ise diğer insanlara karşı daha saygılı ve diğer fikirlere karşı açık fikirli olma konusunu linç edilme, partizanlık ve ikili iletişim üzerinden cevaplandırmaktadır. Katılımcılardan biri linç konusuna dikkat çekerek insanların birbirlerini daha iyi dinlemelerini,

“Bir izleyici olarak da bir chat olarak da yani genel olarak izleyicilerden beklentim bazen yani çok gereksiz linç edilebiliyor. Twitch izleyicisinin bence inanılmaz fazla çoğunluğu Twitter da kullanıyor ve gerçekten bazen bazı şeyleri dinlemeden, duyulmadan şey tamamen bilinçsizce saldırabiliyorlar. Bence bunun yerine biraz daha, biraz daha durup dinlemelerini isterdim” (K13, 09.04.2023) cümleleriyle belirtirken, diğer bir katılımcı ise kullanıcıların birbirleriyle ya da bir yayıncının konuk olması halinde chat bölümünde kullanmış olduğu kelimelere veya ifadelere fanatik tutum göstermeden daha dikkat etmesi gerektiğini vurgulamıştır:

“İzleyici tarafından da ya mesela canlı yayında biri var sadece sövüyor. Yani diyor işte hadi oradan, git şunu yap, sen nesen falan. Bu şekilde yazılar ve daha ağırları tamam sevmiyorsun da hani şey yapmayın ya, program yapmaya gelmişiz, çarpıtmayın dinleyin. Hangisi mantıklı konuşuyor zaten o şekilde anlarsınız. Fanatizm ve partizanlık belli bir yere götürmez bizim siyasetimizi diye düşünüyorum, partizanlık yapmıyorum” (K10, 08.04.2023).

Toplumumuzdaki yeni fikirlere kapalı olma ve bir olayı yeterince sorgulamama gerçekliğinin günümüzde sosyal medya platformlarına kaydığı ve Twitch.tv platform kullanıcılarının yeterli düzeyde sorgulama yapmadan bazı doğruları kabul ettiği, aynı zamanda başka görüşlere kapalı olduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu anlamda, katılımcılardan K1, Twitch.tv’de yanlış bilginin yayılımının önlenmesinin önemli bir husus olduğunu ve bu platformda konuşulan bilginin doğru olup olmadığının izleyiciler tarafından sorgulanması gerektiğini aşağıdaki ifadelerinde şöyle vurgulamaktadır:

“Çok fazla farklı dönemlerden geçtik örneğin deprem olsun veya geçmişte daha farklı olaylar olsun bu olaylarda sosyal medyadaki dezenformasyonu hepimiz görüyorduk. Dolayısıyla Twitch.tv kullanan benim yaşımdakiler veya benden büyük benden küçük insanların kesinlikle dikkat etmesi gereken yani bu topluluğa en azından, bu topluluğu takip eden insanların dikkat etmesi gereken ana etmenin bu [Dezenformasyon] olduğunu düşünüyorum. Bir de yani dogmalara karşı biraz durmak gerekiyor. Örneğin insanlar manipülatif hareketlere karşı diyeyim, örneğin yayıncıların kullandığı, yani bunu aşılacak mı istiyor bize örneğin, yoksa gerçekten bunu anlatmak mı istiyor, bence bu da önemli. Yani karşıımızdaki insanı tamamen zaten anlamamız mümkün değil böyle bir sosyal medya platformundan belki ama her şeyi alıp dediğim gibi onların artılarını eksilerini kendimiz hesap edip yorum yapmak daha mantıklı olacaktır. En

azından ben böyle düşünüyorum. Yani bence ana etmen Twitch kullanan insanların bu platformdaki her şeyin gerçek olmadığını da bilmesi gerekiyor dolayısıyla bu platformu eğer ki daha bilinçli bir şekilde kullanırsak, daha bilinçli bir şekilde izlersek, bence iyi yönde etkileyecektir” (K1, 05.04.2023).

Katılımcı K1’in ifadesini destekleyen diğer paralel ifadeler ise K31 ve K30’dan gelmiştir. Bu katılımcılar, bu platformdaki kullanıcıların daha sorgulayıcı, her şeye “Evet.” dememeleri gerektiğini ve daha fazla sorgulamaları gerektiğini aşağıdaki şekilde ifade etmektedirler:

“Ya olabildiğince çok farklı şey takip etmek aslında. Tek bir şeyi ya da böyle mantıklı gelen ilk fikre kapılmaktansa farklı açılardan bir şeyleri izlemek, farklı açılardan dinlemek ya da ne kadar mümkün olabilir chat’lerde bilmiyorum. Ama daha doğru bir şekilde konuşabilmek en azından, birbirlerinin fikirlerini öğrenebilmek” (K31, 11.04.2023),

“İzleyiciler de zaten şeyi bilmeli bu yayıncılardan duyacakları her şeye inanmamaları lazım yani internetten herhangi bir yerdeki gibi” (K30, 10.04.2023).

Yukarıdaki ifadelere ek olarak diğer bir katılımcı, izleyicilerin *chat*’te iyi bir iletişim kurarak aktif bir şekilde yer alması gerektiğinin önemine dikkat çekmektedir:

“İzleyici olarak da bence izleyiciler de aktif olmalı hani dediğim gibi pasiflik hiçbir işe yaramıyor. Hani daha çok soru sormalılar. Hani özellikle bizim yaşındakiler biz çoğu şeyi bilmiyoruz, çünkü yaşamadık internetten veya Google’dan ne görüyorsak onları öğreniyoruz yani. Soru sorarak ya da işte adaylar gelirse onlara soru sorarak, yönelterek yargılanmayacak bir şekilde de hani iletişimde kalabilirler. Bence bunu yapmalılar da” (K28, 08.04.2023).

Son olarak katılımcılar, Twitch.tv platformu izleyicilerinden birlik olarak hareket etmeleri gerektiğini ve gündemi takip ederek ortak tutum oluşturmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcı K26 Twitch.tv izleyicilerinden ortak bir tutum sergileyerek yayıncıların yönlendirilebileceğini,

“Twitch topluluğu olarak ben gerekli bir şekilde yayıncılara gereken baskıyı yapmadığımızı düşünüyorum bu konuda açıkçası. Çünkü eğer bir şekilde yapabilirsek yayıncılar zaten bir şekilde biz kitleleri olduğu için varlar orada. Dolayısıyla bizim beklentimizin yönünde siyasetleri Twitch platformunda ağırlayıp bir şekilde sorularımızın cevaplanması yönünde bir şeyler yapabilirler. Fakat bence Twitch toplumu yeterince bu konuda ısrarcı olmuyor” (K26, 07.04.2023) şeklinde belirtirken, diğer bir katılımcı ise bu konuya ortak sorunların olduğu dönemde kullanıcıların bilinçli şekilde hareket etmesi gerektiğini vurgulamaktadır:

“Ya mesela ben şu anda artık seçim dönemine de girmemizle beraber bir yayıncı eğer siyaset konuşuyorsa, ‘sıktı oyuna geç tarzı şeylerin yazılmamasını isterim yani.’ En azından şu oyumuzu bir kullanalım ondan sonra işte oyunda oynarız, şeyi de yaparız. Bir de kritik bir seçim yani” (K6, 07.04.2023).

- **Siyasetçilerden ve Siyasi İçerik Üreten Yayıncılardan Beklentiler**

Twitch.tv’nin bir siyasal iletişim platformu olarak nasıl kullanılması gerektiğine yönelik bazı katılımcı görüşleri analiz edildiğinde, siyasetçilerin bu platformda yayın yaparken aşağıda belirtilen hususlara dikkat etmesi ya da yayınlarında belli kriterleri karşılaması durumunda katılımcılar tarafından takip edilebileceği ifade edilmiştir.

- Siyasetçilerin misafir olarak bu platformda yer almasından ziyade, sürekli ve aktif bir şekilde yayın yapmasının siyasetçilerin takibi için önemli bir husus olduğunu bazı katılımcılar şu şekilde belirtmiştir:

“Burada hesap açtıktan sonra sürekli yayınlar yapmaları gerekiyor. Haftada bir kere de olsa zaten geçtiğimiz yıllarda Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş vesaire hesaplar açmışlardı ama hiç yayın yapmadılar ve işte aktiflik önemli bu konuda” (K11, 08.04.2023),

“Öncelikle yayın vermeden önce haber vermeleri gerekiyor ve direkt olacak bir şey gibi de durmuyor çünkü yani siyasetçiler halkla arasında bir katman var onun kırılması için bunu gündelik olarak yapmaları lazım sadece seçim zamanları yaparlarsa pek samimi olmayacağını düşünüyorum” (K9, 08.04.2023),

“Düzenli olarak aslında kullanırlarsa mesela atıyorum haftanın şu günü veya 2-3 günde 1; bugün bu saatte, hani her akşam atıyorum 9 ya da 8’de 1 saat boyunca ya da 2 saat boyunca bazı soruları cevaplayacağım, bazı şeyleri açıklama getireceğim vesaire. Hani böyle bir beklentiye sokarsa bizi ve bir düzenli hale getirirlerse aslında olabilir yani kullanışlı olurdu belki” (K17, 09.04.2023).

- Meclis ve miting yayınlarının siyasetçilerin Twitch.tv kanallarında yayınlanması sağlanarak Twitch.tv kullanıcılarının siyasetçileri takip etmesi ya da yayınların izlenmesi için kitleyi bu yayınlara çekeceği aşağıdaki ifadelerde belirtilmiştir:

“Ya bence meclis yayınları canlı bir şekilde Twitch’ten yayınlanabilir. Öyle olursa bence kitle çekeceğini düşünüyorum. Onun harici mitingler aynı şekilde direkt parti tarafından Twitch’te yayınlanabilir. Çünkü daha geçenlerde Ekrem İmamoğlu’nun mitingi vardı nerede Antalya mıydı, Isparta’da mıydı bir yerde, onu ben canlı izledim yani Twitch’ten. Başka bir yayıncı açmıştı ama direkt parti açsaydı belki oradan da izlerdim ama hem parti hem yayıncı açmış olsa sanırım yayıncıdan izlemeyi tercih ederdim” (K15, 09.04.2023),

“Mitingler veya programlar olduğu zaman konuşmalar olduğu zaman bunu Twitch'ten yayın olarak da açabilirler ama hiç yaptıklarını görmedim ben. Mesela Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş'ın Twitch kanalı var, girdim girip baktığımda sadece 1-2 dakikalık videolar vardı, uzun uzadıya kullanmıyorlar, kullansalar işe yarayabilir” (K27, 07.04.2023).

- Katılımcılara göre, siyasetçilerin yaptıkları yayınların izlenmesine olanak sağlayan bir diğer özellik ise karşılıklı tartışma olanaklarının Twitch.tv kanallarının içinde yer almasıdır:

“Twitch gerçekten herkese ulaşabilen bir kanal. Popüler kültür kanallarına ya da işte geleneksel yayın organlarından ziyade Twitch'te gerçekten bilinçli bir kitle de var ve bence eğer siyasiler yol kat etmek istiyorsa ya da Türkiye siyasetini düzeltmek istiyorsak herkese ulaşabilmemiz gerekiyor. Sadece televizyon kanallarına çıkmak yetmiyor. O yüzden Twitch bu şekilde, hani daha aktif olarak bireysel olarak ya da kendilerine bağlı kişilerin desteğiyle böyle karşılıklı bir münazara şeklinde kullanmaları daha mantıklı olur bence” (K24, 06.04.2023),

“Yani şey aslında bir televizyon izlemekten farklı bir şey sunuyorsa eğer Twitch üzerinden yapmaları, bana daha açık bir şekilde konuşabiliyorlarsa daha gündelik ya da kendilerini gerçekten daha rahat ifade edebileceklerse eğer Twitch üzerinden, o zaman evet derim ki ben bu kişiyi Twitch'te izlerim. Yoksa televizyon üzerinden izlemekten çok da bir farkı kalmaz benim için. Daha hani anlık soru ve cevap şeklinde ilerliyorsa eğer hani yazılı bir şey okumuyorlarsa Twitch üzerinden takip ederdim mesela” (K31, 11.04.2023).

- Kitleye uygun konu-içerik oluşturma ve bunlara ek olarak yayın sırasındaki hitap şekli siyasetçilerin yayınlarının izlenmesini sağlayan diğer bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır:

“O açıkçası hangi şekilde olarak görürseniz Twitch kitlesi birazcık daha tez canlı bir kitle, onlara hitap edecek şekilde kullanılması lazım. Yani işte kameranın karşısına geçip yayını açıp işte bugün şunlar oldu listeden böyle okur gibi bildirim okursanız Twitch kitlesini çok çekemeyecektir diye düşünüyorum. Genel olarak açıkçası eğlenceli bir içeriğin arasına serpiştirerek kullanılırsa ben çok daha yararlı faydalı ve verimli olacağını düşünüyorum” (K4, 06.04.2023),

“Bir siyasi figürün yaptığı içerikle alakalı. Kendisi gençlere yönelik program yaparsa ve bunu duyurursa, bunlardan birini ben takip ederim” (K10, 08.04.2023),

“Yani bence en önemlisi o siyasetçi dillerini bırakmaları yani, böyle bir siyasetçilerin hani geveleyerek, böyle lafı uzatarak konuşma şeylerini sevmiyorum. O yüzden canlı yayın bu şekilde iyi, yani siyasetçilerin gerçek yüzünü görüyorsun çünkü normalde onlar kameranın arkasındaki

'promptan' okuyorlar ama canlı yayında da mümkün değil yani bu kadar. O yüzden bence o siyasetçi şeylerini bırakıp daha çok normal insan gibi olmalarını, halktan gibi gözükmelerini seviyorum, bu sağlanırsa onları da izlerim" (K16, 09.04.2023).

- Twitch.tv izleyen kitlenin yaş ortalamasına bakıldığında 18-30 yaş kategorisine ait büyük bir popülasyonun olduğu ve siyasi partiler yayın yaparken çoğunlukla genç yaşta olan siyasi üyelerinin bu platformda yer almasına dikkat edilmesi gerektiği belirtilmiştir:

"Yani düşünüyüm bunu biraz daha genç olması lazım bence ya yani daha çünkü günümüz politikacıları 65 yaş üzeri oldukları için daha atılgan diyebilirim yani. Hakikaten gençlerin sorunlarıyla ilgilenen yani bildiğim tek kişi siyasetçi var; bu gençlere birebir yakın olan Taylan Yıldız mıydı onu biliyorum sadece o da Twitch'te değil o da Facebook'tan çok samimi oluyor" (K8, 08.04.2023).

- Siyasetçilerin Twitch.tv kullanıcıları ve bu teze katılan katılımcılar tarafından takip edilmesine olanak sağlayan son özellik ise siyasetçilerin yayınlarında doğal ve samimi olmasıdır:

"Şöyle doğal ve samimi olursa. Yani şöyle mesela ben yayıncıları takip ettiğim yayıncıları kendi evinden görüyorum evet bir arkada set-up var yayıncının, direkt doğal görünmeyen, ışık ya da atıyorum arkada işte belli figürler var, tablolar olabilir, her şey olabilir, biblolar her neyse ama sonuçta ona ait onun zevkini onun kişiliğini yansıtan bir arka plan görüyorum ben. O yüzden siyasi figürlerden de beklentim bu yönde olur. Örneğin kendi çalışma odasında olabilir, mutfağından olabilir, oturma odasında olabilir ama onu daha samimi ve daha yakından tanımama yardımcı olabilecek bir ortamdan yayın yapmasını isterim. Öyle bir yerde öyle bir mekânda onu görmek isterim" (K25, 06.04.2023),

"Öncelikle bir haber kanalına çıkıp profesyonel bir gazeteciyle röportaj yapıyormuş gibi konuşmaması gerekiyor çünkü siyasi parti liderlerinin yahut temsilcilerinin zaten Twitch gibi daha çok gençlerin kullandığı platformlara gelme amacı bir şekilde Z kuşağının oyunu alabilmek, tamamen kendi tabirleri, dolayısıyla karşında profesyonel bir gazeteciden ziyade samimiyetine ikna olmak isteyen bir kitle var. Bunun farkında olmaları gerekiyor" (K26, 07.04.2023).

Kullanıcılardan bazıları ise bu platformu tamamıyla eğlence amaçlı kullandıklarını, siyasetin eğlence ile yan yana gelmemesi gerektiğini, siyasetçiler burada belli zaman geçirip içerikler üretmelerine rağmen takip etmeyeceklerini, kullandığı dilin platform ile uyummayacağını ve siyasetçilerin tarafsız tutum sergileyemeyeceğini

belirtmiştir. Bu ve benzeri nedenlerden dolayı belli bir kitle tarafından Twitch.tv’de siyasi gündem ve siyasal iletişim gibi bir sürecin olmaması gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmektedirler:

“Yani ben hiçbir türlü etmem herhalde. Çok ilginç bir şey yapması gerekiyor; bence mantıklı da olmaz. Çünkü siyaset bence eğlenceli bir şey değil yani bu kadar içinde de olmamız gereken bir şey” (K5, 06.04.2023),

“İlgimi çeken bir konudan bahsetse bile hitabetinin bana yönelik olacağını sanmıyorum çünkü birçoğu bürokrasiden gelmiş insanlar ve hatta işte ocaklardan yetişmiş insanlar ve bu tip insanların hem büyüdüğü dönem hem de işte çevresi gereği zamanındaki hitabeti tarzı bana pek yönelik olmuyor açıkçası. Yani mesela Taylan Yıldız bir ara yayın açıyordu, İstanbul meclis üyesi, hani onun yayınları biraz olsun hani bizim dilimizi konuşabiliyor; biraz izledim ama takipçisi olmadım” (K6, 07.04.2023),

“Ya açıkçası yani takip edeceğimi düşünmüyorum çünkü daha çok böyle o Türkiye’nin o kara siyasetinden kaçmak için kullandığım bir şey yani ben günümüz siyasetçilerinin çoğunluğundan hoşlanmıyorum. Yani onların iletişimini beğenmiyorum. Ben daha çok herkesi eleştiren, her görüşü savunan insanları seviyorum. Yani yanlışla yanlış demen lazım” (K18, 10.04.2023),

“Bu platformda ben siyasetçileri bizzat takip etmem sadece benim gerçekten soracağım soruları tarafsızlığına güveneceğim, zaten abone olduğum yayıncıları saydım size. Bu yayınlara konuk olmaları durumunda bu içeriği merak edip izleyebilirim, takip edeceğimi zannetmiyorum siyasetçileri” (K12, 08.04.2023),

“Televizyonlarda yani genel olarak yanlış yapılıyor ya iktidar yanlış ya muhalefet yanlış haberler yapılıyor. Twitch’te en azından bunun tarafsızlığı hoşuma gidiyor mesela atıyorum direkt bir parti direkt böyle Twitch’te yayın yapmaya başlasa çok takip edeceğimi düşünmüyorum” (K22, 11.04.2023).

3.3.8. Genel Değerlendirme ve Yorumlar

Bu tez çalışmasında, önemi yeterince keşfedilmemiş bir canlı akış platformu olan Twitch.tv, yeni bir siyasi alan olarak incelenmektedir. Siyasal iletişim faaliyetlerinin sürdürülmesinde görece yeni ve geniş olanaklara sahip bu platformun gerek siyasiler gerekse seçmenler/bireyler için gündem takibi, siyasilerle iletişime geçme ve siyasal katılım bağlamında kendi kararları üzerindeki potansiyel etkileri değerlendirilmiştir. Bu araştırma sürecinde, özellikle daha önce hiç oy kullanmamış genç seçmenlerle görüşmeler yapılmış ve onların Twitch.tv’nin hem siyasi iletişim bağlamında hem de kendilerinin

bireysel olarak siyasallaşmalarında ne gibi bir öneme sahip olduğu çevrimiçi derinlemesine görüşmeler aracılığıyla tespit edilmiştir.

Çalışmanın bu kısmında elde edilen bulgular kullanılarak bu tez için oluşturulan dört hipotez birbirinden ayrı şekilde değerlendirilmiştir.

- *H1: Siyasetçiler ile ilk defa oy kullanacak seçmen arasındaki etkileşim için Twitch.tv yeni bir siyasal iletişim alanıdır.*

Twitch'in son yıllardaki gelişmesi ve yükselişi dikkate alındığında, siyasetçilerin ve siyasi içerikli yayınların Twitch.tv'de süresinin artması, dünyada ve Türkiye'de belli siyasetçilerin ve siyasi içerik üreten yayıncıların Twitch.tv'de yer alması siyasal iletişim bağlamında düşünüldüğünde, siyasetçi ve seçmenler arasındaki ilişkiyi inşa etmede ve kuvvetlendirmede Twitch.tv'yi gittikçe önemli konuma getirmiştir. İşleyiş ve kullanım bakımından diğer popüler sosyal medya platformlarından canlı yayın yapma ve yayıncıyla/izleyicilerle anbean etkileşime geçme özellikleriyle ayrılan Twitch, siyasiler için seçmenlerle ilişkilerini derinleştirmek adına yer almayı denedikleri bir platform olarak görülmektedir. Platform kullanıcıları ya da seçmenler tarafından düşünüldüğünde ise, siyasetçilerle doğrudan iletişime geçme, talep ve istekleri anında onlara iletebilme, onları kendilerinden biri gibi görerek aralarındaki mesafeyi azaltma gibi etkileri olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılardan çoğu, siyasal iletişim sürecinde Twitch.tv'nin siyasetçilerin genç seçmenlere tanıtılmasında ve birbirleri arasındaki etkileşimin oluşmasında uygun bir platform olduğunu vurgulamaktadırlar. Buna ek olarak, siyasetçiler ilk defa oy kullanacak genç seçmenlere ulaşmak için Twitch.tv'nin sunmuş olduğu bazı özellikleri (klip oluşturma, bağış yapma, canlı yayın yapma, başka yayıncıların kanalına konuk olma, sohbet özelliği) kullanarak yeni bir siyasal iletişim tekniği geliştirmektedirler. Bu bağlamda platformun sunduğu olanakları Twitch kültürüyle uyumlu bir şekilde kullanan

siyasetçiler, platformun “yerlisi” olan kullanıcılar/seçmenlerle olumlu bir ilişki inşa etmeye çalışmaktadırlar.

Twitch.tv’nin yeni bir siyasal iletişim alanı olmasını destekleyen bir diğer sonuç ise, platformda uzun süredir yer alan kitlenin artık 18 yaş üstünde oy verebilecek bireyler olmaları ve yaşlarından dolayı ülke gündeminin içerisinde daha aktif bir şekilde yer almalarıdır. Platformu kullanan kitlenin talep ve ihtiyaçları da yaşlarıyla orantılı olarak zamanla değişmiş ve platformdan içerik anlamında beklentileri de bu yönde evrilmiştir:

“Yani Twitch’e giren çocukların hepsi büyüdü artık. Büyük çocuklar yani. Twitch’te o kadar 12 yaş ya da ne bileyim 12 yaş altı diye dalga geçtikleri o kitleyi bulamazsınız yani aslında şu anda. Çünkü ben Twitch’i ilk izlemeye başladığım zaman 10 yaşındaydım, hatta 10 yaşından küçüktüm galiba 9 yaşında falandım. Ya hatırlıyorum, Pintipanda ile Jahrein’i falan izliyordum. Şu an o çocukların hepsi büyüdü, ya 10 yaşındaydım, 19 yaşındayım şu anda. Yani belki demin söylediğim tarihten daha fazla Twitch izliyordum şu an. Ya o yüzden ben çok sıkıntı olacağını düşünmüyorum ya artık, çünkü ülke gündemi oyun değil artık, ülkenin gündemi şey değil artık, ülkenin gündemi siyaset” (K4, 06.04.2023).

Diğer bir neden ise, artık oyun yayınları dahil her yayında bir şekilde siyasetin konuşulmasıdır. Bu durum bir kamusal alan olarak Twitch.tv’nin apolitik bir alandan politik bir alana dönüşmesini sağlamıştır. Katılımcılar bu platformda herkesin siyasetten bahsettiğini, birçok farklı kategorilerin olduğunu ve bu sayede siyasetçilerin kabul edilebileceğini ifade etmektedirler. Daha önce oyun yayınlarıyla öne çıkan platformda, içerik çeşitlilik olarak genişlemesinin ve kullanıcıların siyaset içeriklerine aşina olmalarının da siyasetçilerin burada kabul görmeleri adına olumlu olacağı ifade edilmektedir. Katılımcıların bu konudaki görüşleri, siyasetin ya da siyasetçilerin bu platformda kabul görmesinin genç kitlenin politize olmasıyla doğru orantılı şekilde olduğunu ve bu nedenle Twitch.tv’de siyasetçilerin de kolayca yer bulabileceğini, kabul göreceğini ve genç seçmenlerin takip etmiş oldukları konular üzerinden etkileşime geçebileceğini göstermektedir.

“Kabul etmeyen belli bir kitle olacaktır tabii ki ama yani özellikle Türkiye’nin işte bu zamanlarında yani, bu seçimler yaklaşıyor ve siyasetten bahseden ve ‘gamer’ olan bayağı bir yayıncı oldu. Fakat onlara karşı yani çok bir sorun çıkmadı. Şu anda herkes siyasetten bahsediyor gibi bir şey. O

yüzden genel olarak Twitch'e işte siyasetçiler gelse sorun olur mu, elbette bazı sorunlar olur bence ama kabul de edilir. Çünkü işte Twitch'te bilgisayar oyunları dışında çok fazla şey var yani çok fazla değişik kategori. Ve bence böyle bir kategori, yani siyaset ve siyasetçilerin Twitch'e gelmesi bana hiç mantıksız gelmiyor” (K30, 10.04.2023).

Yeni bir siyasal iletişim alanı olarak Twitch.tv'ye yönelik katılımcıların görüşleri incelendiğinde, katılımcıların tamamının Twitch.tv platformunun siyasal iletişim sürecinde genç seçmenlere ulaşmak için kullanılabileceğini ifade ettikleri görülmektedir. Bu bağlamda Twitch.tv, yalnızca siyasi kampanya ve içeriğin iletilmesi için değil, aynı zamanda siyasetçilerin genç seçmenlerle sohbet yoluyla soru-cevap yaparak anlık bire bir etkileşime geçebildiği ve seçim kampanyaları sürecinde kullanılan önemli bir platform haline geldiği söylenebilir. Ayrıca siyasetçiler, seçmenlere vadettiklerini ve geleceğe dair planlarını yalnızca siyasetçi kimliğiyle değil, izleyiciyle platformun sağladığı yakınlığı da kullanarak daha samimi bir tonda iletme imkanını bulmaktadır. Katılımcılar, siyasetçilerin Twitch.tv'de izleyicileriyle soru-cevap yapmalarının siyasal iletişim sürecinde bu kitleyle etkileşime geçmesini sağlayacak yeni bir ortam olduğunu belirtmiştir:

“Evet bence kullanılabilir, şöyle eee dediğim gibi yayıncılarla ortak bir yayın yapılırsa siyasetçiler kendilerini iyi anlatabileceği bir ortam sağlayabilir Twitch onlara. Karşılıklı sohbet olursa daha iyi olur; soru-cevap şeklinde olursa çok daha iyi olur. Sonuçta bir miting alanı değil ama kendini açıklayabileceği fikirlerini sakince anlatabilecek bir ortam olabilir yani” (K14, 09.04.2023).

Genç seçmenlerin sosyal medya platformlarında daha çok zaman geçirmesi ve geleneksel kitle iletişim araçlarını haber-gündem takibi için tercih etmemeleri sebebiyle katılımcıların çoğu, siyasi gündemin bu platformda konuşulmasının, apolitik gençlerin bilinçlenmesinin ve siyasal iletişim sürecinin bu platformda gerçekleşmesinin siyasetçi-seçmen arasındaki iletişim sürecinde gerekli olduğunu savunmaktadırlar. Bunun yanı sıra siyasetçilerle gündelik hayatta diyalog kurmanın ve onlara ulaşmanın zorluğunu kırmak adına Twitch yayıncılarının bu süreci hızlandırıp aracı olduğuna dikkat çekmişlerdir:

“Burada [Twitch.tv] olmalı çünkü burası yani benim mesela ben bir milletvekiliyle gidip konuşamam birebirde, zor yani ama mesela yayıncılar artık öyle yerlere geldiler ki gerçekten çok büyük insanları tanıyorlar. Ve benim chat'ten ona yazdığım bir şeyi belki de gidip o büyük insana onu

anlatabilir ya da benim fikrimi taşıyabilir o yüzden aslında bir elçi gibi oluyorlar ve o yüzden destekliyorum katılmalarını” (K18, 10.04.2023),

“Siyasetinde yer alabileceğini düşünüyorum ve açıkçası gündemdeki değişiklikleri ya da yapılan yorum değişiklikleri insanlar üzerinde bıraktığı etkiyi görmek açısından, gözlemlemek açısından 10 numara platform bence” (K4, 06.04.2023).

Twitch.tv platformunda siyasetin konuşulması, tartışılması, siyasi figürlerin bu platformda yayınlara katılarak görünürlüklerini arttırması ve bir siyasal iletişim alanı olarak Twitch.tv’yi kullanması Twitch.tv kullanıcılarının çoğunun düşüncelerinde önemli bir değişime sebep olmuştur. Platformda geçirilen sürenin fazlalığı, belirli bir konudaki içeriklerin sürekli olarak takip edilmesi, yayıncıların etki alanlarının geniş ve güçlü oluşu platformun bireylerin siyasi anlamda karar alma süreçlerindeki etkisini arttırmıştır denilebilir. Bununla bağlantılı olarak geçmiş dönemde Kemal Kılıçdaroğlu’nun Twitch.tv’de canlı yayına katılmasından sonra katılımcılardan K16, Twitch’teki kişilerin Kılıçdaroğlu’na yönelik görüşlerinde değişim yaşandığını şu şekilde belirtmektedir:

“Yani bence işte o yayınları izleyip fikrini değiştiren çok kişi vardır. Öncesinde herkes anti-Kılıçdaroğlu’cuyken bir gün sonra hemen şey, herkes daha ne kadar samimi işte “Kemal dedem” falan tarzı şeylere girebiliyor. O yüzden bence çok etkili yani. Çünkü sadece o yayınlar Twitch’te de kalmıyor ki, o yayın Twitter’da konuşulmaya devam ediyor, Instagram’da da konuşulmaya devam ediyor” (K16, 09.04.2023).

Sonuç olarak, siyasetin Twitch.tv’de konuşulmasının, siyasetçilerin bu platformda görünürlüklerinin artmasının ve siyasi parti temsilcilerinin Twitch.tv kullanımlarının, siyasetçiler ve ilk defa oy verecek genç seçmenler arasındaki etkileşimde önemli ve olumlu bir etkisinin mevcut olduğu, bunun yanında ve bir anlamda sonucu olarak Twitch.tv’nin yeni bir siyasal iletişim alanı olarak görüldüğü ifade edilmektedir.

- *H2: Siyasetçiler Twitch.tv aracılığıyla, ilk defa oy kullanacak seçmelerle etkileşim kurma sürecinde başarılı olmaktadır.*

Twitch.tv, katılımcılar tarafından her ne kadar siyasetin konuşulduğu ve siyasal iletişim için yeni bir alan olarak savunulsa da katılımcılar siyasetçilerin bu platformu kullanımda başarılı olmadıklarını belirtmektedirler. Çalışmaya katılan katılımcılardan elde edilen verilerin ışığında, siyasetçilerin sıklıkla Twitch.tv platformunda yer almasalar da burada geçirdikleri süre açısından az da olsa belli bir başarıya ulaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Siyasetçiler düzenli olarak bu platformda yayın yapmamış olsalar da bu yayınlar katılımcıların görüşmelerde belirtmelerine neden olacak kadar zihinlerinde yer etmiştir. Örneğin; 14 Mayıs 2023 cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği genel seçiminde siyaset sahnesindeki popüler siyasetçilerin zamanında Twitch.tv’de yer alarak belli bir başarıya ulaştığını bir katılımcı şu şekilde ifade etmektedir:

“Kesinlikle getirdi ve aslında şuna baktığımızda, şu anda gençler tarafından en çok öne çıkarılan ve desteklenen siyasetçiler aynı zamanda geçtiğimiz dönemlerde Twitch yayınlarına katılmış olan siyasiler, dolayısıyla bunların paralel bir şekilde gençler tarafından sevilme yüzdesinin de artmış olduğunu görebiliyoruz. Bu bence kesinlikle Twitch ile bağdaştırılabilecek bir durum” (K26, 07.04.2023).

Bazı katılımcılara göre bu platformda siyasetçilerin yer almasının süreklilik arz etmemesi, yeterli başarıyı getirmemekte ve siyasetçilerin buradaki sınırlı süredeki varlıkları etkisiz olmaktadır. Katılımcılara göre siyasetçilerin bu platformda başarılı olmamasının temel sebepleri; siyasetçilerin Twitch.tv platformunun gençler ile etkileşim kurma potansiyelinin farkında olmamaları, platformun jargonuna ayak uydurmamaları, siyasetçilerin Twitch.tv’nin yaş ortalamasına göre daha yaşlı olması, Twitch.tv yayıncıları ile iş birliği yapmamaları, siyasetin bu platformda konuşulmayacak kadar ciddi bir mesele olması, kendi yankı odalarında kalmak istemeleri ve canlı yayın platform olması nedeniyle hata yapmaktan kaçınmaları olarak belirlenmiştir:

“Yok yapılmıyor. Yani benim aklımda sadece işte 3 tane siyasetçi yanlış hatırlamıyorsam sadece Twitch’e çıktı işte İmamoğlu, Yavaş, Kılıçdaroğlu çıktı. Ben başka hiç hatırlamıyorum. Ya işte yaşlı olanlar işte anlamıyor ya da ciddiyetsiz buluyorlar ortamı. Yani onlar herhalde işte siyasetin sadece işte ceketler giyinerek işte resmi ortamlarda

konusabileceğini düşünüyor; işte Twitch gibi bir ortamda oyun kültürünün hâkim olduğu bir yerde siyaset konuşulamayacağını düşünüyorlar; ben öyle düşünüyorum” (K16, 09.04.2023),

“Etkin bir şekilde bence kullanılmıyor. Hem süre ayrılmıyor hem yatırım yapılmıyor bence. Başta birkaç yıl önce, 2 yıl önce olabilir, çok dikkat çekici platformdu Twitch böyle siyasiler için. Hemen girmeliyiz yayın yapmalıyız gibi bir hava estirilmişti. Ama çok kısa sürdü bu Twitch rüzgârı diyeceğim artık. Çok kısa sürdü o yüzden gerekli yatırımı yaptıklarını düşünmüyorum, biraz göz ardı edilmiş diye görüyorum şu an için özellikle. Bence öncelikli sebebi şu: Yayının canlı olması. Siyasiler, siyasi figürler hata yapmaktan biraz çekiniyorlar bence, özellikle böyle seçim zamanlarında biraz daha tedirgin oluyorlar diye düşünüyorum. Bu çekinceyi televizyona çıkarken de yaşıyorlar bence ya da bir atıyorum tweet atarken de bunu yaşıyorlar bence çünkü söyledikleri en ufak şey çok farklı yerlere çekilebiliyor. Twitch’te de bu hataya çok açık bir ortam var. O yüzden, onları iten şeylerden biri bu bence” (K25, 06.04.2023).

Siyasetçilerin bu platformda genç seçmenlere ulaşmada başarısız olmalarının bir diğer önemli nedeni ise platform ve siyasetçilerin dil uyumunun olmamasıdır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda Twitch.tv’de kullanılan dil yapısının daha sade ve daha anlaşılır olduğu, Twitch.tv’ye özgü ifade biçimlerinin -emotes’ların- yer aldığı fakat siyasetçilerin uzun ve karmaşık bir kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Platform kültürüne hâkim olduğu takdirde siyasetçilerin Twitch.tv jargonunu kullanmalarının samimi olarak görülebileceğini ifade eden katılımcılar, bu kültüre çok az siyasetçinin uyum sağlayabileceğini belirtmektedirler. Bu farklı dil kullanımlarının yanında katılımcılar, siyasetçiler tarafından Twitch.tv platformuna ait dil yapısının kullanılmasını hoş karşılamadıklarını ve bunun samimi olmayan bir durum olduğunu belirtmişlerdir.

“Yani uyuşma konusunda ben uyuşmadığını düşünüyorum çünkü dediğiniz gibi siyasetçiler gayet resmi ciddi bir dil kullanıyorlar ki bunu bu kullanılması gereken bir dil bence öncelikle onu söyleyeyim. Çünkü her ne kadar siyasetçi olsalar da buraya gelip bizle konuşuyorlar hani bu platforma geliyorlar bizle iletişime geçiyorlar. Bu onlar için büyük bir avantaj, bizim için de tabii ki büyük bir avantaj. Buradaki konuşmalar dediğiniz gibi farklı biraz da onların resmi niyetinden çok daha uzak, onların bu seviyeye inmesini açıkçası ben beklemiyorum. Hani gelip buraya biraz daha bize samimi görünmek için ya da daha cana yakın görünebilmek için gelip burada sürekli böyle emotes kullanmaları, kısaltma kullanmaları vesaire kullanmaları biraz daha itici yapar onları bence. Siyasetçilerin hani kullandığı dili buraya göre hani biraz daha belki yumuşatabilirler ama kesinlikle çok onun çevresinden çıkmaları gerektiğini düşünüyorum” (K17, 09.04.2023).

Bu bulgular ışığında siyasetçilerin bu platforma yeterli yatırım yapmadıkları; platform kültürüne yabancı olmaları, platform diline aşına olmamaları ve Twitch.tv'ye misafir olarak katılmaları nedeniyle ilk defa oy kullanacak seçmenlerle etkileşim kurma sürecinde başarı elde edemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

- *H3: Siyasetçilerin ve siyaset içerikli yayın yapan Twitch yayıncılarının Twitch.tv'de yaptıkları yayınların başarısı ve etkisi diğer sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımlardan daha fazladır.*

Twitch.tv'yi diğer platformlar arasında öne çıkaran en önemli özellik canlı yayın ve sohbet hizmetlerini sunmasıdır. Bu özellikler sayesinde platformdaki yayıncılar ve izleyiciler arasında anlık etkileşim ve sohbet etme imkânı sağlamaktadır. Bu canlı yayın özelliği, yayıncı-izleyici arasındaki tüm sınırları kaldırmakta olup kurulan iletişimin doğal, samimi ve güven çerçevesinde oluşmasını sağlamaktadır. Katılımcılar, siyasetçilerin Twitch.tv platformunun sahip olduğu canlı yayın özelliğini kullanarak insanları daha çok etkilediğini çünkü diğer platformlarda siyasetçilerin görünmemesi nedeniyle atılan bir *tweet*'in ya da yapılan bir paylaşımın onlar tarafından değil de bir iletişim danışmanı tarafından atıldığı hissini uyandırdığını ve etkisinin oldukça az olduğunu belirtmektedirler. Aşağıda katılımcıların belirtmiş olduğu özellikler (canlı yayın, sohbet, soru-cevap) nedeniyle Twitch.tv kullanımının diğer sosyal medyalara göre daha fazla etki sunduğu doğrulanmaktadır:

“Aslında yani Twitch daha özgür geliyor bana televizyondan ya da işte diğerlerinden [platformlardan] hani yazı bir yere kadar ama mesela tonlamalar, mimikler, jestler falan işin içine girince daha etkili ve daha şey geliyor bana, böyle ilgi çekici hani ne diyor bu diye dinliyorum o zaman”
(K28, 08.04.2023).

Bunun yanında katılımcılardan bazıları, Twitch.tv'nin canlı akış, sohbet, soru-cevap gibi özellikleri sayesinde siyasetçilerin, seçmen kitlesi veya platform kullanıcılarıyla etkileşime geçerek diğer sosyal medya platformlarına göre günümüzde daha büyük etkiler oluşturduğunu vurgulamaktadırlar. Platformun farklı demografik

özelliklere sahip bireylere ulaşma konusunda sunduğu imkanların neler olabileceği aşağıda yer alan katılımcı görüşlerinde ifade edilmektedir:

“En basitinden canlı yayın yaparak ulaşabileceklerini düşünüyorum çünkü birçok şu anda bir kararsız seçmen kitlesi var çok azımsanmayacak kadar; bu insanların bir şekilde sorularını yöneltmesi gerekiyor ve günümüz toplumunda her insana, yani belli bir statünün üstündeki insanlara, ulaşmak gerçekten hiç kolay değil. Sokakta görmek bir yana hiçbir sosyal platformdan da öyle ulaşmak kolay değil. Bence Twitch'te bunun kolaylığı sağlanabilir ve bir şekilde orada ulaşılabilir” (K7, 07.04.2023),

“Ya Twitch'in en büyük özelliği insanlarla saniyesinde iletişim kurabilmek chat'ten, mesela birçok [sosyal medya platform] şu an hani iletişim kuramıyor, yani yetişemiyor siyasetçilere, uzanamıyor. Bence bu chat özelliği çok büyük bir şey, saniyeler içinde direkt yazabilmek, ulaşabilmek. Bence gençlere bu şekilde ulaşabilirler” (K27, 07.04.2023).

Siyasetçilerin Twitch.tv kullanma performanslarına, katıldıkları yayınların genel anlamda ses getirip getirmediğine ve başarılı olup olmadığına bakıldığında, Twitch.tv kullanıcılarının çoğunun bu platformda siyasetçilerin yer almasını veya siyasetin konuşulmasını çoğunlukla olumlu buldukları görülmektedir. Katılımcılardan bazıları geçmiş dönemde siyasetçilerin yaptıkları yayınların ses getirdiğini, siyasetçilerin platformda tanınırlığını arttırdığını, etkili ve başarılı olduklarını ifade etmişlerdir.

“Ses getirdi bence çünkü önemli isimlerdi Mansur Yavaş gibi, İmamoğlu gibi, sanırım Kılıçdaroğlu da yapmıştı emin değilim şu anda hatırlamıyorum. Çok fazla izlenmişti hem ilk oldukları için hem de gerçekten etki alanı geniş olan siyasiler oldukları için, ama şeyi de görüyorum mesela Taylan Yıldız örneğinden gidersek, kendisini Twitter paylaşımları önüne düşüğü için görüyorum orada bir sanki topluluk oluşturduğunu düşünüyorum ben kendisinin gençler arasında. O yüzden aslında Twitch'i o anlamda etkili kullanıyor bence, başarılı diyebilir miyiz, bence diyebiliriz çünkü Türkiye özelinde ekstra başka bir örnek olduğunu düşünmüyorum, en azından ben bilmiyorum” (K25, 06.04.2023).

Bir platform olarak sunduğu teknik imkanların yanında Twitch.tv'nin oluşturduğu samimiyet ortamı, yayıncıları artık bir mahalle abisi ya da onları kendi ailenizden bir figür olarak görmenize olanak sağlamaktadır. Bu sebeple katılımcılardan K12, siyasetçilerin Twitch.tv platformundaki belli başlı yayıncılar üzerinden kullanıcılarla iletişime geçmesinin onu ve onun düşüncesine sahip olacak kullanıcıları etkileyebileceğini

belirtirken, bunun temelini ise bu yayıncıları “abi” figürü olarak görmesinden ve onların düşüncelerini etkileyebilmesinden kaynaklandığını vurgulamaktadır:

“Genel olarak ben Twitch’te mesela sadece oyun içeriklerini seyrettiğim sürece fikrim hiç değişmedi, siyasi açıdan ailemin düşüncelerini yansıtıyordum sadece. Sonrasında benim bu takip ettiğim insanlar birçok şekilde benim hayatımda ben büyüdükçe onlarla büyüdükçe, onları bir abi figürü olarak gördükçe, bir büyük olarak gördükçe güven sağlayıp dediklerini gerçekten düşünüp bazen beni sorgulama etmeye başladım. Hani dürüst hissettiren, samimi hissettiren, gerçekten karşımda oturan, benim televizyonda gördüğüm ulaşılabilir bir figür değil de o da birinin babası o da birinin abisi o da sokakta görebileceğim bir insan gibi hissettirdiğinde bana, benim gerçekten saygı duyduğum insanlar aracılığıyla ulaşıyorsa eğer görüyorsam izliyorsam bu insanı etkili oluyor benim üzerimde” (K12, 08.04.2023).

- *H4: İlk defa oy kullanacak Twitch.tv kullanıcılarının, platform içerikleri arasında siyaset konuşulan kanalları takip etme eğilimi daha fazladır.*

İlk defa oy kullanacak Twitch.tv kullanıcıları, bu platformu genel anlamda eğlence, oyun yayınları, etkileşim ve gündem takibi için kullanmaktadırlar. Fakat, Twitch.tv’de hem içeriklerin hem de yaş gruplarının zaman içinde gittikçe değişmesi Twitch.tv’nin daha politize bir alan olmasını sağlamış ve genç seçmenlerin oyun ve eğlence yayınlarından ziyade daha çok siyaset ve gündem yayınları yapan kanalları izleme eğilimlerini arttırmıştır.

Bu çalışmaya katılan katılımcılardan birkaçı direkt olarak siyasetçilerin açmış oldukları kanalları geçmişte takip ettiklerini fakat genel anlamda Twitch.tv’de yer alan sadece sohbet kategorisini (*Just Chatting*) izlediklerini ve bu kategori altında siyaset, ekonomi ve toplumsal gündemi tartışan kanalları (PurpleBixi, Jahrein, CavsKarahanlı ve Haskologlu) takip etme eğilimine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bu genel eğilimin dışında katılımcılar sadece oyun yayınları, eğlence ve bazı canlı podcast yayınlarını takip etme motivasyonlarının olduğunu ifade etmektedirler:

“Sadece sohbet diye geçiyor sanırım yani genelde sohbet yayınlarını izliyorum. Ya konu olarak bilmiyorum da işte yani genelde siyasi şeyleri izliyorum. Siyasi sohbet edenleri. Yani isim de verebilirim. İşte ne bileyim işte Haskologlu’nu izliyorum, Purplebixi’yi izliyorum, Jahrein’i izliyorum,

Cavs onu izliyorum bazen.” (K18, 10.04.2023) diyerek platformu kullanırken hangi kanalları tercih ettiğini vurgulamıştır.

Katılımcılardan bazıları genel anlamda siyasi gündem yayınlarını takip ederken bu platformu nadiren de olsa oyun yayınlarını takip etmek için kullandıklarını ve farklı kullanım motivasyonlarının olduğunu belirtmektedirler:

“Sadece sohbet oluyor genelde eğer sıkılırsam diyeyim oyun içerikli yayınlara geçiyorum. Genel olarak siyaset olabilir çünkü ülkemize yakın zamanda bir seçim var beni de ilgilendiriyor bu durum. Siyaset olabilir genel olarak gündelik olaylar diyelim, mesela geçenlerde deprem olmuştu onun hakkında yayınlar vardı o zaman baya kullanmışım” (K9, 08.04.2023).

Yukarıdaki bulgular ışığında ilk defa oy kullanacak genç seçmenler, Twitch.tv platformunda siyaset tartışmalarının ve yorumlamalarının olduğu kanallarda daha fazla vakit geçirdiklerini ve bu kanalları takip ettiklerini ifade etmektedirler. Bu bağlamda oluşturulan hipotez (H4), katılımcıların ifadeleriyle birlikte desteklenerek doğrulanmaktadır.

Her ne kadar katılımcılar Twitch.tv kullanımları sırasında sadece sohbet kategorisi altında siyaset ve gündemi tartışan ve yorumlayan kanalları tercih etmiş olsalar da katılımcıların “Gündem takibi olarak hangi sosyal medya platformunu daha çok tercih ettiklerine” bakıldığında, Twitch.tv’den ziyade Twitter platformunun öne çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Anlık gündem takibi için Twitter kullanım açısından da kolaylık sağlayan bir platformken Twitch canlı akışın öne çıktığı bir platform olduğundan kullanıcılar tarafından günün her anında aktif olarak odaklanılmaktadır. Katılımcılar, Twitch.tv’yi çoğunlukla gündemdeki gelişmeleri izleyicilerin ve yayıncıların nasıl yorumladıklarını öğrenmek için kullandıklarını ifade etmişlerdir:

“Şöyle gündem takibini kendim Twitch’ten bağımsız yapıyorum ama gündemle alakalı bazen ne düşüneceğimi bilmiyorum. Mesela bir konu hakkında bilgim olmuyor, bir haber çıkıyor ama onun bir background’u oluyor, ben buna hâkim olmuyorum. Twitch’i burada kendimi o konuda daha çok güvendiğim, tanıdığım ve güvenebileceğimi düşündüm yayıncılardan haberlerle öyle pekiştiriyorum” (K12, 08.04.2023).

Bu iki platformun dışında katılımcıların görüşleri doğrultusunda Telegram, Youtube, Google News, Bundle ve Instagram gibi sosyal medya platformları da gündem takibi için tercih edilen sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada Twitch'te yapılan canlı yayınlardan alınan kliplerin, üretilen yeni videoların ve içeriklerin diğer sosyal medya platformlarında tekrar dolaşıma girerek kullanıcıların karşısına çıktığı ve bu şekilde de tüketildiğini belirtmek gerekir.

Elde edilen bulgular ışığında hipotezlerin doğrulanması ve yanlışlanması analiz edildiğinde H1, H3 ve H4 doğrulanırken, hipotezlerden sadece H2 yanlışlanmaktadır. *“Siyasetçiler ile ilk defa oy kullanacak seçmen arasındaki etkileşim için Twitch.tv yeni bir siyasal iletişim alanıdır”* şeklinde kurulan Hipotez 1 analiz edildiğinde, siyasetçilerin, siyaset ve gündem tartışmalarının ve siyasi yayın yapan yayıncıların Twitch.tv platformunda yer almalarının, siyasetçiler ve seçmenler arasındaki etkileşimi oluşturmada Twitch.tv'nin yeni bir siyasal iletişim alanı olarak kullanıldığı sonucuna varılmasından dolayı hipotez doğrulanmaktadır. Hipotez 2 incelediğinde ise, her ne kadar siyasetçiler bu platforma belli başlı yatırımlar yapmış olsalar da kendi görünürlüklerinin platformda azalması, Twitch.tv kültürü ve diline aşina olamamaları nedeniyle ilk defa oy kullanacak gençlerle etkileşim kurma sürecinde başarılı olamadıkları görülmektedir. Bu nedenle *“Siyasetçiler Twitch.tv aracılığıyla, ilk defa oy kullanacak seçmelerle etkileşim kurma sürecinde başarılı olmaktadır”* şeklinde oluşturulan Hipotez 2 doğrulanmamaktadır. Hipotez 3'ün doğrulanıp doğrulanmadığı incelediğinde, Twitch.tv'de yayın yapan siyasetçilerin ve siyasi yayın yapan Twitch yayıncılarının, Twitch.tv'nin canlı yayın, sohbet ve soru-cevap gibi özelliklerini kullanmaları sayesinde yayıncı ve izleyici arasındaki sınırları kaldırıp daha samimi bir alanda etkileşim kurdukları anlaşılmıştır. Bu sebeple, Twitch.tv'de yayın açan bir yayıncının direkt olarak kamera karşısında izleyicilerle buluşmasının daha etkili olduğu, izleyici ve yayıncı arasındaki mesafeyi azaltması nedeniyle diğer sosyal medya platformlardan daha fazla etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle Hipotez 3 doğrulanmaktadır. Son hipoteze bakıldığında ise ilk defa oy verecek Twitch.tv kullanıcılarının, Twitch.tv'de yer alan kategorilerden genel anlamda en çok tercih ettikleri kategorinin, *“Sadece Sohbet”* kategorisi altında siyaset ve

gündem yayınları yapan kanallar olduğu görölmüştür. Bu anlamda, “İlk defa oy kullanacak Twitch.tv kullanıcılarının, platform içerikleri arasında siyaset konuşulan kanalları takip etme eğilimi daha fazladır” şeklinde oluşturulmuş olan Hipotez 4 doğrulanmaktadır.

Yukarıda belirtilen hipotezlerin analizi sonucunda, Twitch.tv önemli potansiyeli olan yeni bir siyasal iletişim alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanıcılarıyla beraber değişip gelişen ve farklı içerik temalarının da zamanla öne çıktığı görölen bu platform etkin bir şekilde kullanıldığında, siyasetçiler için kendilerini daha geniş bir kitleye samimiyetle ifade etmelerine olanak tanıyabilir görünmektedir. Her ne kadar Türkiye’deki siyasetçilerin Twitch.tv kullanımlarında yetersiz olduğu sonucuna ulaşılsa da canlı akış platformu olarak Twitch.tv, gelecekteki siyasi aktivizmi, seçim dönemlerindeki siyasi kampanyaları ve seçmen-siyasetçi arasındaki siyasi iletişimi anlamak için kritik bir alan olacağı sinyali vermektedir.

SONUÇ

Bu tez çalışmasında, Türkiye'de akademik anlamda henüz keşfedilmemiş Twitch.tv platformuna siyasal iletişim bağlamında dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda bu tezin temel amacı, Twitch.tv kullanıcılarının, siyasetçilerin Twitch.tv platformunu yeni bir siyasal iletişim alanı olarak kullanmalarını, bu platformda yer almaya çalışmalarını, siyasetin bu platformda konuşulmasını nasıl yorumladıklarını irdelemek ve bu yeni siyasal iletişim sürecine yönelik yaklaşımlarını değerlendirmektir. Yapılan saha araştırması sırasında elde edilen bulgular analiz edildiğinde, Twitch.tv platformunun günbegün büyüyen bir platform olduğu ve bu gelişme sürecinde Twitch.tv'nin bir oyun platformundan ziyade çok fonksiyonlu bir yapıya büründüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada, Twitch.tv ve siyasal iletişim arasındaki ilişki keşfedilerek, canlı yayın platformlarının siyasal iletişim sürecindeki önemi ortaya çıkarılmıştır. Ek olarak, Twitch.tv hakkında yapılan çalışmalara bakıldığında genel anlamda literatürde ekonomi politik, yeni yayıncılık türü, kullanımlar ve doyumlar bağlamında çalışmalar mevcut olup yapılan çoğu çalışma literatürde İngilizce olarak yer almaktadır. Türkçe literatür incelendiğinde ise alanla ilgili sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu görülmüş, buradan hareketle Twitch.tv platformuna yönelik çalışmaların oldukça az olması ve siyasal iletişime yönelik çalışmaların neredeyse hiç olmaması nedeniyle bu tezin hem siyasal iletişim hem de canlı yayın platformları çalışmaları literatürüne önemli bir katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Bu tez aynı zamanda Türkçe yazılması nedeniyle Türk akademik yazınına da eşsiz bir katkı sağlamaktadır.

Tezin birinci bölümünde öncelikli olarak "Siyasal İletişim" kavramı ele alınmış olup, siyasal iletişim alanında Lippmann, Lasswell ve Lazarsfeld tarafından yapılan ilk çalışmalara vurgu yapılarak siyasal iletişime yönelik farklı tanımlamalar incelenmiştir. Araştırmacılar tarafından yapılan tanımlamaların ortak özelliklerine bakıldığında, siyasal iletişimin karmaşık bir yapısının olduğu görülmüş, fakat kavram temel anlamda siyasi aktörlerin belirli amaçlarını gerçekleştirmek için halkla olan iletişimini kapsayan iletişim

süreci olarak tanımlanmıştır. Yine bu bölümde siyasal iletişim sürecine dahil olan aktörler analiz edilmiştir. Siyasal iletişim sürecine dahil olan aktörlere bakıldığında, seçilmiş siyasi aktörlerin yanı sıra, örgütlü aktörler, medya ve halk bu kapsama yapılan literatür taraması sonucunda dahil edilmiştir. Seçilmiş aktörler, devlet başkanları, hükümetler, siyasi partiler, yerel yönetimlerden oluşurken; örgütlü aktörler ise STÖ, baskı ve terör gruplarından oluşmaktadır. Tezin yine bu bölümünde, öncelikle Blumler ve Kavanah'ın (1999) yazmış oldukları makale ve sonrasında da 2016 yılında Blumler tarafından siyasal iletişimin dördüncü çağı makalesi temel kaynaklar olarak ele alınarak, siyasal iletişimin ilk üç çağı, sonrasında dördüncü çağı açıklanmış ve geçmişten günümüze kadar siyasal iletişimin gelişimi çağlar ekseninde analiz edilmiştir. Bu bölümün en sonunda sosyal medya çağında siyasal iletişim bağlamında ABD'deki başkanlık seçimlerinde ve Türkiye'deki genel seçimlerde sosyal medya platformlarından Youtube ve Twitter kullanımı konuya dair verilen örnekler üzerinden değerlendirilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde ise Twitch.tv'nin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi genel hatlarıyla ele alınarak, Justin.tv'den Twitch.tv'ye geçiş sürecinden bahsedilmiştir. Sonrasında Twitch.tv'ye yönelik yapılan farklı tanımlamalar analiz edilerek, Twitch.tv'nin ekosistemi ve kullanıcılarının temel özellikleri güncel verilerle değerlendirilmiştir. Sonrasında bu tez konusunun temelini oluşturan siyasal iletişim sürecinde Twitch.tv kullanımı dünyadan ve Türkiye'den örneklerle açıklanmıştır. Bu bölümde son olarak, Türkiye'deki 14 ve 28 Mayıs 2023 Genel ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Twitch.tv kullanımına bakılarak Twitch.tv'nin siyasal iletişimdeki konumu incelenmiş ve siyasetin bu platformda ne kadar popüler hale geldiğinden bahsedilmiştir.

Spesifik olarak baktığımızda, Twitch.tv her ne kadar e-spor yayınlarıyla popüler hale gelmiş olsa da Covid-19 pandemisi ile birlikte popülerlik seviyesini daha da arttırdığı anlaşılmaktadır. Yine bu bölümde siyasal iletişime yönelik yapılan farklı tanımlamalar gibi Twitch.tv'ye yönelik de farklı tanımlamaların mevcut olduğundan bahsedilmektedir. Twitch.tv'ye yönelik yapılan tanımlamalara bakıldığında, toplulukların birbirileriyle eş zamanlı olarak etkileşime girdiği, stratejik iletişim için önemli bir canlı akışın olduğu ve

sanal topluluklar için üçüncü alanlar olarak hizmet verdiği gibi özellikler göz önünde bulundurularak bu platform tanımlanmıştır. Daha sonrasında, Twitch platformunun ülkelere göre izleyici sayısı, hangi kategorinin çoğunlukla izlendiği, aylık kaç kişi tarafından izlendiği, aktif olarak yayıncı sayısı, Twitch.tv kullanıcılarının yaş gruplarına ve cinsiyete göre dağılımı masa başı araştırmasında elde edilmiş veriler ışığında değerlendirilmiştir. Bu masa başı araştırmaya ek olarak, dünyada ve Türkiye'de siyasal iletişim bağlamında siyasetçilerin Twitch.tv kullanımlarına dünyadan Alexandria Ocasio-Cortez, Bernie Sanders, Donald Trump; Türkiye'den ise Mansur Yavaş, Ekrem İmamoğlu, Kemal Kılıçdaroğlu, Muharrem İnce ve Taylan Yıldız'ın platform kullanımları analiz edilmiştir. Bulgular kısmında da bahsedildiği gibi Türkiye'de seçim döneminde siyasetçiler tarafından Twitch.tv tercih edilmemesine rağmen, bazı önemli yayıncıların siyasi içerikli yayınlar yapması ve özellikle "Seçim özel yayını" yapması, Twitch.tv'yi bir siyasal alan olarak ele almamızı sağlamıştır. Doğrudan siyasetçiler Twitch.tv'de yer almamalarına rağmen yayıncıların gündem odaklı yayınları hem izleyicilerin hem platformun politize olmasına katkı sunmuştur. Bu bağlamda, bu tezin ikinci bölümünün son kısmı, Türkiye'de Mayıs ayında gerçekleşen seçimlerin Twitch.tv'deki yansımaları izleyici ve yayıncı bağlamında incelenerek sonlandırılmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümü, bu tezin konusu olan yeni bir siyasal iletişim alanı olarak genç seçmenler tarafından Twitch.tv kullanımına odaklanmış; öncelikle tezin amacı, önemi, yöntemi, evreni, örnekleme, kapsamı ve sınırlılıklarından bahsedilmiştir. Bunların yanı sıra yine bu bölümde araştırmanın temel çıkış sorusu ve hipotezler belirtilmiştir. Niteliksel araştırma yöntemine dayanan bu çalışmada ilk defa oy kullanacak 31 Twitch.tv izleyicisi (22 Erkek- 9 Kadın) ile çevrimiçi derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen veriler bulgular kısmında detaylı bir şekilde analiz edilmiş olup, bu çalışmada yapılan çevrimiçi derinlemesine görüşmelerin deşifrelerinden doğrudan alıntılar verileceği ve bulgular alt başlıklar halinde analiz edileceği için bir niteliksel araştırma tekniği olan betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. İlk defa oy verecek seçmenlerin görüşlerinden elde edilen bulgular alt başlıklar halinde kategorilere ayrılmış olup, Twitch.tv'nin bir siyasal iletişim platformu ve

siyasetin konuşulduğu bir alan olup olmadığı Twitch.tv'nin sağladığı olanaklar, Twitch.tv'deki kategorilerin dönüşümü, siyasetçilerin Twitch.tv kullanımı, kullanıcıların siyasallaşma ve siyasi tutum gelişimi gibi tartışmalarla bulgular açıklanmaya çalışılmıştır. Bu alt başlıklarda ise genel anlamda Twitch.tv ve siyasetin artık iç içe geçtiği, Twitch.tv platformunun sadece oyun platformu olarak görülmesinin yanlış olacağı, farklı kategorilerin altında siyasi içerikli tartışmaların yapıldığı ve buranın bir siyasal iletişim platformu olabileceği görüşleri katılımcıların görüşleriyle desteklenerek ele alınmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde uzun bir literatür taraması hakimdir. Literatür kısmının bu kadar kapsamlı olmasının temel nedeni Türkiye’de Twitch.tv hakkında yapılan çalışmalara pek önem verilmemesi, platformun siyasal iletişimle olan yakın temasının göz ardı edilmesi ve akademik çalışmaların az olmasıdır. Bu sebeple, Twitch.tv’nin farkındalığını arttırmak ve alanda yapılan çalışmaları okuyucuya gösterebilmek için Twitch.tv içerikleri e-spor, oyun yayıncılığı, çevrimiçi topluluklar, kullanım motivasyonları, dil, toplumsal cinsiyet, ekonomi politik, yeni yayıncılık, stratejik ve siyasal iletişim bağlamında kategorilere ayrılarak detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

Araştırmanın bulguları detaylı bir şekilde ele alındığında ise Twitch.tv’nin genel anlamda 18-30 yaş grubundaki insanlar tarafından kullanıldığı, kadın popülasyonunun erkek popülasyonuna göre daha az olduğu, Twitch.tv’nin özellikle pandemi dönemi sonrası kullanıcı ve izlenme sayılarında artış meydana geldiği, geleneksel medyaya karşı alternatif bir platform olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlk defa oy veren genç seçmenlerin görüşlerine bakıldığında ise bu platformun artık oyun yayınlarının yapıldığı bir platform olmadığı, Twitch.tv’nin içeriklerinin yemek tarifinden sohbet yayınlarına, eğitici kanallardan gündemi tartışan kanallara kadar gittikçe çeşitlendiği ve Twitch.tv’nin git gide siyaset ve siyasal iletişim süreci için önemli bir alan olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, katılımcılar genel anlamda Twitch.tv’yi ekonomik, siyasi ve toplumsal gelişmeleri takip etme ve bilgi edinme için kullanırken diğer yandan ise platformu diğer insanlarla etkileşim içerisine girmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bulgulardan

çıkarılan diğer bir sonuç ise siyasetin burada var olmasının ve tartışılmasının önemli olduğunun altını çizen katılımcıların, aynı zamanda Türkiye’deki siyasetçilerin bu platformu sıklıkla kullanmamaları ve Twitch.tv’nin siyasal iletişim sürecindeki potansiyelini keşfedememeleri sebebiyle onları “misafir” ya da “samimiyetsiz” olarak tanımlayarak buraya yeterli yatırımların yapılmadığını ifade etmeleridir.

Bu tez çalışmasında elde edilen bulgular, siyasal iletişim ve Twitch.tv alanında yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında ise geçmiş dönemde yapılan araştırmaların bazılarının siyasi figürlerin canlı akış platformlarını nasıl kullandıkları ve bu platform üzerinden seçmenlerle nasıl etkileşim kurduklarına odaklandıkları görülmektedir. Cerqueira-Sobrinho (2020) kullanıcı deneyimlerinden ziyade platformda yayın yapan siyasetçilerin bu platformu nasıl kullandığını Alexandria Ocasio-Cortez örneği üzerinden ele almıştır. Siyaset ve Twitch.tv ilişkisine bakıldığında, genel anlamda yayıncılar üzerinden ele alınan çalışmaların daha revaçta olduğu anlaşılmış, kullanıcıların bu platformu nasıl değerlendirdiklerinin ele alınmadığı görülmüştür. Bu tez çalışmasında ise, Twitch.tv kullanıcılarının Twitch.tv’yi nasıl algıladıklarına odaklanılarak Twitch.tv kitlesinin bu platformu hangi amaçlarla kullandıkları ortaya çıkarılmıştır. Cuenca Aliaga’nın 2021 yılında yazmış olduğu tez çalışmasında ise Alexandria Ocasio-Cortez ve gazeteci Emilio Doménech’in gençlerle etkileşime geçerken Twitch.tv’nin sağlamış olduğu olanakları nasıl kullandıkları tartışılmıştır. Bu tez çalışmasında da siyasetçilerden ziyade Twitch.tv kullanıcılarına *“Siyasetçiler, Twitch.tv’nin hangi olanaklarını kullanarak genç seçmenlere ulaşabilir?”* sorusu sorularak Twitch.tv platformunun sağlamış olduğu olanaklar ortaya çıkarılmıştır. Hem yayıncılar hem de izleyicilerin ortak cevaplar verdiği ve her iki tezde de Twitch.tv’nin canlı yayın ve anlık iletişim potansiyelinin önemli bir olanak olduğu sonucuna varılmıştır. Siyaset ve Twitch.tv alanında yapılan diğer bir çalışmaya bakıldığında ise İspanya’daki siyasi partilerin seçmenlere ulaşmak için sosyal medya platformlarından Twitch.tv ve TikTok’u nasıl kullandıklarının analizi yapılmıştır (Miranda, 2021). Bu çalışmanın odak noktası siyasi partiler olduğundan siyasi partilerin Twitch.tv’yi nasıl kullandıkları içerik analizi yapılarak ele alınmıştır. Bu tezde ise ~~daha~~ çok siyasi partilerden ziyade siyasi parti temsilcilerinin Twitch.tv performansları

izleyiciler açısından analiz edilmiş olup, siyasi figürlerin yapmış oldukları yayınların içerik analizleri detaylandırılmamıştır. Daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında bu tez çalışmasında daha çok kullanıcıların bu platformu nasıl alımladıkları üzerinden, platformun daha çok oyun yayınlarının yapıldığı bir platformdan nasıl siyasetin konuşulduğu bir platforma dönüştüğü ortaya çıkarılmıştır. Platform kullanıcılarına odaklanan bu tez çalışmasında, Twitch.tv platformunun yayıncı-izleyici arasında bir köprü görevi görmesi nedeniyle onun bir siyasal iletişim platformu olma kapasitesini de arttırdığını göstermektedir.

Genel anlamda bu tezden çıkarılacak en temel sonuç, siyasetçiler ile seçmen arasındaki etkileşimin oluşmasında Twitch.tv'nin önemli bir köprü vazifesi görebileceğidir. Araştırmadaki bulgulara göre, bu platformda oyun yayınları dahil her kanalda bir şekilde siyasetin konuşulduğu ve her şeyin siyaseti olabileceği gibi Twitch.tv'de de bunun olmasının doğal olabileceği kanaatine varılmıştır. Siyasi içerik oluşturan kanalların sayısının ve izleyici sayısı bağlamında bu kanalların izlenme sayısının her geçen gün artması Twitch.tv'nin siyaset ile olan ilişkisini ortaya çıkarmaktadır. Bu gelişmeler ışığında, ileride bu alanda yapılacak diğer çalışmalarda siyasetçilerin ve kullanıcıların bu platformun potansiyellerini kullanıp kullanmadıklarını ve bunlardan yararlanıp yararlanmadıklarını siyasi açıdan araştırmak oldukça önemli olmaktadır. Dahası, siyaset ve Twitch.tv alanında gelecek araştırmalara ışık tutabilecek bu çalışma, hem niceliksel hem de niteliksel araştırmalara da alan sağlamaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, yayıncılara derinlemesine görüşme soruları sorularak bu platformun yayıncılar tarafından nasıl algılandığının analiz edilmesi oldukça önemlidir. Ek olarak bu çalışma, belli başlı siyaset ve gündem yayını yapan yayıncıların yayınları hakkında içerik analizi yapıp, siyaset ve gündem konuşmalarını hangi perspektiften ele aldıklarına dair ileride yapılacak çalışmalara olanak tanıyabilir ve ilham olabilir. Birkaç ay içinde yapılacak 2024 yerel seçimleri göz önüne alındığında, Twitch.tv kullanımının farklı siyasi partilerin kampanyalarının iletişim stratejisine entegre edilip edilmediğini ve ne şekilde entegre edildiğini gözlemlemek de ilginç olabilir. Sonuç olarak, bu çalışma ileride siyaset ve Twitch.tv alanında yapılacak çalışmalar için öncü olma

niteliğindedir ve literatüre katkı sunması ve bu alandaki yeni çalışmalara ışık tutması arzu edilmektedir.

Bu yüksek lisans tezi, Kafalı'nın (2021) dediği gibi “umudun hep daim olması gerektiği düşüncesi ve adaletin egemen olduğu güzel günlerin hayali kurularak” yazılmıştır.



KAYNAKÇA

- Aktepe, H.S. and Durukan, T. (2022) “Siyasal Pazarlama iletişiminde Yeni Sosyal medya kanallarının kullanımın Z Kuşağı üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Betimleyici Bir Araştırma: YouTube ve Twitch örneği,” *Journal of Applied And Theoretical Social Sciences*, 4(-), ss. 26–36. Available at: <https://doi.org/10.37241/jatss.2022.54>.
- Alexander, H.E. (1969) “Communications and politics: The media and the message,” *Law and Contemporary Problems*, 34(2), ss. 255–277. Available at: <https://doi.org/10.2307/1191090>.
- Alexander, J. (2018) A guide to understanding twitch emotes, Polygon. Available at: <https://www.polygon.com/2018/5/14/17335670/twitch-emotes-meaning-list-kappa-monkas-omegalul-pepe-trihard> (Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2023).
- Alexander, J. (2019) Donald Trump joins Twitch, an Amazon-owned company, The Verge. The Verge. Available at: <https://www.theverge.com/2019/10/10/20908894/donald-trump-twitch-amazon-bernie-sanders-washington-post> (Erişim Tarihi: Kasım 29, 2022).
- Atanasova, D. and Svensson, O. (2022) The Social Contract of Live Streaming A Case Study of Four Streams on Twitch.tv. thesis. Available at: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1737896/FULLTEXT01.pdf> (Erişim Tarihi: 18 May 2023).
- Aziz, A. (2021) Siyasal İletişim. Ankara, Türkiye: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barbieri, F. et al. (2017) “Towards the understanding of gaming audiences by modeling Twitch emotes,” *Proceedings of the 3rd Workshop on Noisy User-generated Text [Preprint]*. Available at: <https://doi.org/10.18653/v1/w17-4402>.
- Baykul, M., 2019. Oyun Yayıncıları ve İzleyicileri: Twitch.tv Üzerinden Bir Durum Araştırması. Yüksek Lisans. İstanbul Üniversitesi.
- Bayraktutan, G. et al. (2014) “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı,” *bilig, Journal of Social Sciences of the turkish World*, (68), ss. 59–96. Available at: <https://doi.org/10.12995/bilig.2014.6804>.
- Binder, M. (2021) What is Twitch? everything you need to know about the livestreaming platform, Mashable. Available at: <https://mashable.com/article/what-is-twitch-explainer> (Erişim Tarihi: 13 Haziran 2023).

- Bingham, C. (2017) *An Ethnography of Twitch Streamers: Negotiating Professionalism in New Media Content Creation*. dissertation.
- Birgun.net. 2021. Ekrem İmamoğlu Twitch'te. [online] Available at: <<https://www.birgun.net/haber/ekrem-imamoglu-twitch-te-345151>> [Erişim Tarihi 16 Haziran 2021].
- Blumler, J.G. (2016) "The Fourth age of political communication," *Politiques de communication*, N° 6(1), ss. 19–30. Available at: <https://doi.org/10.3917/pdc.006.0019>.
- Blumler, J.G. and Kavanagh, D. (1999) "The Third age of political communication: Influences and features," *Political Communication*, 16(3), ss. 209–230. Available at: <https://doi.org/10.1080/105846099198596>.
- Borah, P., Fowler, E. and Ridout, T.N. (2018) "Television vs. YouTube: Political Advertising in the 2012 presidential election," *Journal of Information Technology & Politics*, 15(3), ss. 230–244. Available at: <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1476280>.
- Boyce, C. and Neale, P. (2006) 'Pathfinder International Tool Series Monitoring and Evaluation – 2', in *Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*.
- Cabeza-Ramírez, L.J., Sánchez-Cañizares, S.M. and Fuentes-García, F.J. (2020) "Motivations for the use of video game streaming platforms: The moderating effect of sex, age and self-perception of level as a player," *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), ss. 1–20. Available at: <https://doi.org/10.3390/ijerph17197019>.
- Cerqueira-Sobrinho, A. (2020) "Alexandria Ocasio-Cortez y Twitch: El Uso de Nuevas Plataformas para interactuar con audiencias en Contextos Propagandísticos," TSN. Transatlantic Studies Network [Preprint], (10). Available at: <https://doi.org/10.24310/tsn.2020.vi10.13648>.
- Chow, E. (2016) *Crowd Culture & Community Interaction on Twitch.tv*. thesis.
- Clement, J. (2022) Twitch users by age 2022, Statista. Available at: <https://www.statista.com/statistics/634057/twitch-user-age-worldwide/> (Erişim Tarihi: November 15, 2022).
- Clement, J. (2022) Twitch visitors by gender 2022, Statista. Available at: <https://www.statista.com/statistics/633937/twitch-user-gender-worldwide/> (Erişim Tarihi: November 15, 2022).

- Clement, J. (2023) Twitch visitors by gender 2022, Statista. Available at: <https://www.statista.com/statistics/633937/twitch-user-gender-worldwide/> (Erişim Tarihi: April 25, 2023).
- Consalvo, M. and Phelps, A. (2019) “Game development live on twitch.” Game Production Studies, pp. 123–140. Available at: <https://doi.org/10.2307/j.ctv1hp5hqw.9>.
- Cook, J. (2014) Twitch founder: We turned a 'terrible idea' into a billion-dollar company, Business Insider. Business Insider. Available at: <https://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10?international=true&r=US&IR=T> (Erişim Tarihi: November 17, 2022).
- Cuenca Aliaga, M. (2021) Uso de Twitch en la información y comunicación política. Estudio de los casos de Alexandria Ocasio-Cortez y Emilio Doménech. thesis.
- Cyber Definitions (no date) O7: What does O7 mean?, Cyber Definitions. Available at: [https://www.cyberdefinitions.com/definitions/O7.html#:~:text=The%20emoticon%20O7%20\(usually%20typed,giving%20a%20military%2Dstyle%20salute.](https://www.cyberdefinitions.com/definitions/O7.html#:~:text=The%20emoticon%20O7%20(usually%20typed,giving%20a%20military%2Dstyle%20salute.) (Erişim Tarihi: 19 May 2023).
- Çapa, E., Arslan, Ö. and Tiftikçi, İ. (2015) Obama'nın Kazandıran Tüyoları, Hürriyet Ana sayfa. Available at: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/obamanin-kazandiran-tuyolari-28384350> (Erişim Tarihi: February 27, 2023).
- Davis, R. and Owen, D., 1998. New Media and American Politics. New York: Oxford University Press.
- Deng, J. ve diğerleri. (2015) “Behind the game: Exploring the twitch streaming platform,” 2015 International Workshop on Network and Systems Support for Games (NetGames) [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1109/netgames.2015.7382994>.
- Dictionary.com (2021) OK boomer meaning & origin, Dictionary.com. Available at: <https://www.dictionary.com/e/slang/ok-boomer/#:~:text=Boomer%20is%20an%20informal%20noun,U.S.%20between%201946%20and%201965.> (Erişim Tarihi: 19 May 2023).
- Dictionary.com (2023) Echo chamber definition & meaning, Dictionary.com. Available at: <https://www.dictionary.com/browse/echo-chamber> (Erişim Tarihi: 26 May 2023).

- Dikmen, E.Ş. (2022) “Televizyonun Değişen Yüzü: Twitch TV ve Yeni Nesil Yayıncılık,” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 15(1), pp. 27–55. Available at: <https://doi.org/10.18094/josc.987200>.
- Diwanji, V. et al. (2020) “Don't just watch, join in: Exploring information behavior and copresence on twitch,” Computers in Human Behavior, 105, pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106221>.
- Doğu Öztürk, İ. and Zeynep, B. (2020) “Siyasal iletişim Kampanya Aracı Olarak video içerik Paylaşım Ağı YouTube: 23 haziran 2019 istanbul Yerel Seçimi üzerine Bir Değerlendirme,” Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, 35, pp. 92–114. Available at: <https://doi.org/10.17829/turcom.600528>.
- Dux, J. (2018) ‘Social live-streaming : Twitch.tv and uses and Gratification Theory social network analysis’, Computer Science & Information Technology [Preprint]. doi:10.5121/csit.2018.80305.
- Emruli, S. and Bača, M., 2011. Internet and political communication – Macedonian case. IJCSI International Journal of Computer Science Issues,, 8(3), ss.154-163.
- Engin, E. (2007) Sanal Alemde Seçim bereketi, birgun.net. Birgün Gazetesi. Available at: <https://www.birgun.net/haber/sanal-alemde-secim-bereketi-34578> (Erişim Tarihi: February 27, 2023).
- Eric, ? (2022) Twitch history: From beginning to now: Streamers Playbook, Streamers Playbook. Available at: <https://streamersplaybook.com/twitch-history-from-beginning-to-now/> (Erişim Tarihi: November 17, 2023).
- Fahey, R. (2020) AOC's twitch stream is a milestone for games -- and for politics: Opinion, GamesIndustry.biz. GamesIndustry.biz. Available at: <https://www.gamesindustry.biz/aocs-twitch-stream-is-a-milestone-for-games-and-for-politics-opinion> (Erişim Tarihi: February 28, 2023).
- Farrington, D. (2015) Analysis of the Characteristics and Content of Twitch Live-Streaming. thesis.
- Foster, S. (2014) Political Communication. Edinburgh, United Kingdom: Edinburgh University Press.
- Francis, T. and Hoefel, F. (2018) ‘true gen’: Generation Z and its implications for companies, McKinsey & Company. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (Erişim Tarihi: 04 June 2023).

- Gandolfi, E. (2016) "To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences," *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 8(1), pp. 63–82. Available at: https://doi.org/10.1386/jgvw.8.1.63_1.
- García, C.C. (2021) Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet. thesis.
- Gerodimos, R. and Justinussen, J. (2014) "Obama's 2012 facebook campaign: Political communication in the age of the like button," *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), ss. 1–20. Available at: <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>.
- Gonçalves, G. (2018) 'Political communication', *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, ss. 1–9. doi:10.1002/9781119010722.iesc0129.
- Graber, D. (1993) "Political Communication: Scope, Progress, Promise," in A.W. Finifter (ed.) *Political Science: The State of the Discipline II*. Washington, USA: The American Political Science Association, ss. 305–332.
- Gros, D. et al. (2017) "World of streaming. motivation and gratification on twitch," *Social Computing and Social Media. Human Behavior*, ss. 44–57. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-319-58559-8_5.
- Gutiérrez Lozano, J.F. and Cuartero, A. (2020) "El Auge de Twitch: Nuevas Ofertas audiovisuales y Cambios del Consumo Televisivo Entre la audiencia juvenil," *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (50), ss. 159–175. Available at: <https://doi.org/10.12795/ambitos.2020.i50.11>.
- Güngör, N. (2016). *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 3. Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hamilton, W.A., Garretson, O. and Kerne, A. (2014) "Streaming on twitch," *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, ss. 1315–1324. Available at: <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>.
- Harpstead, E. et al. (2019) "Toward a twitch research toolkit," *Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, ss. 111–119. Available at: <https://doi.org/10.1145/3311350.3347149>.
- Hilvert-Bruce, Z. et al. (2018) "Social motivations of live-streaming viewer engagement on twitch," *Computers in Human Behavior*, 84, ss. 58–67. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>.
- Iqbal, M. (2022) Twitch revenue and usage statistics (2022), *Business of Apps*. Available at: <https://www.businessofapps.com/data/twitch-statistics/> (Erişim Tarihi: November 13, 2022).

- Iranzo-Cabrera, M. and Casero-Ripollés, A. (2023) ‘Political entrepreneurs in social media: Self-monitoring, authenticity and connective democracy. the case of İñigo Errejón’, *Heliyon*, 9(2), ss. 1–14. doi:10.1016/j.heliyon.2023.e13262.
- İlhan, E., Görgülü Aydoğdu, A. and Emiroğlu, B. (2022) “Türkiye’de Twitch Yayıncılığı: Yayıncı ve İzleyici Deneyimleri Üzerine Bir İnceleme,” *Selçuk İletişim Dergisi*, 15(1), ss. 175–204.
- Johnson, M.R. and Woodcock, J. (2017) “‘it’s like the gold rush’: The lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv,” *Information, Communication & Society*, 22(3), ss. 336–351. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1386229>.
- Johnson, M.R. and Woodcock, J. (2019a) “The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry,” *Media, Culture & Society*, 41(5), ss. 670–688. Available at: <https://doi.org/10.1177/0163443718818363>.
- Kafalı, İ. (2021) *Korku ile ütopya arasında: Medyada küresel iklim hareketi ve termik santral karşıtı hareketin çerçevesi*. thesis.
- Kavanagh, D. (2021) *Watch and learn: The meteoric rise of twitch*, GWI. Available at: <https://blog.gwi.com/chart-of-the-week/the-rise-of-twitch/> (Erişim Tarihi: November 15, 2022).
- Kaytoue, M. et al. (2012) “Watch me playing, I am a professional,” *Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web [Preprint]*. Available at: <https://doi.org/10.1145/2187980.2188259>.
- Kelly, M. (2020) *Bernie Sanders is pioneering the virtual campaign rally*, The Verge. Available at: <https://www.theverge.com/2020/3/18/21185288/coronavirus-pandemic-bernie-sanders-joe-biden-live-streams-twitch-trihex-campaign-virtual-town-hall> (Erişim Tarihi: November 27, 2022).
- King, A. (2020) *How twitch is capitalizing on politics*, ScreenRant. Available at: <https://screenrant.com/twitch-politics-debate-election-streamers-money-hasanabi-popular/> (Erişim Tarihi: November 28, 2022).
- Koc-Michalska, K. et al. (2016) “The normalization of online campaigning in the web.2.0 ERA,” *European Journal of Communication*, 31(3), ss. 331–350. Available at: <https://doi.org/10.1177/0267323116647236>.
- Korkut, Y. (2022) “Using YouTube as a tool in political communication,” *Communicata*, 1(23), ss. 30–35. Available at: <https://doi.org/10.54614/communicata.2022.1034755>.

- Küçük, E. (2021) Sj Ne Demek? Sosyal Medyada Ne Anlamda Kullanılır?, SaveButonu. Available at: <https://www.savebutonu.com/sj-ne-demek-sosyal-medya-29428> (Erişim Tarihi: 19 May 2023).
- Kümbetoğlu, B. (2008) Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. İstanbul, Turkey: Bağlam Yayıncılık.
- Lang, K. (2005) “İletişim Çalışmaları: Kökenleri ve Gelişmesi,” in E. Mutlu (ed.) Kitle İletişim Kuramları. İstanbul, Türkiye: Ütopya Yayınevi, ss. 27–42.
- Lark, D. (2021) “Selected Papers of #AoIR2020: The 22nd Annual Conference of the Association of Internet Researchers,” in THEY STREAM AMONG US: POLITICAL LIVESTREAMING DURING THE 2020 U.S. ELECTION.
- Lark, D. (2021) “They Stream Among US: Political Livestreaming During the 2020 U.S. Election,” AoIR Selected Papers of Internet Research [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.5210/spir.v2021i0.12134>.
- Lasswell, H. D. (1927). Propaganda technique in the World War. New York: Knopf.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, G. (1944). The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential election. New York: Duell, Sloan and Pearce
- Lilleker, D.G. (2006) Key concepts in political communication. London, United Kingdom: Sage Publications.
- Lippmann, W. (1922). Public opinion. New York: Harcourt Brace.
- Lu, Z. et al. (2018) “You watch, you give, and you engage,” Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1145/3173574.3174040>.
- Macias, K. (2020) Opinion: Politicians should use twitch to relate to youth, The Hornet – Serving Fullerton College Since 1922. Available at: <https://hornet.fullcoll.edu/opinion-politicians-should-use-twitch-to-relate-to-youth/> (Erişim Tarihi: November 29, 2022).
- Magin, M. et al. (2016) “Campaigning in the Fourth age of political communication. A multi-method study on the use of Facebook by German and Austrian parties in the 2013 National Election Campaigns,” Information, Communication & Society, 20(11), ss. 1698–1719. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1254269>.
- Matt, C. 2021. TwitchTV Strategic Analysis. Undergraduate Honors Thesis. University of Nebraska-Lincoln.

- May, E. (2023) Ideas for just chatting streams, Streamlabs. Available at: <https://streamlabs.com/content-hub/post/ideas-for-just-chatting-streams> (Erişim Tarihi: April 30, 2023).
- McKinsey&Company (2023) What is gen Z?, McKinsey & Company. Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z/> (Erişim Tarihi: 04 June 2023).
- McNair, B. (2011) An introduction to political communication. Fifth. London, United Kingdom: Routledge, Taylor & Francis Group.
- McNair, B. (2014) ‘The media as political actors’, Political Communication, pp. 289–304. doi:10.1515/9783110238174.289.
- Miranda, C.C. (2021) Los Nuevos Usos periodísticos de la comunicación política para la aproximación a Los jóvenes a través de twitch y tiktok. thesis.
- Mokhtar, A. (2017) ‘Political Communication Through a Qualitative Lens’, Journal of Social Sciences and Humanities, (1), ss. 34–48.
- Morgan-Canales, J. (2021) The confusing world of gen-z twitch politics, Techonomy. Available at: <https://techonomy.com/confusing-world-gen-z-twitch-politics/> (Erişim Tarihi: 19 May 2023).
- Nakandala, S. et al. (2016) “Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform.” Available at: <https://arxiv.org/abs/1611.06459> (Erişim Tarihi: November 15, 2022).
- Neuman, W.L. (2014) Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Boston Mass.: Pearson.
- Nick, N. (2021) Which 15 countries have the most twitch viewers?, Visuals by Impulse. Visuals by Impulse. Available at: <https://visualsbyimpulse.com/countries-most-twitch-viewers-top-15/> (Erişim Tarihi: November 12, 2022).
- Oldenburg, R. (1999) The great good place cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a Community. New York: Marlowe.
- Olejniczak, J. (2015) “A Linguistic Study of Language Variety Used on Twitch.Tv: Descriptive and Corpus-Based Approaches,” in International Conference RCIC’15 Redefining Community in Intercultural Context. Brasov, pp. 1–6.
- Onedio. 2021. Ünlü Twitch Yayıncısı Jahrein'in Yayınına Katılan Kemal Kılıçdaroğlu Önemli Açıklamalarda Bulundu!. [online] Available at: <[https://onedio.com/haber/unlu-twitch-yayincisi-jahrein-in-yayinina-katilan-](https://onedio.com/haber/unlu-twitch-yayincisi-jahrein-in-yayinina-katilan-kemal-kilicdaroğlu-önemli-açıklamalarda-bulundu!)

kemal-kilicdaroglu-onemli-aciklamalarda-bulundu- 983287> [Erişim Tarihi 30 Kasım 2022].

Özçetin, B. (2021) “Giriş: Medyatikleşme ve Gösteri Çağında Siyasal İletişim: Yeni Mecralar, Yeni Aktörler, Yeni Kurallar,” in Ç.Y. Ünlü and İ. Özdemir (eds) *Siyasal İletişim: Politik Olanı Düşünmek ve Araştırmak*. Ankara, Türkiye: Siyasal Kitabevi, ss. 9–29.

Özdemir, İ. (2021) “Giriş: Medyatikleşme ve Gösteri Çağında Siyasal İletişim: Yeni Mecralar, Yeni Aktörler, Yeni Kurallar,” in Ç.Y. Ünlü and İ. Özdemir (eds) *Siyasal İletişim: Politik Olanı Düşünmek ve Araştırmak*. Ankara, Türkiye: Siyasal Kitabevi, ss. 33–58.

Özdemir, M. (2010) ‘Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma’, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), ss. 323–343. Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/10997/131612> (Erişim Tarihi: 24 May 2023).

Panagopoulos, C. (2009) “Technology and the Modern Political Campaign: The Digital Pulse of the 2008 Campaigns,” in *Politicking online: The transformation of election campaign communications*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, ss. 1–19.

Panneton, C. (2019) *Appropriating Play: Examining Twitch.tv as a Commercial Platform*. Dissertation.

Partin, W.C. (2020) “Bit by (twitch) bit: ‘Platform capture’ and the evolution of digital platforms,” *Social Media + Society*, 6(3), ss. 1–12. Available at: <https://doi.org/10.1177/2056305120933981>.

Perloff, R.M. (2018) *The dynamics of Political Communication: Media and politics in a Digital age*. Second. New York, USA: Routledge.

Pfeiffer, A. et al. (2020) “Life-world oriented education in times of the COVID-19 lockdown. Twitch.tv as Pedagogical Tool,” *ICERI Proceedings*, ss. 3507–3513. Available at: <https://doi.org/10.21125/iceri.2020.0785>.

Pires, K. and Simon, G., 2015. YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated Live Streaming Systems. In: *6th ACM Multimedia Systems Conference*. Portland, ss.225 - 230.

Pizarro, F. (2020) Commentary: How AOC showed politicians the power of live-streaming, *Fortune*. Available at: <https://fortune.com/2020/12/08/aoc-twitch-live-streaming-young-20voters/> (Erişim Tarihi: November 30, 2022).

- Qiu, Y. (2023) *The Political Economy of Live Streaming in China: Exploring Stakeholder Interactions and Platform Regulation*. dissertation.
- Raes, T.C.M. (2015) *Twitch TV: motives and interaction, a consumer perspective*. thesis.
- Recktenwald, D. (2017) "Toward a transcription and analysis of live streaming on twitch," *Journal of Pragmatics*, 115, ss. 68–81. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.01.013>.
- Recktenwald, D. (2018) *The Discourse of Online Live Streaming on Twitch: Communication between Conversation and Commentary*. Thesis.
- Ricke, L.C. (2010) "A new opportunity for Democratic engagement: The CNN-youtube presidential candidate debates," *Journal of Information Technology&Politics*, 7(2-3), ss. 202–215. Available at: <https://doi.org/10.1080/19331681003772768>.
- Robinson, N.E.I. (2019) *Performances and publics while watching and live-streaming video games on Twitch.tv*. thesis.
- Rogers, E.M. (2004) "Theoretical Diversity in Political Communication," in *Handbook of political communication research*. USA, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, ss. 3–16.
- Rojas, J. (2022) *Twitch, how it went from gaming to journalism*, Telefónica. Available at: <https://www.telefonica.com/en/communication-room/blog/twitch-how-it-went-from-gaming-to-journalism/> (Erişim Tarihi: February 28, 2023).
- Ruberg, B.'B. and Lark, D. (2020) "Livestreaming from the bedroom: Performing intimacy through domestic space on twitch," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(3), ss. 679–695. Available at: <https://doi.org/10.1177/1354856520978324>.
- Ruiz-Bravo, N., Selander, L. and Roshan, M. (2022) "The political turn of twitch – understanding live chat as an emergent political space," *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, ss. 3170–3179. Available at: <https://doi.org/10.24251/hicss.2022.389>.
- Saito, J. (2022) *Most popular twitch categories in 2022*, Streamlabs. Available at: <https://streamlabs.com/content-hub/post/most-popular-twitch-categories-in-2022> (Erişim Tarihi: November 11, 2022).
- Schofield, D. (2019) "The Motivations of a Video Game Streamers and their Viewers," *Screen Thought*, 3(1), ss. 1–13.

- Scully-Blaker, R. et al. (2017) "Playing along and playing for on Twitch: Livestreaming from Tandem play to performance," Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (2017), ss. 2026–2035. Available at: <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.246>.
- Serrano, J.C.M. (2021) Multiplatform Analysis of Political Communication on Social Media. dissertation.
- Sheng, J.T. and Kairam, S.R. (2020) "From virtual strangers to irl friends," Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 4(CSCW2), ss. 1–34. Available at: <https://doi.org/10.1145/3415165>.
- Shimooka, R. (2020) Ocasio-Cortez's twitch stream is a masterclass in political communications, Macdonald. Available at: <https://macdonaldlaurier.ca/ocasio-cortezs-masterclass-political-communications/> (Erişim Tarihi: November 28, 2022).
- Similarweb (2022) SimilarWeb Identity. Available at: https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=twitch.tv (Erişim Tarihi: November 28, 2022).
- Sjöblom, M. (2015) Watching others play: a uses and gratifications approach to video game streaming motives. thesis.
- Sjöblom, M. and Hamari, J. (2017) "Why do people watch others play video games? an empirical study on the motivations of Twitch Users," Computers in Human Behavior, 75, ss. 985–996. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019>.
- Sjöblom, M. et al. (2017) "Content structure is king: An empirical study on gratifications, game genres and content type on twitch," Computers in Human Behavior, 73, ss. 161–171. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.036>.
- Sjöblom, M. et al. (2019) "The ingredients of Twitch streaming: Affordances of Game streams," Computers in Human Behavior, 92, ss. 20–28. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.012>.
- Sozcu.com.tr (2021) Mansur Yavaş'ın twitch Yayını Rekor kırdı, Sözcü Gazetesi. Available at: <https://www.sozcu.com.tr/2021/gundem/mansur-yavas-in-twitch-yayini-rekor-kirdi-6320104/> (Erişim Tarihi: November 30, 2022).
- Spilker, H.S., Ask, K. and Hansen, M. (2018) "The new practices and infrastructures of participation: How the popularity of Twitch.tv challenges old and new ideas about television viewing," Information, Communication & Society, 23(4), ss. 605–620. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118x.2018.1529193>.

- Sputnik Türkiye (2021) Twitch Yayınına Katılan Mansur Yavaş: Bana çatanlara özelden yazıyorum, Sputnik Türkiye. Sputnik Türkiye feedback.tr@sputniknews.com+74956456601MIA „Rosiya Segodnya" 25260. Available at: <https://sputniknews.com.tr/20210317/twitch-yayinina-katilan-mansur-yavas-bana-catanlara-ozelden-yaziyorum-1044054515.html> (Erişim Tarihi: November 30, 2022).
- Stanfill, M., Salter, A. and Sullivan, A. (2021) “Orange is sus: Among us and political play,” The 16th International Conference on the Foundations of Digital Games (FDG) 2021, ss. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.1145/3472538.3472562>.
- Stephen, B. (2019) The old man and the Stream, The Verge. The Verge. Available at: <https://www.theverge.com/2019/8/15/20804614/bernie-sanders-twitch-presidential-campaign-gamers-streaming-donations-streamlabs-fec> (Erişim Tarihi: November 29, 2022).
- Stieglitz, S. and Dang-Xuan, L., 2012. Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), ss.1277-1291.
- Stream Harchet (2021) Streaming Political News Report. rep., ss. 1–11.
- StreamScheme (2022) Twitch demographic & growth statistics [2022 updated], StreamScheme. Available at: <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/> (Erişim Tarihi: November 15, 2022).
- Sung, M. (2021) Alexandria Ocasio-Cortez's twitch stream should be the blueprint for voter outreach, Mashable. Mashable. Available at: <https://mashable.com/article/aoc-twitch-among-us-voter-outreach> (Erişim Tarihi: November 29, 2022).
- Sung, M. (2022) Twitch streamers want to be the political pundits for the next generation, NBCNews.com. NBCUniversal News Group. Available at: <https://www.nbcnews.com/tech/twitch-streamers-want-political-pundits-generation-hasanabi-frogan-rcna56094> (Erişim Tarihi: February 28, 2023).
- Sung, M. (2022) Twitch streamers want to be the political pundits for the next generation, Yahoo! News. Yahoo! Available at: <https://news.yahoo.com/twitch-streamers-want-political-pundits-185101912.html> (Erişim Tarihi: November 29, 2022).
- Sutter, J.D. (2009) Obama answers handful of 104,000 web questions, CNN. Cable News Network. Available at: <https://edition.cnn.com/2009/TECH/03/26/online.obama/index.html> (Erişim Tarihi: February 27, 2023).

- Şah, E. (2021) Twitch'Te Ekrem imamoğlu rüzgarı: İmamoğlu, Yayıncılara 100 bit VE 1000 bit Göndererek Destek Oldu, Onedio. Onedio. Available at: <https://onedio.com/haber/twitch-te-ekrem-imamoglu-ruzgari-imamoglu-yayincilara-100-bit-ve-1000-bit-gondererek-destek-oldu-982873> (Erişim Tarihi: November 30, 2022).
- Şirin, M. (2021) Sj Ne Demek? s ve J hikayesi nedir? Sosyal Medyada kullanılan SJ Kısaltması Ne Anlama Gelir? s Ve J'nin kadim Dostluğu Hikayesi metni!, Haberler. Available at: <https://www.haberler.com/haberler/sj-ne-demek-s-ve-j-hikayesi-nedir-sosyal-14206005-haberi/> (Erişim Tarihi: 19 May 2023).
- Tasente, T. (2020) “The 4 phases of evolution of political communication systems: From the Golden Age of the parties to the Golden Age of the users,” Technium Social Sciences Journal, 2, ss. 76–83. Available at: <https://doi.org/10.47577/tssj.v2i1.50>.
- Taylor, T.L. (2018) Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Telci, B. (2023) Twitter. Available at: <https://twitter.com/purplebixi/status/1657916159679660032> (Erişim Tarihi: 01 June 2023)
- TheEmergence.co.uk (2020) Guide to tags and categories on twitch, The Emergence. Available at: <https://theemergence.co.uk/guide-to-tags-and-categories-on-twitch/> (Erişim Tarihi: 26 May 2023).
- Tiryakioğlu, F. and Yavaşçalı, A.H. (2019) “Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi bağlamında twitch TV Kullanıcılarının Kullanım motivasyonları üzerine Bir Araştırma,” Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, ss. 67–90. Available at: <https://doi.org/10.33464/dorduncukuvvet.544341>.
- Toscano Martín, M. (2022) Periodismo y Twitch Aplicación y adaptación de contenidos periodísticos a Twitch. Thesis.
- Towner, T.L. and Dulio, D.A. (2012) “New Media and Political Marketing in the United States: 2012 and beyond,” Journal of Political Marketing, 11(1-2), ss. 95–119. Available at: <https://doi.org/10.1080/15377857.2012.642748>.
- Twitch Tracker (2023) Twitch channels, games and Global Statistics · Twitchtracker, Twitchtracker. Available at: <https://twitchtracker.com/> (Erişim Tarihi: February 27, 2023).

- Twitch, T. (2021). Local sub pricing expands worldwide. Twitch Blog. Retrieved November 3, 2022, from <https://blog.twitch.tv/tr-tr/2021/08/05/local-sub-pricing-expands-worldwide/>
- Twitch.tv (2022) Twitch.tv. Available at: <https://www.twitch.tv/p/tr-tr/about/> (Erişim Tarihi: Ekim 24, 2022).
- Twitch.tv Traffic Analytics & Market Share | similarweb (2023) SimilarWeb. Available at: <https://www.similarweb.com/website/twitch.tv/> (Erişim Tarihi: April 25, 2023).
- TwitchTracker (2022) Twitch Tracker - Just Chatting, TwitchTracker. Available at: <https://twitchtracker.com/games/509658> (Erişim Tarihi: November 11, 2022).
- Vesnic-Alujevic, L. and Van Bauwel, S. (2014) “YouTube: A political advertising tool? A case study of the use of YouTube in the campaign for the European Parliament Elections 2009,” *Journal of Political Marketing*, 13(3), ss. 195–212. Available at: <https://doi.org/10.1080/15377857.2014.929886>.
- Villalonga Lozano, R. (2021) Las prácticas y tendencias de Twitch.tv: Análisis de la plataforma como una nueva forma de televisión por internet. thesis.
- Weigel, T. (2020) Online spaces: Technological, institutional and social practices that foster connections through instagram and twitch. thesis.
- Werder, B. (2019) Pogchamp! an analysis of Twitch.tv and user intercommunications. thesis.
- Widell, M. and Guzmán, M. (2020) Outcomes of personal branding in a virtual third place: A qualitative study on streamer-viewer relationships on Twitch.tv. thesis.
- Williamson, C.A. (2021) Twitch.tv and its LGBTQIA+ Tag: A Digital Ethnography Investigating How LGBTQIA+-affirming Video Game Streamers and Viewers Interact and Build LGBTQIA+ Spaces Online. dissertation.
- Wolf, A. (2010) News kind of comes to me...” Young Audiences, Mass Media, and Political Information. thesis.
- Wolfsfeld, G. (2022) “Making Sense of Media and Politics Five Principles in Political Communication.”
- Wolton, D. (1990) “Political Communication: The construction of a model,” *European Journal of Communication*, 5(1), ss. 9–28. Available at: <https://doi.org/10.1177/0267323190005001002>.

- Woodcock, J. and Johnson, M., 2019. Live Streamers on Twitch.tv as Social Media Influencers: Chances and Challenges for Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), ss.321-335.
- Woodcock, J. and Johnson, M.R. (2019b) "The affective labor and performance of live streaming on Twitch.tv," *Television & New Media*, 20(8), pp. 813–823. Available at: <https://doi.org/10.1177/1527476419851077>.
- Wulf, T., Schneider, F.M. and Beckert, S. (2018) "Watching players: An exploration of media enjoyment on Twitch," *Games and Culture*, 15(3), pp. 328–346. Available at: <https://doi.org/10.1177/1555412018788161>.
- Yaşar, İ.H. (2022) "Siyasal iletişim Aracı Olarak twitter platformu: Siyasal Partiler üzerine Bir inceleme," *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), ss. 14–33. Available at: <https://doi.org/10.17336/igusbd.783137>.
- Yavaşcalı, A.H. and Uğurhan, Y.Z. (2019) "Neden Kullanıcılar Twitch TV Üzerinde Yayıncılara Bağış Yapar? Twitch TV Kullanıcıları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma," *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, ss. 646–678. Available at: <https://doi.org/10.19145/e-gifder.561050>.
- Yu, T. and Chen, Y. (2020) "Live Streaming for Political Campaigns: Persuasive Affordances, Political Mindfulness, and Political Participation," *AMCIS 2020 Proceedings*, ss. 1–10.
- Yu, T., Chen, Y. and Luo, X.(R. (2023) "How do live-streaming platforms facilitate persuasion in political campaigns? theory and empirical evidence from the perspective of affordance actualization," *Information & Management*, 60(3), ss. 1–29. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.im.2023.103775>.
- Zeng, D. et al. (2010) "Social Media Analytics and Intelligence," *IEEE Intelligent Systems*, 25(6), ss. 13–16. Available at: <https://doi.org/10.1109/mis.2010.151>.
- Zorlu, D. and Özkan, N. (2020) "Women on Twitch Turkey: Affective Communities and Female Solidarity Under Patriarchy and Postfeminism," *Gender Forum: An Internet Journal for Gender Studies*, (77), ss. 105–128.

EK: GÖRÜŞME KILAVUZU

A- DEMOGRAFİK SORULAR

- 1- Yaş
- 2- Cinsiyet
- 3- Eğitim durumu
- 4- Çalışma durumu (hem çalışan hem de okuyan kişiler olabilir)

B- SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI

- 1- En sık kullandığınız sosyal medya platformları hangisidir?
- 1A- Belirttiğiniz sosyal medya platformunu/platformlarını hangi amaçla kullanmaktasınız?

C- TWITCH.TV İZLEME ALIŞKANLIKLARI

- 1- Özel olarak Twitch.tv'yi izleme sebepleriniz nelerdir? Yani Twitch.tv'nin hangi özellikleri veya olanakları çekici yapıyor?
- 2- Ne zamandır Twitch.tv kullanmaktasınız? Bir kanala abone misiniz? Bağış yapıyor musunuz?
- 3- Kabaca düşündüğünüzde Twitch.tv platformunda haftada ne kadar süre geçirmektesiniz?
- 4- Twitch.tv yayıncıları tarafından oluşturulan hangi içerikleri veya Twitch.tv kategorileri çoğunlukla izlemektesiniz?
- 5- Gündelik haberleri, toplumsal-siyasi ve ekonomik gelişmeleri hangi platformlardan öğreniyorsunuz – takip ediyorsunuz?
- 5A- Sizin için Twitch.tv haber-gündem takibi için ön çıkmakta mıdır? Veya haber takibi için alternatif bir platform mudur?

D- SİYASAL İÇERİKLİ YAYIN TAKİP ETME VE İZLEME TUTUMU

- 1- Twitch.tv'de takip ettikleriniz arasında siyasetle doğrudan ilgili bir aktör var mı? Örneğin bir siyasal parti, bir lider, bir parti temsilcisi gibi...
- 2- Siyaseti takip etmeyenler için: Twitch.tv'de bir parti veya siyasetçiye takip etmeniz için nasıl olması gerekirdi? Veya nasıl olursa takip edersiniz?
- 3- Twitch.tv'de siyaset ve gündemi tartışan kanallar dikkatinizi çekiyor mu?

E- YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM SÜRECİ İNŞA ETME

- 1- Siyasal iletişim sürecinde Twitch.tv'nin kullanılabileceğini düşünüyor musunuz? Evet ise nasıl? Yani siyasetçi tarafından hangi şekilde kullanılırsa ikna edici, dikkat çekici olur?
- 2- Twitch.tv, adayları seçmenlere tanıtmak için uygun bir platform olarak kullanılabilir mi?
- 3- Adaylar, Twitch.tv platformunu seçmenlere ulaşmak için nasıl kullanabilirler? Bu platformun hangi özellikleri onlara imkân tanımaktadır?

F- TWITCH.TV-KÜLTÜR VE DİL KULLANIMI

- 1- Twitch.tv'nin oyun kültürüne olan yakınlığı ile öne çıkmasının, siyasilerin platformdaki izleyiciler tarafından kabul görmesini zorlaştırdığını düşünüyor musunuz?
- 2- Siyasetçilerin kullandığı dil ile Twitch.tv'de kullanılan dil (platform dilinin) birbiri ile uyumunu düşünüyor musunuz?
- 3- Twitch.tv kullanıcıları arasında yaygın olan dilin emotes/meme – siyasetin dilini dönüştürebileceğini düşünüyor musunuz?

G- TÜRKİYE'DE TWITCH.TV VE SİYASAL İLETİŞİM, OY KULLANIMI

- 1- Twitch.tv'nin Türkiye'de siyasetçiler tarafından etkin bir şekilde kullanıldığını düşünüyor musunuz? Örneğin yeterli süre ayırdıklarını-yeterli yatırım yaptığını söyleyebilir miyiz?
1A- Etkin bir şekilde kullanılmıyorsa sizce bunun sebepleri nelerdir?
- 2- Yakın zamanda örneğin sizin Twitch.tv'de rastladığınız herhangi bir siyasetçi var mıydı?
2A- Yayını izlediniz mi?
2B- Sizce başarılı oldu mu? Ses getirmiş midir?
2C- Bu platformda siyasetçinin yer almasını veya siyasetin konuşulmasını olumlu buluyor musunuz?
- 3- Bir siyasetçiyi bir yayıncıyla oyun oynarken ya da sohbet ederken görürseniz ne düşünürsünüz?
- 4- Bir siyasetçinin tek başına yayın yapmasını mı yoksa bir yayıncının kanalına konuk olmasını mı tercih edersiniz? Neden?
- 5- Siyasetin Twitch topluluğunda yer alması gerekli midir? Neden?
- 6- Twitch.tv'de siyasetin daha fazla konuşulmasının, daha çok gençlerden oluşan kullanıcılarının oy tercihleri belirlenmesi üzerinde nasıl bir etkisi olur sizce?
- 7- Önümüzdeki seçimlerde oy kullanacak genç bir seçmen olarak oy tercihinizin belirlenmesinde Twitch.tv kullanımınızın etkili olacağını düşünüyor musunuz?
- 8- İlk defa oy verecek seçmen olarak sizin siyaset anlamında Twitch.tv platformundan ve Twitch.tv topluluğundan beklentileriniz nelerdir?

EK2: KATILIMCILARLA GÖRÜŞMELERİN YAPILDIĞI TARİH

KATILIMCILAR	ARAŞTIRMADAKİ KATILIMCI KODU	GÖRÜŞMELERİN YAPILDIĞI TARİHİ
Katılımcı 1	K1	05.04.2023
Katılımcı 2	K2	05.04.2023
Katılımcı 3	K3	05.04.2023
Katılımcı 4	K4	06.04.2023
Katılımcı 5	K5	06.04.2023
Katılımcı 6	K6	07.04.2023
Katılımcı 7	K7	07.04.2023
Katılımcı 8	K8	08.04.2023
Katılımcı 9	K9	08.04.2023
Katılımcı 10	K10	08.04.2023
Katılımcı 11	K11	08.04.2023
Katılımcı 12	K12	08.04.2023
Katılımcı 13	K13	09.04.2023
Katılımcı 14	K14	09.04.2023
Katılımcı 15	K15	09.04.2023
Katılımcı 16	K16	09.04.2023
Katılımcı 17	K17	09.04.2023
Katılımcı 18	K18	10.04.2023
Katılımcı 19	K19	10.04.2023
Katılımcı 20	K20	10.04.2023
Katılımcı 21	K21	10.04.2023
Katılımcı 22	K22	11.04.2023
Katılımcı 23	K23	05.04.2023
Katılımcı 24	K24	06.04.2023
Katılımcı 25	K25	06.04.2023
Katılımcı 26	K26	07.04.2023
Katılımcı 27	K27	07.04.2023
Katılımcı 28	K28	08.04.2023
Katılımcı 29	K29	09.04.2023
Katılımcı 30	K30	10.04.2023
Katılımcı 31	K31	11.04.2023



TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Hazırlayanın Adı Soyadı : Nurhak ATAR
Tez Başlığı : YENİ BİR SİYASAL İLETİŞİM ALANI: GENÇ
SEÇMENLERİN SİYASALLAŞMA ARACI OLARAK
TWITCH.TV KULLANIMI
Savunma Tarihi : 07 / 07 / 2023
Danışman : Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

JÜRİ ÜYELERİ:

Unvan, Ad-Soyadı

Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

Doç. Dr. Tolga ÇEVİKEL

Doç. Dr. Melih ÇOBAN

İmza