

Project Definition

Proje, hayali bir seçim kampanyası yaratmayı amaçlıyor. Türkiye’de günümüz şartlarında, bir siyasal partinin; seçim kampanyası için yapabileceği adımlar izlenerek, partinin sözde Türkiye halkına tanıtımı yapılacak ve izlenecek stratejiler doğrultusunda, partiye sempati kazandırmaya çalışılacak.

Goals & Objectives and Detailed Project Description

Proje, seçim kampanyası sürecinin temelini oluşturan ‘hayal satmak’ kavramının karakteristik öğelerini ve bu öğelerin etkilerini ortaya koymayı amaçlıyor. Bu bağlamda bu projede kullanılacak araçlar ve ortaya koyulacak öğeler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- **Medya:** Seçim kampanyalarının en değerli aracıdır. Medyada ön plana çıkmak, seçim sürecinde kazanımın ne kadar olacağını temelden etkiler. Bu sebeple siyasetçilerin sadece medyada yer bulabilmek amacıyla gerçek olmayan görüşler ve projeler açıkladıklarını görmek oldukça mümkün.

- **Basılı Tanıtım Materyali:** Billboardlar, flyerlar, fanzinler ve bayraklar göz aşinalığı yaratan etkenlerdir. Bir siyasi parti ne kadar çok görünürse, bir kişinin o partiye oy verme eğilimi o derecede artacaktır.

- **Sanal Materyal:** Web siteleri ve sosyal medya kaynakları bir seçim sürecinde bilgi ve seçmen arasındaki köprüyü kuran en temel araçlardır. Parti programı, vaatler ve geçmiş icraatlar bu kaynaklar üzerinden iletildiğinde diğer kaynaklara nazaran çok daha az bozulmaya uğrar.

- **Markalama Materyali:** Markanın oluşması için gerekli olan logo, slogan, tanıtım filmi ve seçim şarkısının yaratılmasıyla marka değeri oluşur. Marka değeri yükselen bir partinin seçimde başarılı olma ihtimali çok daha yüksektir.

Bu araçların yaratılması, projenin mercek altında tuttuğu ‘hayal satışı’ süreci için muhtelif amaçları yerine getirir. Bunlar, sırasıyla şöyle açıklanabilir:

Medyanın Güvenilirliğini Sorgulamak

Medya siyasi partilerin satmaya çalıştığı hayalleri yansıtmak için çabalar. İzleyici – yani müşteri – kazanmak için çoğu noktada etik dışı olmasına rağmen taraflı ve kandırmaya yönelik yayınlar yapabilirler. Bunu yansıtmak için kullanılacak teknikler:

- Mevcut medya araçları kullanarak, hayali bir hareketin gerçek olduğuna inandırma
- Gerçek dışı proje önerilerinin, gerçek olacak gibi yayınlanması
- Kişilerin sözlerinin çarpıtılarak abartılması

Seçim Sistemini Sorgulamak

Seçim sistemi çerçevesinde siyasi partiler büyük rahatlıkla gerçeklikleri çarpıtabilir veya gerçekleştirmek zorunda olmadığı vaatlerde bulunabilir. Eğer seçim sistemi propaganda döneminde verilen vaatlerin tutulmaması halinde vaatlerde bulunanı cezalandırırsaydı, çok daha gerçekçi vaatler ortaya çıkabilir, algı çarpıtılmazdı.

Bu seçim kampanyasını gören bireylerin sistemi sorgulaması, projenin amaçlarından bir tanesidir.

Bireylerin Tercih Kriterlerinin Sorgulanması

İdeal demokratik sistem çerçevesinde bütün bireyler adayları, onlara dair tüm bilgiye sahip olduğu düşüncesiyle değerlendirir. Ancak çoğu durumda bunun neredeyse tamamıyla aksi bir durum söz konusu olur. Gerçekdışı bilgiler ve vaatler adaylar tarafından paylaşılır ve nadiren seçmenler bunları sorgular.

Bir başka boyutta da bir kısım seçmen tamamen bireysel kazanç için tercihte bulunur. Bu sebeple su ve elektrik tesisatı olmayan bir köye beyaz eşya dağıtılması etkisiz kalması gereken bir strateji olsa da, bir çok seçmenin aklını çelmiştir.

Bu sebeple de tercihler bir çok noktada bireyin ve toplumun yararına olmayacak şekilde sonuçlanır ve birey nadiren durumun farkında olur.

Target Audience/User

Bu proje için Türkiye sınırları içerisinde yaşayan ve oy kullanma hakkı olan bireyler hedef kitle olarak alınır. Bu bağlamda, proje bünyesinde yapılacak çalışmalarda Türk halkının sosyokültürel yapısına ve partinin ideolojik eğilimlerine uygun motifler bulunması gerekiyor.

Background Information

Proje, Gezi Parkı Direnişi'yle ilgili bir şeyler yapmak istememle başladı. Beni tatmin etmeyen birkaç fikirden sonra, yeni kurulan Gezi Partisi ilgimi çekti. Sosyal medyada ve çevremde pek sesi duyulmayan bir parti olduğunu fark ettikten sonra, ben yapsam nasıl yapardım diye düşünmeye başladım.

Challenges

- Geniş bir kitleye hitap etmeme rağmen kitleden geri dönüş alamamak
- Farklı mediumları farklı alanlarını kullanmak
- Metinler hazırlamak (parti tüzüğü gibi)
- Ekip işini tek başıma üstlenmek
- Gündeme göre değişebilecek içerik

Kazanımlar

- Siyaset ve görsel iletişimin iç içe geçtiği bir proje olması
- Kullanılacak yazılımları öğrenmek
- Tasarımın birçok alanını kullanmak (ses, görüntü, yazı)

Related Topics in Other Disciplines

- Sosyoloji
- Toplum psikolojisi

Similar Projects

- Meet the Coolest Mayor in the World

<http://www.messynessychic.com/2012/11/28/meet-the-coolest-mayor-in-the-world/>

- Black Mirror – The Waldo Moment

Scope of the Project

- Araştırmalar
- İmaj yönetimi
- Medya kullanımı

Required Know-How and Resources

- Yazılımlar:

- Illustrator
- Photoshop
- Premiere

- After effects
- Logic pro
- Politik kampanyalarda imaj yönetimi araştırmaları
- Siyasetçilerle görüşme/konuşma

Difficulties & Risks

- Geniş kapsamlı bir proje olmasına rağmen, projeyi tek başıma yapacak olmam.
- Kullanılabilecek midiumların yelpazesinin geniş olması
- Ülke gündeminin sürekli değişmesi ve bu bağlamda kampanyanın da değişkenlik gösterme zorunluluğu
- Sadece komik olma ya da hiç komik olmama riski
- Profosyonel siyaset bilgisi gereklilięi

Phases of the Project

- Parti tüzüğü yazılması
- Parti lideri belirlenmesi
- Propoganda araçları belirlenmesi*
- Kurumsal kimlik hazırlanması
- Sosyal medya kullanımı*
- Tanıtım filmi çekilmesi*
- Seçim müziği yapılması*
- Süreç raporu hazırlamak

*gündeme göre deęişebilir

Criteria of Success

- İnsanları bu projenin gerçek olduğuna inandırmak.
- Görsel iletişim araçlarının nasıl ve ne amaçla kullanıldığı konusunda farkındalık yaratmak.
- Parti ideolojisini belirlemek
- Kurumsal kimliği oluşturmak