**Stratejist Cem Bağcı: Seçimlerin arenası sosyal medya oldu**

**Stratejist Cem Bağcı: Seçimler artık sosyal medyada kazanılıyor**

Türkiye Algı Merkezi (TAM) kurucusu ve başkanı, stratejist ve yazar Cem Bağcı, sosyal medyanın seçimler üzerindeki etkisine işaret ederek, “Seçimler artık sosyal medyada kazanılıyor.” dedi. Bağcı, sosyal medyada paylaşılan bir mesajın, mitinglerdeki yüzlerce kelimelik konuşmadan etkili olabileceğini söyledi.

“Seçim Nasıl Kazanılır?” adlı kitabın yazarı da olan TAM Başkanı Bağcı, sosyal medyanın seçimler üzerindeki etkilerine ilişkin önemli açıklamalarda bulundu. Sosyal medyanın seçimleri manipüle ettiğine yönelik iddiaların ciddiye alınması gerektiğini söyleyen Bağcı, “Sosyal medya artık seçmen davranışlarının belirlenmesinde oldukça etkili bir mecra haline geldi.” dedi.

**“Pratik, masrafsız ve hızlı propaganda aracı”**

Bağcı, sosyal medyanın, geleneksel siyaset yapma tarzlarını değiştirdiğini vurgulayarak, “Bu değişiklik, yeni bir siyasal iletişim modellerini ortaya çıkardı. Politik aktörler artık kendini sosyal medyada öne çıkarmaya çalışıyor. Artık sosyal medya takipçilerine potansiyel bir seçmen gözüyle bakılıyor.” diye konuştu. Ayrıca, sosyal medyanın; pratik, masrafsız ve hızlı bir iletişim ve etkileşim aracı olmasının siyasilerin propaganda için iştahını kabarttığını ifade etti.

Sosyal medyada algı yönetimi ile “seçimlerin hedefteki kişinin galibiyeti veya mağlubiyeti ile sonuçlanacağı” algısının oluşturulabileceğini vurgulayan Bağcı, “Seçimlerle ilgili önemli manipülasyonlardan biri de anketlere müdahale edilmesidir. Gerçekçi olmayan anket sonuçlarının sosyal medyada paylaşılması, kullanıcılar üzerine etkili bir algı oluşturmaktadır. Kurgulanan anketler, istenen adayın önde olduğu ve diğer adayların yarışta şanslarının olmadığı algısı yaratır. Bu da seçim döneminde kamuoyunun tercihlerini yönlendirebilir.” ifadelerini kullandı.

**“Tek mesaj, yüzlerce kelimelik konuşmadan daha etkili olabilir”**

Sosyal medya platformlarının, toplumsal ve politik tartışmaların farklı bir boyut kazanmasına yol açtığını belirten Bağcı, sözlerini şöyle sürdürdü;

“Sosyal medya mecraları, toplumsal hareketlerde etkili bir hal aldı. Toplumsal hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi de siyaseti derinden etkiliyor. Artık siyasiler, sosyal medya üzerine propaganda yapma yoluna gidiyor. Bir mitinge 500 bin kişi katılabilir. Bu mitingde 1 saat boyunca kelimelerce söz sarf edilebilir. Ama sosyal medyada paylaşılan etkili bir mesaj, bazen milyonları bulan kullanıcıya ulaşabiliyor. Ve o tek mesaj, yüzlerce kelimelik konuşmadan daha etkili olabilir. Bu da seçimlerin artık soysal medyada kazanıldığına işaret eden en önemli örnektir.”

Ünlü stratejist Bağcı, 2016’da Amerika’daki başkanlık seçimlerinde Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarının Rusya tarafından manipülatif olarak kullanıldığı ve seçim sonuçlarına sahte hesaplar üzerinden etki edilmeye çalışıldığı iddialarını hatırlatarak, Brexit referandumu, Nijerya, Hindistan, Fransa ve Arjantin gibi ülkelerdeki seçimlerde de benzer yöntemler kullanıldığına işaret etti.

Bağcı, sözlerini şöyle tamamladı; “Siyasiler bundan sonra sosyal medyanın etkisini yok sayamaz. Seçme ve seçilme yaşına giren gençlerin yoğun olarak kullandığı sosyal medya, siyasi tercihleri yönlendiriyor. Haberler artık sosyal medyadan takip ediliyor. Yani algılar, sosyal medyada tasarlanıyor. Sosyal medya, seçim süresini kısaltıyor. Adayların seçmenlerle iletişim kurma yöntemi olarak öne çıkıyor. Tüm bunları ve daha fazlasını üst üste koyduğumuzda ‘seçimler sosyal medyada kazanılmaz’ algısının değiştiğini görmek gerekiyor.”